



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:

**PLAN DE IMPORTACIÓN DE JUGUETES PARA LA EMPRESA COMERCIAL
ARCOIRIS DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.**

LINEA DE INVESTIGACIÓN

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

AUTOR:

BRYAN ESTIWAR YEPEZ PALACIOS

TUTOR:

HECTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR

IBARRA – ECUADOR

Junio - 2024

Ibarra, 19 de junio 2024

CERTIFICACIÓN TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de integración curricular titulado:

PLAN DE IMPORTACIÓN DE JUGUETES PARA LA EMPRESA COMERCIAL ARCOIRIS DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, presentado por el estudiante Bryan Estiwar Yépez Palacios con cédula de ciudadanía N°1003683446, para obtener el Título de licenciado 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.



(f): _____

Mgs. Esteban Garrido S.

TUTOR DE TRABAJO

C.C.: 1002413852

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

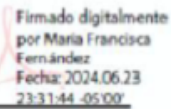
El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

(f):

Mgs. Esteban Garrido S.

C.C.: 1002413852.

María
Francisca
ffernández



Firmado digitalmente
por María Francisca
Fernández
Fecha: 2024.06.23
23:31:44 -05'00'

(f):.....

Mgs, Maria Francisca Fernández

C.C.: 0604145342

(f):.....

Mgs. Edison Vinueza S.

C.C.: 1002425062

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, *Bryan Estiwar Yépez Palacios*, 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 utilizations 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): _____

Bryan Estiwar Yépez Palacios

C.C.: 1003683446

AUTORIA

Yo, *Bryan Estiwar Yépez Palacios*, portador de la cedula de ciudadanía N° 1003683446 declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

(f):.....

Bryan Estiwar Yépez Palacios

C.C.: 1003683446

DEDICATORIA

Dedicado a Dios y a mi Familia.

En primer lugar, elevo mi corazón al cielo y doy gracias a Dios, quien es guía y fuente de toda sabiduría, quien en los buenos y malos momentos ha sabido iluminarme y darme inspiración para alcanzar mis objetivos y perseverar.

Así también a mi familia, cuyo apoyo y amor incondicional han sido los cimientos para atravesar esta etapa, dedico este logro con profundo agradecimiento a sus sonrisas, palabras de aliento y la fe depositada en mi persona. Cada logro que alcanzo es un reflejo de su esfuerzo, amor y sacrificio.

Me gustaría también hacer mención especial a mi madre y padre, cuyo ejemplo de dedicación y determinación han sido para mí fuente de inspiración para esforzarme constantemente al querer alcanzar mis metas.

En esta dedicación, reconozco que sin Dios y mi familia, este logro no habría sido posible.

Con aprecio sincero,

Bryan Estiwar Yépez Palacios.

AGRADECIMIENTO

En este punto culminante de mi camino académico, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de manera significativa en la realización de esta tesis. Sus palabras de aliento, apoyo y orientación han sido fundamentales para llevar a cabo este trabajo con éxito.

En primer lugar, quiero agradecer a mi supervisor Mgs. Héctor Esteban Garrido Salazar, cuya experiencia y sabiduría guiaron mis pasos a lo largo de este proyecto. Sus comentarios perspicaces y su dedicación en las discusiones han sido invaluable para mi crecimiento.

Agradecer a mis compañeros y amigos, quienes compartieron sus ideas y conocimientos, brindando un espacio de intercambio invaluable que contribuyó a la amplitud de perspectivas presentes en esta tesis.

Mi aprecio se extiende a mis queridos padres, Mauricio Yépez y Mónica Palacios por su inquebrantable apoyo emocional y financiero a lo largo de mi trayectoria académica. Su amor, paciencia y aliento constante han sido mi ancla en las aguas turbulentas del aprendizaje.

Finalmente, dedico un profundo agradecimiento a Dios, cuya guía y fortaleza espiritual me han sostenido en cada etapa de este viaje. Mi fe en su providencia ha sido una fuente de inspiración constante.

Cada una de estas personas ha dejado una huella imborrable en esta tesis y en mi vida. Su contribución ha sido vital para que este proyecto se haya convertido en una realidad. Que este trabajo sea un reflejo de la gratitud que siento hacia cada uno de ustedes.

Con gratitud Eterna,

Bryan Estiwar Yépez Palacios.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN TUTOR.....	II
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	IV
AUTORIA	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	XV
ABSTRACT.....	XVI
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Objetivo General.....	1
1.2. Objetivos Específicos	1
2. ESTADO DEL ARTE	3
2.1. Antecedentes de Investigación.....	3
2.2. Marco Conceptual	4
2.2.1. Glosario de palabras importantes.....	4
2.3. Marco Teórico.....	5
2.3.1. Importación.....	5
2.3.2. Plan de importación	10
2.3.3. Juguetes.....	10
2.3.4. Teorías del Comercio Internacional.....	12
2.4. Marco Legal	13
2.4.1. Base legal para una importación en Ecuador.....	13
3. MATERIALES Y MÉTODOS.....	15
3.1. Metodología	15
3.1.1. Cualitativo.....	15
3.1.2. Cuantitativo.....	15
3.2. Población Y Muestra.....	15
3.2.1 Población	15
3.2.2 Muestra	16

3.3.	Instrumentos.....	17
3.3.1.	Entrevista.....	17
3.3.2.	Encuesta.....	18
3.4.	Procedimiento.....	18
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	32
4.1.	ESTUDIO DE MERCADO.....	32
4.1.1.	Matriz POAM.....	32
4.1.2.	Flujograma de Importación.....	35
4.2.	Estudio económico financiero.....	36
4.2.1.1.	Evaluación Económica del proyecto con financiamiento.....	36
5.	PROPUESTA.....	37
5.1.	LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	37
5.1.1.	Macro Localización.....	37
5.1.2.	Micro Localización.....	37
5.2.	Propuesta Administrativa.....	38
5.2.1.	Comercial Arcoíris.....	38
5.2.2.	Logo.....	38
5.2.3.	Misión.....	38
5.2.4.	Visión.....	39
5.3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	41
5.3.1.	Objetivo.....	41
5.3.2.	Identificación del mercado Objetivo.....	41
5.3.3.	Principales mercados.....	42
5.3.4.	Principales Competidores.....	43
5.3.5.	CHINA.....	44
5.3.6.	ESTADOS UNIDOS.....	49
5.3.7.	JAPÓN.....	54
5.3.8.	Matriz POAM (Ver en resultados y discusión).....	58
5.3.9.	Análisis POAM (Ver en resultados y discusión).....	58
5.4.	Empresas Ofertantes.....	59
5.4.1.	Productos de análisis.....	60
5.4.2.	Selección de producto para niño.....	61
5.4.3.	Matriz de análisis de las empresas ofertantes de China (Ver en resultados y	

discusión).....	62
5.6. PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN.....	69
5.6.1. Producto.....	69
5.6.2. Precio.....	73
5.6.3. Plaza.....	74
5.6.4. Promoción.....	74
6 CONCLUSIONES.....	93
7 RECOMENDACIONES.....	95
8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	96
9 ANEXOS.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cantidad y tipo de negocios en Antonio Ante	16
Tabla 2. Frecuencia relativa de las actividades de la empresa.....	19
Tabla 3. Frecuencia relativa de acuerdo con los años de operación	20
Tabla 4. Frecuencia relativa de acuerdo con la adquisición de nuevos productos	21
Tabla 5. Frecuencia relativa de acuerdo con la adquisición y surtido de productos.....	22
Tabla 6. Frecuencia relativa de acuerdo con los productos más vendidos del negocio.....	23
Tabla 7. Frecuencia relativa de acuerdo con los productos que más compran los niños.....	24
Tabla 8. Frecuencia relativa de acuerdo con los productos que más compran las niñas	25
Tabla 9. Frecuencia relativa de acuerdo con la presencia de un distribuidor fijo.....	26
Tabla 10. Frecuencia relativa de acuerdo con el recibimiento de un nuevo distribuidor ...	27
Tabla 11. Frecuencia relativa de acuerdo con el conocimiento del Comercial Arcoíris	28
Tabla 12. Frecuencia relativa de acuerdo con el ofrecimiento de productos de calidad y a buen precio.....	29
Tabla 13. Frecuencia relativa de acuerdo con el valor más accesible para la clientela	30
Tabla 14. Matriz POAM de acuerdo con el estudio de mercado del negocio	32
Tabla 15. Indicadores de los productos	34
Tabla 16. Evaluación Económica del Proyecto con Financiamiento.....	36
Tabla 17. Manual de funciones	40
Tabla 18. Juguetes importados por Ecuador, del capítulo 9503.....	41
Tabla 19. Listado de mercados exportadores de juguetes importadas por Ecuador, Capítulo 9503	42
Tabla 20. Exportaciones mundiales de sillas de ruedas, capítulo 9503	42
Tabla 21. Mercados exportadores de juguetes, capítulo 9503	42
Tabla 22. Importaciones mundiales de juguetes, partida 9503.....	43
Tabla 23. Listado de principales países importadores de juguetes, capítulo 9503	43
Tabla 24. Subpartida arancelaria de las muñecas	62
Tabla 25. Subpartida de los camiones	62
Tabla 26. Factura comercial de los camiones	63
Tabla 27. Factura comercial de las muñecas	64
Tabla 28. Gastos de importación	68
Tabla 29. Ficha técnica de la muñeca de princesa con música.....	69
Tabla 30. Ficha técnica de la volqueta a escala	70
Tabla 31. Envasado y embalaje de la muñeca de princesa con música	71

Tabla 32. Envasado y embalaje de la volqueta a escala	72
Tabla 33. Obtención del precio unitario	73
Tabla 34. Inversión inicial	78
Tabla 35. Inversión fija	79
Tabla 36. Capital de trabajo	79
Tabla 37. Detalle de la inversión fija	79
Tabla 38. Compras	80
Tabla 39. Gastos administrativos	80
Tabla 40. Sueldo del personal	80
Tabla 41. Sueldos y salarios	81
Tabla 42. Gastos de importación	82
Tabla 43. Determinación del gasto unitario	82
Tabla 44. Determinación del precio unitario	83
Tabla 45. Financiamiento del proyecto	83
Tabla 46. Costo de capital	83
Tabla 47. Tasa de Rendimiento Medio	83
Tabla 48. Depreciación	84
Tabla 49. Ventas de muñecas	84
Tabla 50. Ventas de carros	84
Tabla 51. Presupuesto costos muñecas	85
Tabla 52. Presupuesto costos carros	85
Tabla 53. Gastos administrativos	85
Tabla 54. Gastos de importación	86
Tabla 55. Depreciaciones	86
Tabla 56. Total presupuesto de gastos	86
Tabla 57. Estado de Resultados	87
Tabla 58. Presupuesto de caja	88
Tabla 59. Balance inicial	88
Tabla 60. VPN	89
Tabla 61. Costo beneficio	89
Tabla 62. Tasa Interna de Retorno	89
Tabla 63. Periodo De Recuperación De La Inversión (PRI)	90
Tabla 64. Evaluación económica del proyecto con financiamiento	90

Tabla 65. Punto de Equilibrio	91
Tabla 66. Margen de Contribución	91
Tabla 67. Punto de equilibrio unidades físicas y monetarias.....	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Porcentaje de la actividad comercial	19
Figura 2. Porcentaje del tiempo de vida de la empresa	20
Figura 3. Porcentaje del detalle de compra	21
Figura 4. Porcentaje de la adquisición de productos	22
Figura 5. Porcentaje del motivo de venta	23
Figura 6. Porcentaje del producto más vendido para los niños	24
Figura 7. Porcentaje del producto más vendido para las niñas	25
Figura 8. Porcentaje de si un negocio cuenta o no con distribuidor fijo.....	26
Figura 9. Porcentaje de la disposición de los negocios en recibir nuevas ofertas de distribuidores	27
Figura 10. Porcentaje del conocimiento del Centro Comercial Arcoíris	28
Figura 11. Porcentaje del reconocimiento del Centro Comercial Arcoíris un potencial proveedor	29
Figura 12. Gráfico de acuerdo con las preferencias en cuanto a valores de los productos..	31
Figura 13. Flujograma de importación del Comercial Arcoíris.....	35
Figura 14. Macro localización	37
Figura 15. Micro localización.....	37
Figura 16. Logotipo del Centro Comercial Arcoíris.....	38
Figura 17. Organigrama del Comercial Arcoíris	40
Figura 18. Alibaba (opción juguetes para niños).....	59
Figura 19. Alibaba (opción servicio de marcas)	59
Figura 20. Alibaba (opción auto a control remoto)	60
Figura 21. Consulta del RUC.....	64
Figura 22. Forma de pago en Alibaba.....	65
Figura 23. Declaración Aduanera de Importación (DAI)	66
Figura 24. Canal de distribución del Comercial Arcoíris	74
Figura 25. Cuenta de Instagram del Centro Comercial Arcoíris	75
Figura 26. Cuenta de Instagram de la importadora.....	75
Figura 27. Cuenta de Facebook del Comercia Arcoíris.....	76
Figura 28. Opción de Facebook Market	76
Figura 29. Cuenta de WhatsApp del Comercial Arcoíris	77

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El intercambio de productos es una práctica que se ha realizado durante años, y entre ellas podemos encontrar las importaciones las cuales son una parte muy importante y fundamental en el comercio, pues, gracias a ellas los países pueden beneficiarse y adquirir productos que por cuenta propia no podría producirlo, o simplemente porque los costos de producción serían más altos que los de importación.

La empresa Comercial Arcoíris es una empresa ecuatoriana la cual está ubicada en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura. El realizar un plan de importación óptimo para esta empresa permite un crecimiento estratégico de la misma, asegurará el abastecimiento de productos, reduce y optimiza de gran manera los costos eliminando a intermediarios o distribuidores ecuatorianos y fortalece las relaciones comerciales internacionales. Además, la reducción de costos genera una mayor cantidad de ventas, por lo que aumenta las utilidades y la empresa podrá abrir más plazas de trabajo, lo que dará por consecuencia el apoyo en el cumplimiento de metas empresariales y la satisfacción de los clientes.

Todo esto se desarrolla gracias a la correcta aplicación de esta investigación, en la cual se puede identificar un enfoque mayormente cuantitativo, el uso de diferentes herramientas de recolección de datos, el análisis de datos oficiales del comercio internacional, el estudio del mercado, estudio financiero y entre otras técnicas, con la finalidad de presentar una propuesta para la implementación de este plan de importación en la empresa.

Palabras clave: Plan de Importación, Comercio Internacional, Proveedor, Intermediarios, Antonio Ante (Cantón), Atuntaqui (Ciudad).

ABSTRACT

The exchange of products is a practice that has been carried out for years, and among them we can find imports which are a very important and fundamental part of trade, because, thanks to them, countries can benefit and acquire products that on their own could not produce it, or simply because production costs would be higher than import costs.

The company Comercial Arcoíris is an Ecuadorian company which is located in the city of Atuntaqui, province of Imbabura. Conducting an optimal import plan for this company will allow its strategic growth, ensure the supply of products, greatly reduce and optimize costs, eliminating intermediaries or Ecuadorian distributors, and strengthen international trade relations. In addition, the reduction of costs will generate a greater amount of sales, so profits will increase and the company will be able to open more jobs, which will consequently support the fulfillment of business goals and customer satisfaction.

All this will be developed thanks to the correct application of this research, in which a mostly quantitative approach will be applied, the use of different data collection tools, the analysis of official data of international trade, market study, financial study and among other techniques, in order to present a proposal for the implementation of this import plan in the company.

Keywords: Import Plan, International Trade, Supplier, Intermediaries, Antonio Ante (Canton), Atuntaqui (City).

1. INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de investigación se trata de un plan de importación el cual consiste en buscar la manera más adecuada para poder realizar una importación de juguetes para la ciudad de Atuntaqui, que está ubicada en el cantón Antonio Ante en la provincia de Imbabura. En la ciudad de Atuntaqui podemos encontrar diferentes negocios de venta de juguetes que ofrecen sus productos a precios muy elevados debido a que comercializan con terceros (distribuidores) los cuales incrementan el costo de los productos hasta lleguen a manos del consumidor final, por otra parte, la competencia referente a la importación de juguetes es muy baja en el cantón de Antonio Ante.

La estructura de esta investigación inicia desde un marco teórico en el que podemos encontrar otros trabajos investigativos similares, lo que es el comercio, importación y la importancia de la misma, además de conocer procesos y recomendaciones para la hora de importar y bases legales para realizar la importación de manera correcta.

En materiales y métodos podemos encontrar las herramientas utilizadas para el apoyo a este trabajo las cuales son entrevistas y encuestas, las cuales se realizó a empresas comerciantes de juguetes con la finalidad de obtener un enfoque de su mercado y abrir la posibilidad a la distribución directa y al por mayor de los productos con estas mismas empresas.

En la propuesta se inicia por elegir el país de origen (exportador) del cual se va a realizar la importación, posterior a ello escogemos los productos más acordes a las necesidades de los clientes, realizar el proceso teórico de importación, y finalmente un análisis financiero en el que se calcula los montos de inversión y utilidades generadas por la empresa.

1.1. Objetivo General

Construir un plan de importación de juguetes para la empresa Comercial Arco Iris de la ciudad de Atuntaqui.

1.2. Objetivos Específicos

- Desarrollar un estudio de mercado en base a qué tipo de juguetes, con relación calidad precio prefieren los consumidores que frecuentan comprar sus productos en

Comercial Arco Iris.

- Realizar un análisis y comparación de posibles proveedores para los productos de interés de la empresa y sus condiciones de negociación.
- Definir cuáles serán los respectivos trámites legales y de logística que se deberán realizar para que el plan sea exitoso.
- Proponer una idea de compras y financiamiento para la empresa.

2. ESTADO DEL ARTE

2.1. Antecedentes de Investigación

Luego de haber revisado diferentes trabajos investigativos sobre importaciones de juguetes y temas similares, se ha tomado como base los análisis más importantes ya que podrán servir como guía para realizar de mejor manera esta investigación.

En el estudio realizado por Pasto Sáez, Ruth Evelyn en 2021 en la "Escuela Superior Politécnica de Chimborazo", titulado "Proyecto de factibilidad para la importación de juguetes para la empresa Totalhome", se aborda el objetivo de importar y comercializar juguetes tanto al por mayor como al por menor. Este proyecto tiene como finalidad proporcionar una herramienta de evaluación que pueda satisfacer las necesidades empresariales, contribuir al cumplimiento de metas y garantizar la satisfacción del cliente. Ruth Pasto explica que, tras realizar un análisis de mercado adecuado en el cantón Riobamba, identificó que el segmento de mercado más efectivo eran las familias con niños de entre 2 y 5 años de edad. Además, en el análisis financiero, se detalla que, al concluir los cálculos de costos y gastos proyectados para la empresa, se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) favorable de \$59,525.03 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 82%. Estos resultados indican que el costo de implementar este proceso es positivo para la empresa. Esto gracias a información brindada por (Pasto, 2021)

En el estudio titulado "Plan de Marketing para la Juguetería Mi Mundo Infantil de la Ciudad de Loja" realizado por Christian Augusto Belizaca Sánchez en la Universidad de Loja, se destaca la importancia de la creación de un plan de marketing para una empresa. Este plan es esencial, ya que proporciona una hoja de ruta estratégica para alcanzar los objetivos comerciales. Permite identificar y comprender el mercado objetivo, establecer metas claras, diseñar tácticas efectivas para atraer y retener clientes, y optimizar el uso de recursos. Además, facilita la medición y el análisis del rendimiento de las actividades de marketing, lo que ayuda a realizar ajustes necesarios para mejorar los resultados y asegurar un crecimiento sostenible. El estudio revela que, a través de una matriz EFE, la empresa obtuvo un puntaje de 2.82, indicando que posee más oportunidades que amenazas; sin embargo, no está aprovechando adecuadamente estas oportunidades. En el análisis interno, utilizando una

matriz EFI, la empresa alcanzó un resultado de 2.57, lo que sugiere que tiene más fortalezas que debilidades. Estas fortalezas le han permitido mantenerse en el mercado y desarrollarse adecuadamente. (Salinas, 2014)

2.2. Marco Conceptual

2.2.1. *Glosario de palabras importantes*

Análisis de Mercado: Esta evaluación detallada examina el entorno comercial y competitivo, identificando segmentos de mercado, el comportamiento del consumidor y las tendencias de la industria, para determinar la viabilidad y el potencial de importar juguetes.

Valor Actual Neto (VAN): El VAN es una medida financiera que calcula la diferencia entre el valor presente de los flujos de caja futuros esperados y la inversión inicial. Se usa para evaluar si el proyecto de importación de juguetes es rentable.

Tasa Interna de Retorno (TIR): Este indicador financiero muestra la tasa de descuento que iguala el valor presente neto de los flujos de caja futuros de un proyecto a cero. La TIR se utiliza para medir la rentabilidad y eficiencia del proyecto de importación.

Logística Internacional: Conjunto de procesos y actividades necesarios para planificar, implementar y controlar el movimiento y almacenamiento de juguetes desde el país de origen hasta el destino, asegurando que lleguen a tiempo y en buen estado.

Estrategia de Comercialización: Plan de acción diseñado para promocionar y vender los juguetes importados. Incluye la definición de canales de distribución, políticas de precios, estrategias de promoción y técnicas de venta, con el objetivo de maximizar la penetración en el mercado local.

Cadena de Suministro: Red de entidades involucradas en el proceso de producción, manejo, distribución y venta de los juguetes, desde los fabricantes en el extranjero hasta los minoristas locales.

Aranceles de Importación: Impuestos que el gobierno ecuatoriano aplica sobre los bienes importados, afectando el costo total de los juguetes y, por ende, la estrategia de precios y

competitividad en el mercado local.

Segmentación de Mercado: Proceso de dividir el mercado en segmentos más pequeños y homogéneos, basados en características demográficas, psicográficas o conductuales, para personalizar y optimizar las estrategias de marketing y ventas.

Normativas Aduaneras: Conjunto de reglas y procedimientos que deben cumplirse para importar juguetes a Ecuador, incluyendo documentación, inspecciones y cumplimiento de estándares de seguridad y calidad.

2.3.Marco Teórico

2.3.1. Importación

En base a (Enciclopedia Significados, 2017), la importación se refiere al proceso de introducir un producto o servicio en un mercado diferente al de su lugar de fabricación. En términos comerciales, la importación implica traer a un país productos o servicios que han sido fabricados o tienen su origen en el extranjero, con el objetivo de utilizarlos a gran escala o comercializarlos al por mayor o al por menor. Esta transacción involucra a dos partes principales: el país demandante o comprador, conocido como el "importador", y el país ofertante o vendedor, conocido como el "exportador".

2.3.1.1.Ventajas y Desventajas de la importación

(Martínez, 2022) sugiere que las ventajas y desventajas de la importación pueden clasificarse de la siguiente manera:

Ventajas.

Mejor calidad de productos: Algunos países se especializan en la fabricación de ciertos productos, lo que puede resultar en una mejor calidad y menores costos de producción en comparación con la producción local.

Costes reducidos: Negociar con proveedores extranjeros permite encontrar fabricantes con menores costos de producción. Es recomendable comparar proveedores para identificar el producto con la mejor relación calidad-precio para nuestro negocio.

Aumenta el valor de la marca: Importar productos con diseños exclusivos para tu marca puede aumentar su valor y generar un impacto positivo en el mercado, haciendo que tu marca se destaque.

Diversificación de productos: Negociar con el extranjero ofrece la posibilidad de disponer de una mayor variedad de productos en comparación con empresas que solo comercializan productos locales.

Desventajas.

Pago de impuestos: Al importar, es crucial estar informado y calcular los impuestos para evitar que las barreras arancelarias se conviertan en un obstáculo o aumenten demasiado el costo de los productos.

Errores operativos: Es fundamental que el proceso operativo sea gestionado por alguien con conocimientos y experiencia, ya que errores pueden resultar en la retención de la mercancía en aduanas.

Lentitud en el proceso de compra: Las diferencias idiomáticas y la distancia pueden causar retrasos en la adquisición de productos. Tanto la comunicación en distintos idiomas como el transporte son factores que deben ser considerados.

2.3.1.2.Importancia de las Importaciones.

Las importaciones tienen un impacto positivo significativo, especialmente en los ámbitos del consumismo y la industrialización. Los países que carecen de un desarrollo tecnológico avanzado se benefician enormemente al poder importar maquinaria, lo que facilita su proceso de industrialización. En términos de consumismo, las importaciones permiten a las personas acceder a una variedad de productos que no se fabrican localmente, lo que mejora su calidad de vida al ofrecerles más opciones y mejores estándares de productos. (Fanjul, 2018)

2.3.1.3.Definición de plan de importación.

Con guía a lo que redacta (Christopher, 2016) el plan es el conjunto de estrategias o actividades que se van a llevar a cabo con la finalidad de alcanzar una meta u objetivo. En

otras palabras, el plan es una guía o muestra de los procesos que deberemos ir siguiendo para poder llegar al objetivo. En este caso al ser un plan de importación podemos deducir que es el conjunto de estrategias o actividades que se llevaran a cabo con la finalidad de realizar una importación de manera correcta.

2.3.1.4. Proceso de Importación

A continuación, los pasos para realizar una importación de manera correcta con base a lo que sugiere (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, s.f.):

El proceso de importación implica varias etapas cruciales: inicialmente, se busca y selecciona cuidadosamente un proveedor internacional que cumpla con los estándares de calidad y precios negociados. Luego, se calculan previamente los impuestos y costos asociados para evitar sorpresas financieras. El pago a los proveedores se realiza de manera segura, asegurando la integridad de la transacción. Posteriormente, se procede con el pago de impuestos y la legalización de la mercancía conforme a las normativas locales. Finalmente, se recibe la mercancía en el país importador, donde se realizan inspecciones aduaneras y de calidad para asegurar el cumplimiento de regulaciones y normativas, facilitando así su distribución y comercialización en el mercado local.

2.3.1.5. ¿Quiénes pueden importar?

En Ecuador, el (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, s.f.) indica que diversas entidades tienen la capacidad de realizar importaciones:

Empresas Privadas: Tanto las empresas pequeñas, medianas como grandes pueden importar productos con el fin de venderlos o utilizarlos dentro del país.

Personas Naturales con RUC: Individuos que estén inscritos como contribuyentes en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) pueden importar bienes para uso personal o comercial.

Organismos Gubernamentales: El gobierno ecuatoriano y sus diferentes instituciones pueden importar bienes para su uso administrativo, para la construcción de infraestructura pública u otros fines gubernamentales.

Instituciones Educativas y Organizaciones sin Fines de Lucro: Universidades, colegios, fundaciones y otras organizaciones sin ánimo de lucro pueden realizar importaciones de equipos, materiales o suministros para llevar a cabo sus actividades.

Personas Jurídicas Públicas: Entidades legalmente reconocidas como empresas públicas o sociedades públicas tienen la capacidad de importar bienes en el contexto de sus actividades comerciales o de servicio público.

2.3.1.6. Requisitos para importar

Para llevar a cabo una importación en Ecuador, es necesario cumplir con diversos requisitos que pueden variar según el tipo de producto y otros factores específicos. Algunos de estos requisitos comunes son:

Registro Único de Contribuyentes (RUC): Tanto las personas naturales como jurídicas deben estar inscritas en el Registro Único de Contribuyentes para realizar operaciones de importación.

Registro de Importador: Se requiere obtener un registro como importador ante la Autoridad Aduanera del Ecuador. Esto implica presentar documentación que demuestre la capacidad legal y financiera para realizar importaciones.

Documentación Aduanera: Es necesario presentar una serie de documentos aduaneros, como la factura comercial, lista de empaque, certificados de origen y otros documentos específicos según el tipo de producto y el país de origen.

Pago de Aranceles e Impuestos: Se deben calcular y pagar los aranceles aduaneros y otros impuestos aplicables a la importación de acuerdo con la clasificación arancelaria del producto y las regulaciones vigentes.

Cumplimiento de Regulaciones Sanitarias y de Calidad: Algunos productos pueden requerir autorizaciones sanitarias, certificaciones de calidad u otros permisos especiales antes de poder ser importados.

Despacho Aduanero: El despacho aduanero debe ser realizado por un agente aduanero autorizado, quien se encargará de presentar la documentación requerida y coordinar con las

autoridades aduaneras para el despacho de la mercancía.

2.3.1.7. ¿Qué es ECUAPASS?

ECUAPASS, desarrollado por la Aduana del Ecuador, es una plataforma digital que simplifica y acelera los trámites del comercio exterior. Permite la presentación electrónica de documentos aduaneros para importaciones, exportaciones y tránsito de mercancías. Su objetivo es mejorar la eficiencia y transparencia de los procesos aduaneros, reducir tiempos de espera y promover un entorno seguro para el comercio internacional en Ecuador. (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, s.f.)

2.3.1.8. Canales de aforo

En Ecuador el (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, s.f.), indica que los canales de aforo se dividen en tres categorías:

Canal de Aforo Automático: Este canal se aplica a mercancías consideradas de bajo riesgo, las cuales no necesitan una revisión adicional por parte de la Aduana. Se libera rápidamente, agilizando el proceso de importación o exportación.

Canal de Aforo Documental: Aquí, las mercancías pueden requerir una revisión de la documentación presentada para asegurar su exactitud y cumplimiento con las normativas aduaneras.

Canal de Aforo Físico: Las mercancías asignadas a este canal son sometidas a una inspección física detallada por parte de la Aduana para verificar su contenido, cantidad, calidad y cumplimiento de las regulaciones.

Estos canales permiten a la Aduana ecuatoriana gestionar de manera eficaz el control de las mercancías, garantizando el cumplimiento de las normativas aduaneras y la prevención de actividades ilícitas en el comercio internacional.

2.3.1.9. Tributos que paga un producto importado

En Ecuador, el (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, s.f.) especifica que los tributos de importación abarcan varios componentes, entre ellos:

Arancel Aduanero: Este impuesto se calcula sobre el valor de los bienes importados y puede ser específico o ad valorem, dependiendo de la medida o el porcentaje del valor de las mercancías.

Impuesto al Valor Agregado (IVA): Aplicado a la importación de bienes y servicios, generalmente a una tasa del 15%, calculado sobre el valor aduanero de las mercancías más los aranceles aduaneros y otros tributos aplicables.

Impuesto a los Consumos Especiales (ICE): Grava productos considerados de lujo o de consumo especial, como licores, cigarrillos, vehículos de alta gama, entre otros.

Tasas y Contribuciones Especiales: Pueden aplicarse según el tipo de mercancía importada y su destino final, con el fin de financiar programas específicos o cubrir costos relacionados con la importación.

2.3.2. Plan de importación

El plan de importación se compone de varias etapas clave para facilitar el proceso de traer productos extranjeros al mercado ecuatoriano. Primero, investigamos qué es lo que la gente en Ecuador quiere y necesita. Luego, buscamos proveedores confiables en otros países que tengan los productos que queremos importar, y nos aseguramos de que sean de buena calidad y a buen precio. Después, nos encargamos de todos los papeleos necesarios para traer esos productos al país y los hacemos llegar a las tiendas o lugares donde la gente los pueda comprar. Finalmente, trabajamos en promocionar y vender esos productos aquí en Ecuador, asegurándonos de que sean populares entre los consumidores locales. Este plan busca asegurar el éxito y la sostenibilidad de nuestra operación de importación, contribuyendo así al crecimiento del comercio internacional en nuestro país.

2.3.3. Juguetes

Los juguetes son artefactos especialmente diseñados para el entretenimiento, la diversión y el desarrollo de habilidades en niños y, en ocasiones, también en adultos. Estos objetos pueden variar en forma, tamaño, material y función, abarcando desde simples elementos como pelotas y muñecas hasta complejos dispositivos electrónicos o juegos de construcción. Su propósito principal es estimular la creatividad, la imaginación y el aprendizaje mediante

el juego, facilitando el desarrollo cognitivo, emocional, social y físico de quienes los utilizan. Los juguetes no solo proporcionan momentos de alegría y diversión, sino que también promueven la exploración, el descubrimiento y el crecimiento integral de los individuos en su etapa de desarrollo.

(Joguiba, 2022) Clasifica a los juguetes según el área de desarrollo y la clasificación es la siguiente:

2.3.3.1. Juguetes sensoriales

Los juguetes sensoriales son artefactos diseñados para estimular los sentidos de los niños, como el tacto, la vista, el oído, el olfato y el gusto, con el fin de promover su desarrollo sensorial y cognitivo. Estos juguetes suelen tener diferentes texturas, colores, sonidos y aromas, ofreciendo experiencias sensoriales variadas que favorecen la exploración y la percepción del entorno.

2.3.3.2. Juguetes de motricidad

Los juguetes de motricidad están diseñados para promover el desarrollo de habilidades motoras en los niños, tanto gruesas como finas. Estos juguetes pueden incluir elementos como pelotas, aros, túneles de gateo, rompecabezas grandes, entre otros, que estimulan la coordinación, el equilibrio, la fuerza muscular y la destreza manual de los niños mientras juegan.

2.3.3.3. Juguetes educativos

Los juguetes educativos son objetos diseñados específicamente para fomentar el aprendizaje y el desarrollo de habilidades en los niños. Estos juguetes suelen estar diseñados con propósitos educativos, como el aprendizaje de letras, números, formas, colores o conceptos científicos, y pueden incluir juegos de mesa, rompecabezas, libros interactivos, entre otros.

2.3.3.4. Juegos cooperativos

Los juguetes cooperativos son aquellos diseñados para fomentar la colaboración, el trabajo en equipo y la comunicación entre los niños que juegan con ellos. A diferencia de los juegos competitivos, donde hay un ganador y un perdedor, los juguetes cooperativos promueven la idea de que todos los participantes trabajen juntos para lograr un objetivo común. Estos

juguetes suelen incluir actividades que requieren que los niños colaboren, resuelvan problemas juntos y compartan ideas y recursos para alcanzar el éxito. Los juguetes cooperativos no solo promueven habilidades sociales y emocionales, como la empatía y la cooperación, sino que también fomentan un sentido de comunidad y pertenencia entre los niños que juegan con ellos.

2.3.3.5. Juegos simbólicos y de imitación

Los juguetes simbólicos o de imitación son aquellos objetos que permiten a los niños representar situaciones, roles o escenarios del mundo real a través del juego imaginativo. Estos juguetes suelen ser réplicas de objetos, herramientas o actividades de la vida cotidiana, como cocinas de juguete, muñecas, herramientas de trabajo o disfraces de personajes. Al interactuar con estos juguetes, los niños pueden experimentar diferentes roles sociales, practicar habilidades de resolución de problemas y desarrollar su creatividad y comprensión del mundo que les rodea. Los juguetes simbólicos no solo son una fuente de entretenimiento, sino que también son herramientas importantes para el desarrollo cognitivo, emocional y social de los niños.

2.3.3.6. Clasificación arancelaria de los juguetes

La clasificación arancelaria de las mercancías varía en cada país, sin embargo, en la mayoría de los casos se utiliza el “Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías” o también reconocido por sus siglas (SA)

Bajo esta clasificación del SA que es de hecho en la que se basa Ecuador podemos encontrar que en la categoría del capítulo 95 se refiere a: “Juguetes, juegos y artículos para recreo o deporte; sus partes y accesorios”

2.3.4. Teorías del Comercio Internacional

En el contexto de importar y comercializar juguetes desde China a Ecuador, dos teorías del comercio internacional son especialmente relevantes. La teoría de la ventaja comparativa: Esta teoría, propuesta por David Ricardo, sugiere que los países se benefician al especializarse en la producción y exportación de bienes en los que tienen una ventaja comparativa, es decir, en los que son relativamente más eficientes en términos de costos de producción. En el caso de importar juguetes desde China a Ecuador, China podría tener una

ventaja comparativa en la producción de juguetes debido a costos laborales más bajos, infraestructura desarrollada y economías de escala en la industria del juguete. Ecuador, por otro lado, podría tener ventajas comparativas en otros sectores. Así, según esta teoría, ambos países se beneficiarían al comerciar: China exportando juguetes y Ecuador importándolos. Y la teoría de las economías de escala: Esta teoría sostiene que la producción a gran escala conduce a menores costos unitarios, lo que permite a las empresas ser más competitivas en el mercado internacional. China es conocida por su capacidad para producir grandes cantidades de productos a costos relativamente bajos debido a su infraestructura industrial desarrollada y a las economías de escala. Al importar juguetes desde China, las empresas ecuatorianas podrían beneficiarse de estos bajos costos de producción y obtener una ventaja competitiva en el mercado local al ofrecer juguetes a precios más competitivos.

Ambas teorías respaldan la idea de importar juguetes desde China a Ecuador, ya que sugieren que ambas economías pueden beneficiarse de la especialización en la producción y el comercio internacional de juguetes, aprovechando las ventajas comparativas y las economías de escala.

2.4. Marco Legal

2.4.1. Base legal para una importación en Ecuador

En Ecuador existen diferentes normativas y leyes que establecen los procedimientos, requisitos y regulaciones legales para una importación. Estas son algunas de las principales regulaciones y leyes que se relacionan con las importaciones en el Ecuador:

- Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNC): Marco legal para contratación pública en Ecuador, relacionada también con la importación de bienes o servicios para el sector público.
- Ley Orgánica de Comercio Exterior, Inversiones y Régimen Cambiario (LOCE): Regulación del comercio exterior en Ecuador, especifica los principios y normas tanto para las importaciones como las exportaciones.
- Reglamento a la Ley de Comercio Exterior (RLCE): Complemento de la anterior

mencionada LOCE, se introduce también temas como clasificación arancelaria, procedimientos aduaneros, valoración aduanera, regímenes especiales y otros.

- Ley de Régimen Tributario Interno (LRTI): Establece las leyes y normas tributarias, incluyendo los aranceles y otros impuestos como por ejemplo el IVA.
- Resolución No. SENAE-DGN-2017-0015: Esta relación es realizada por la SENAE, en esta se encuentra toda la información sobre los procedimientos aduaneros, incluyendo la de las importaciones.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Metodología

Para esta investigación se aplicó diferentes métodos, los cuales son cualitativos y cuantitativos.

3.1.1. Cualitativo

El método cualitativo es una estrategia de investigación que se centra en comprender fenómenos sociales desde una perspectiva detallada y profunda. A diferencia de los métodos cuantitativos, que se basan en datos numéricos, el enfoque cualitativo recopila y analiza información no numérica, como entrevistas, observaciones y análisis de texto. Este método permite explorar la complejidad de los comportamientos, opiniones y experiencias humanas, capturando la riqueza y la diversidad de los contextos sociales estudiados. Se utiliza ampliamente en disciplinas como la sociología, la psicología y la educación para investigar temas que requieren un entendimiento más completo y contextualizado.

3.1.2. Cuantitativo

El método cualitativo es una forma de investigación que se enfoca en entender a fondo los comportamientos, opiniones y experiencias humanas. En lugar de depender de números, como hacen otros métodos, este método recolecta información a través de entrevistas, observaciones y análisis de texto. Es muy útil para explorar temas complejos y entender la perspectiva única de las personas involucradas en un estudio. Se usa mucho en campos como la sociología, la psicología y la educación para investigar aspectos sociales y humanos de manera profunda y detallada.

3.2. Población Y Muestra

3.2.1 Población

En base a los datos recopilados y brindados por el municipio de Antonio Ante podemos verificar la cantidad de negocios que existen en Antonio Ante que se dedican a una actividad comercial igual o similar a la del comercial arcoíris de Atuntaqui. (Tabla 2 y anexo 2).

En Antonio Ante existen:

Tabla 1. Cantidad y tipo de negocios en Antonio Ante

4	Actividad de Juegos Infantiles.
24	Comercialización de variedad de artículos de bazar.
13	Venta al por mayor de artículos de bazar en general.
5	Venta al por menor y mayor de productos de confitería, juegos y juguetes.

Nota. Especificación de la cantidad de negocios establecidos en Antonio Ante, además del tipo de actividad que realizan.

Elaborado por: Yépez, B.

Por lo tanto, tenemos una población de 46 negocios.

3.2.2 Muestra

Para calcular el tamaño de una muestra, sabiendo el tamaño de la población se utiliza la siguiente formula:

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

En donde:

n= tamaño de muestra

N = universo o total población

z = nivel de confianza, cuando vamos a calcular,

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada

q = probabilidad de fracaso

e = error máximo admisible en términos de proporción

Datos:

$n = X$

$N = 43$ clientes potenciales de juguetes en Antonio Ante

$z =$ nivel de confianza elegido igual a 1.96

$p =$ probabilidad de éxito = 50% = 0,5

$q =$ probabilidad de fracaso = 50% = 0,5

$e =$ error máximo permitido = 5% = 0,05

Remplazando datos:

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)(43)}{0.05^2(46 - 1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{41.30}{0.1125 + 0.9604}$$

$$n = \frac{41.30}{1.07}$$

$$n = 38.59$$

$$n = 39$$

Para una población de 46 con un margen de error de 5% la muestra deberá ser de 39 encuestas.

3.3.Instrumentos

3.3.1. Entrevista

Esta técnica se la utilizo el 26 de junio con la finalidad de obtener información importante sobre el conocimiento que poseen los dueños del Comercial Arcoíris Atuntaqui, por lo que podemos deducir que la empresa se encuentra en la capacidad económica para realizar una

importación, además que están enterados del proceso que se lleva a cabo para poder realizar la importación, la empresa ya ha realizado procesos de importación con anterioridad pero al por menor y están dispuestos a dar este paso, una de sus principales motivaciones para realizar la importación es el incremento del margen de ganancias que produce el importar.

3.3.2. Encuesta

Se realizó 39 encuestas a personas que trabajan y administran empresas dedicadas en actividades comerciales igual o similares a “Comercial Arcoíris” que se relacionen con la venta de juguetes. Las encuestas fueron realizadas entre el 1 y 5 de Julio en negocios de la ciudad de Atuntaqui y otros sectores dentro del cantón Antonio Ante, esto en base a la población y muestra obtenidas en base a los datos brindados por la municipalidad. Con la aplicación de la encuesta a una muestra de 39 empresas relacionadas con la venta de juguetes podemos deducir que, un 69% de los 43 negocios relacionados con la actividad comercial antes mencionada, pueden ser potenciales clientes para la distribución de juguetes en Comercial Arcoíris, de los cuales el 70% está dispuesto para abrir una negociación mientras el 30% se presta para escuchar una propuesta. En números más simples podemos decir que de 43 negocios objetivos que están en nuestra población 30 son posibles clientes de los cuales 21 están dispuestos a hacer una negociación y 9 tienen la opción de discutir las posibilidades.

3.4. Procedimiento

El proceso para aplicar las herramientas de trabajo, son de manera individual tanto en la entrevista como las encuestas, la entrevista se realizó en un solo día mientras las encuestas se las aplico en un proceso 5 días, cabe recalcar que las encuestas fueron realizadas y contestadas por personal que mantiene labores activas en negocios relacionados con la compra y venta de juguetes.

- ¿Las actividades de la empresa a la que usted pertenece se relaciona con la venta de juguetes?

Tabla 2. Frecuencia relativa de las actividades de la empresa

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	39	100%
NO	0	0%
TOTAL	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en relación con las ventas de los juguetes de la empresa.
Elaborado por: Yépez, B.

Figura 1. Porcentaje de la actividad comercial



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: Como podemos observar en la figura, todas las personas encuestas forman parte de una empresa en la que se relacionen con venta de juguetes.

Interpretación: Todas las personas encuestadas pertenecen a una empresa la cual se relaciona con la venta de juguetes por lo que tenemos confianza de que nuestra muestra es confiable y que estas empresas pueden ser posibles clientes.

- ¿Cuántos años de operación tiene el negocio al que pertenece?

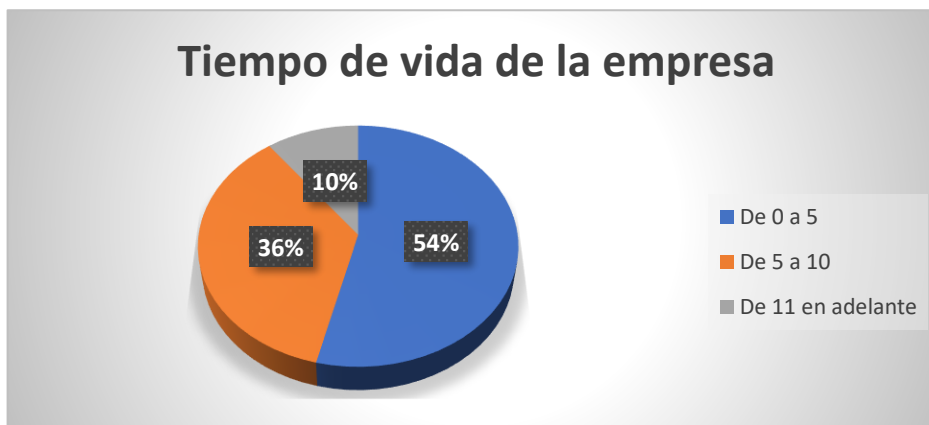
Tabla 3. Frecuencia relativa de acuerdo con los años de operación

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
DE 0 A 5 AÑOS	21	54%
DE 5 A 10 AÑOS	14	36%
11 AÑOS O MAS	4	10%
TOTAL	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en la que se opera el negocio.

Elaborado por: Yépez, B.

Figura 2. Porcentaje del tiempo de vida de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: El 54% de las empresas encuestadas tienen un tiempo de funcionamiento de máximo 5 años.

Interpretación: La mayoría de las empresas tienen un periodo de funcionamiento corto, por lo que es probable que tengan una muy corta experiencia en el mercado.

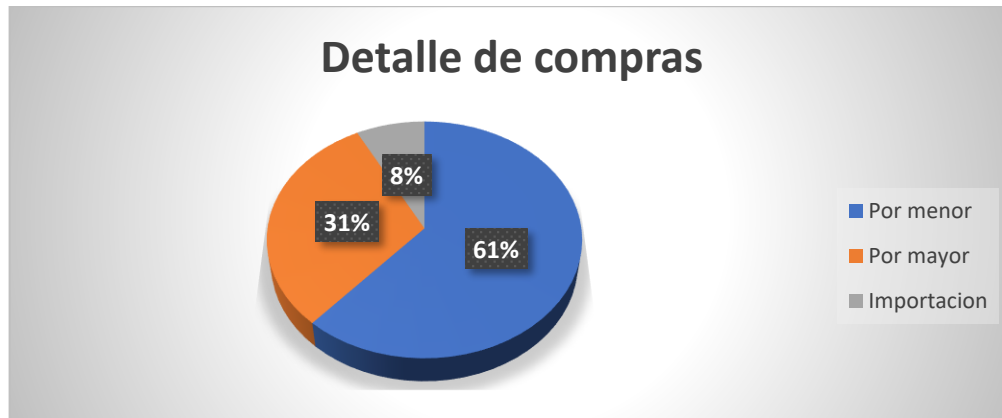
- ¿Cuál de estas opciones representa más la manera en la que adquiere nuevos productos para su negocio?

Tabla 4. Frecuencia relativa de acuerdo con la adquisición de nuevos productos

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
Compra al por menor o a detalle (menos de una caja) con pequeños beneficios o descuentos económicos.	24	62%
Compra al por mayor de proveedores o fabricas nacionales.	12	31%
Importación	3	7%
Total	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en la que se adquiere un nuevo producto de acuerdo con su detalle.
Elaborado por: Yépez, B.

Figura 3. Porcentaje del detalle de compra



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: El autor

Análisis: El 62% de estas empresas, adquieren sus productos en modalidad de compras por menor o a detalle, sus compras no completan la caja completa de un mismo producto.

Interpretación: La mayoría de las empresas compran en pequeñas cantidades por lo que los beneficios económicos que obtienen no son los que generan mejores utilidades, por lo tanto, una buena propuesta de distribución con buenos beneficios económicos sería ideal para estas empresas.

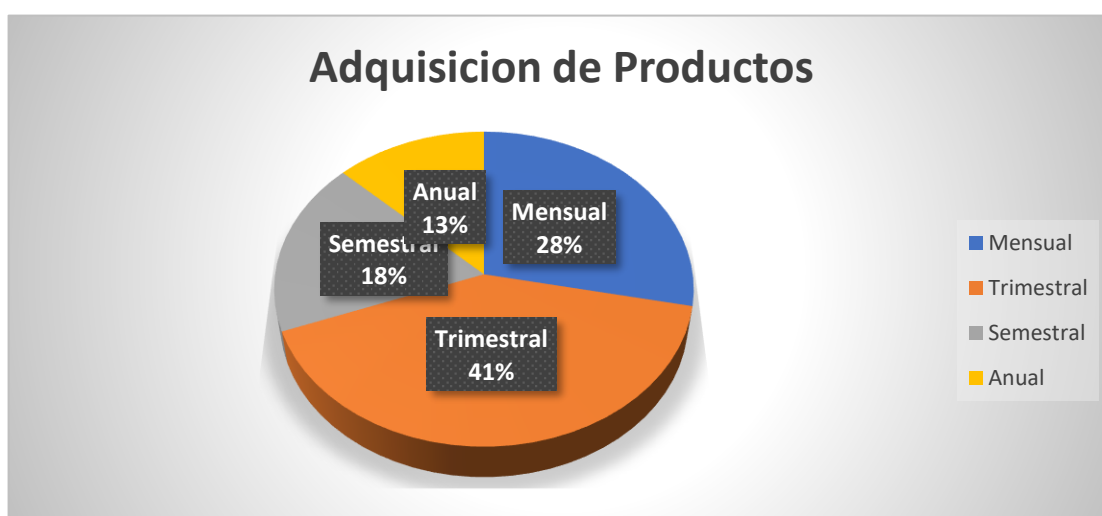
- ¿Con que frecuencia adquiere productos para surtir su negocio?

Tabla 5. Frecuencia relativa de acuerdo con la adquisición y surtido de productos

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
MENSUAL	11	28%
TRIMESTRAL	16	41%
SEMESTRAL	7	18%
ANUAL	5	13%
TOTAL	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en la que los productos son adquiridos y surtidos en el negocio.
Elaborado por: Yépez, B.

Figura 4. Porcentaje de la adquisición de productos



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: El 41% de las empresas compran sus productos de manera trimestral, y el 28% de manera mensual.

Interpretación: La mayoría de las empresas requieren de una distribución constante de productos enfocados principalmente de manera mensual y trimestral, esta pregunta nos ayuda a saber un estimado de cuantas importaciones anuales de juguetes debe realizar Comercial Arcoíris.

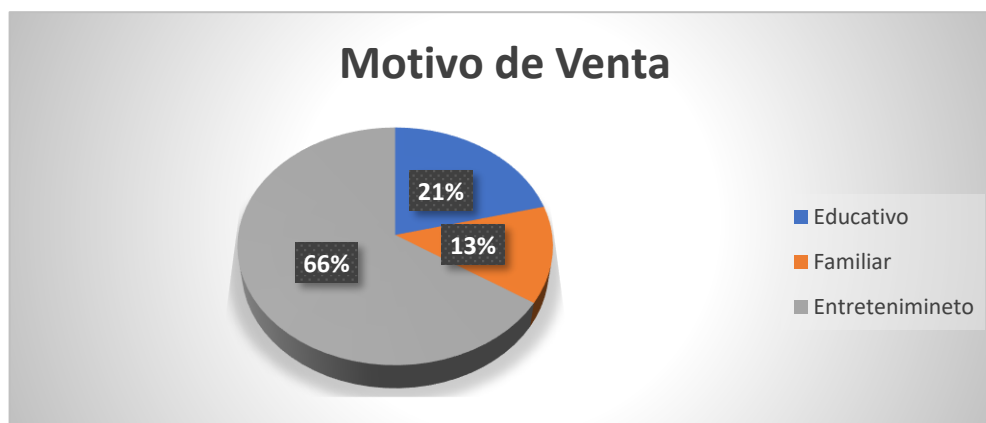
- ¿Qué categoría de juguetes considera usted que son los más vendidos?

Tabla 6. Frecuencia relativa de acuerdo con los productos más vendidos del negocio

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
EDUCATIVO	8	20%
FAMILIAR	5	13%
ENTRETENIMIENTO	25	67%
TOTAL	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en la que un producto es vendido de acuerdo con su categoría.
Elaborado por: Yépez, B.

Figura 5. Porcentaje del motivo de venta



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: El 67% de los clientes de las empresas, compran sus juguetes con los fines de entretenimiento, mientras 20% es con fines educativos y el 13% con fines familiares.

Interpretación: La gran mayoría de personas compran juguetes con fines de entretenimiento por lo que sería recomendable que la empresa Comercial Arcoíris se enfoque en esta categoría de productos.

- En las diferentes categorías, señale el producto más vendido en su empresa:

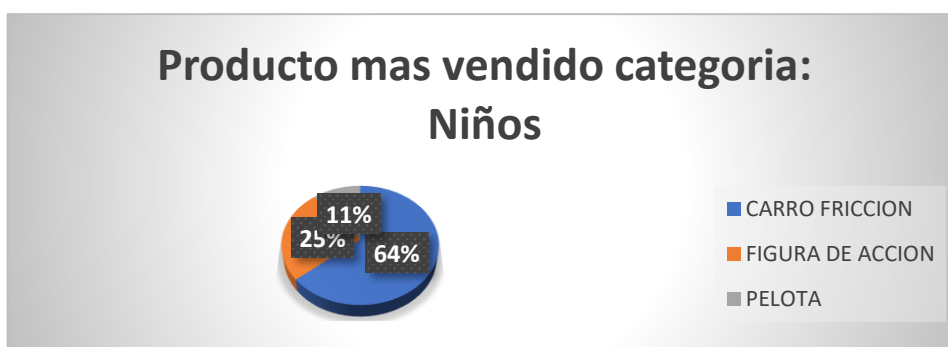
NIÑOS:

Tabla 7. Frecuencia relativa de acuerdo con los productos que más compran los niños

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
CARRO DE FRICCIÓN	19	48%
FIGURA DE ACCIÓN	13	33%
PELOTAS	7	15%
TOTAL	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en el que un producto es vendido de acuerdo con la categoría, y el género del vendedor (en este caso, masculino).
Elaborado por: Yépez, B.

Figura 6. Porcentaje del producto más vendido para los niños



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: El 48% de las empresas venden a los niños carros de fricción que es mayoría ante las figuras de acción y las pelotas

Interpretación: Los clientes que compran juguetes para niños prefieren comprar carros de fricción por lo que es recomendable que se importe este tipo de juguete.

NIÑAS:

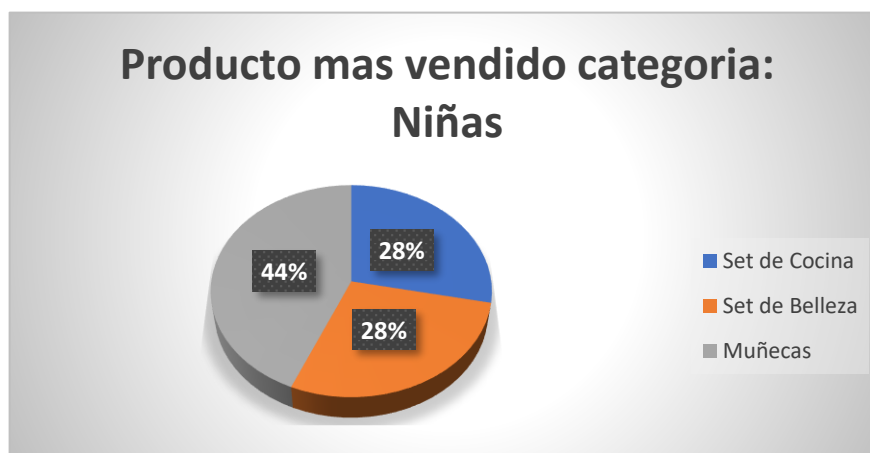
Tabla 8. Frecuencia relativa de acuerdo con los productos que más compran las niñas

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
SET DE COCINA	11	28%
SET DE BELLEZA	11	28%
MUÑECAS	17	44%
TOTAL	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en el que un producto es vendido de acuerdo con la categoría, y el género del vendedor (en este caso, femenino).

Elaborado por: Yépez, B.

Figura 7. Porcentaje del producto más vendido para las niñas



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: El 48% de los empresarios indica que cuando se venden juguetes de niña, de preferencia son muñecas.

Interpretación: Comercial arcoíris debería enfocarse en comprar muñecas para distribuir a los posibles compradores.

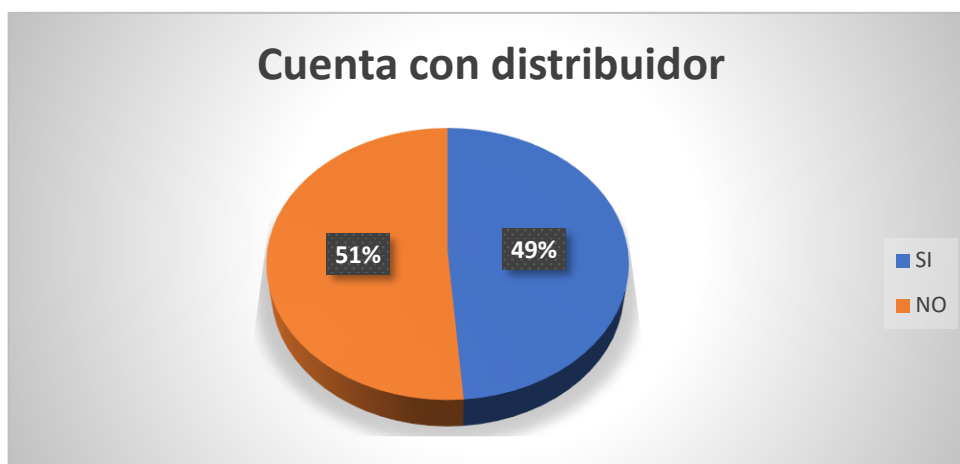
- ¿Su empresa cuenta con un distribuidor fijo?

Tabla 9. Frecuencia relativa de acuerdo con la presencia de un distribuidor fijo

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	19	49%
No	20	51%
Total	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en las que un negocio cuenta o no con un distribuidor fijo.
Elaborado por: Yépez, B.

Figura 8. Porcentaje de si un negocio cuenta o no con distribuidor fijo



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: El 51% de las empresas no tienen un distribuidor de juguetes fijo, mientras el 49% si cuentan con un distribuidor permanente para sus juguetes.

Interpretación: Más de la mitad las empresas no cuentan con un distribuidor de juguetes fijo, por lo que se puede deducir que están abiertos a recibir nuevas ofertas y atender a nuevos distribuidores.

- Si su respuesta anterior fue Sí, ¿Estaría su empresa abierta a recibir un nuevo distribuidor?

Tabla 10. Frecuencia relativa de acuerdo con el recibimiento de un nuevo distribuidor

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	7	36%
NO	12	63%
TOTAL	19	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en las que un negocio acepta o no un nuevo distribuidor.
Elaborado por: Yépez, B.

Figura 9. Porcentaje de la disposición de los negocios en recibir nuevas ofertas de distribuidores



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: De las 19 empresas que cuentan ya con uno o más distribuidores fijos únicamente 7 están abiertas a recibir nuevas ofertas.

Interpretación: Con un total de 27 empresas abiertas a recibir nuevas ofertas para la distribución, podemos deducir que tenemos un total el 69% de empresas que pueden ser potenciales clientes.

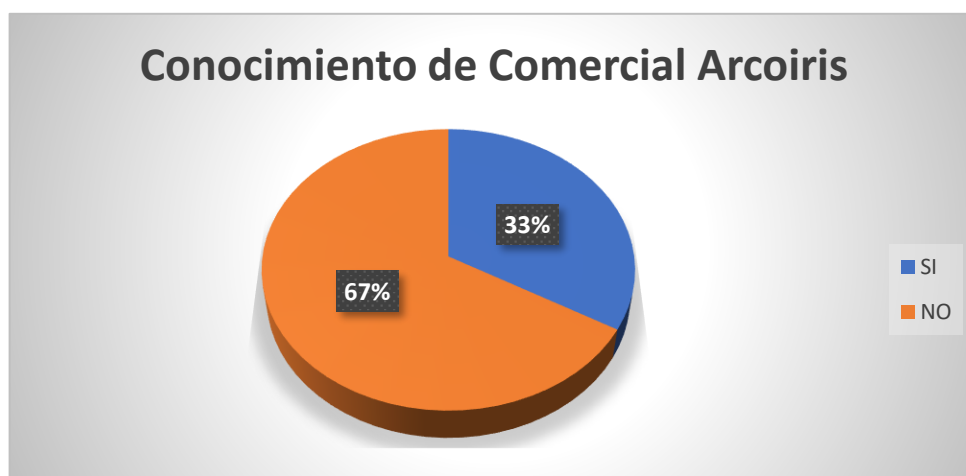
- ¿Conoce usted Comercial Arcoíris?

Tabla 11. Frecuencia relativa de acuerdo con el conocimiento del Comercial Arcoíris

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	13	33%
NO	26	67%
TOTAL	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en las que se conoce o no al Comercial Arcoíris.
Elaborado por: Yépez, B.

Figura 10. Porcentaje del conocimiento del Centro Comercial Arcoíris



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: El 67% de los negocios de venta de juguetes no tiene conocimiento de la existencia de Comercial arcoíris y el 33% si lo conoce.

Interpretación: Comercial Arcoíris debe mejorar en su publicidad y hacer una invitación formal a los posibles clientes para que conozcan sus instalaciones y puedan tener mayor seguridad y confianza a la hora de realizar un negocio.

- ¿Consideraría usted a Comercial Arcoírís un potencial proveedor, cuando esta le ofrece productos de calidad, y precios de importación?

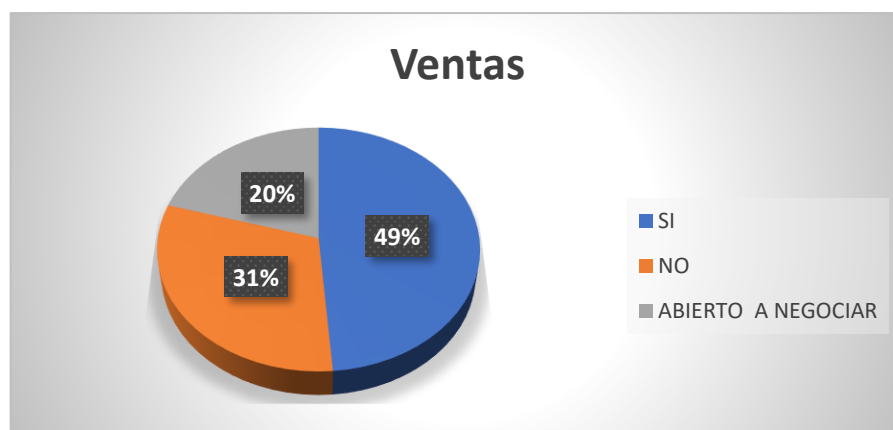
Tabla 12. Frecuencia relativa de acuerdo con el ofrecimiento de productos de calidad y a buen precio

DETALLE	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	19	48%
NO	12	31%
ABIERTO A NEGOCIAR	8	21%
TOTAL	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en las que se considera o no al Comercial Arcoírís como un potencial proveedor.

Elaborado por: Yépez, B.

Figura 11. Porcentaje del reconocimiento del Centro Comercial Arcoírís un potencial proveedor



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: Un 48% de los negocios dedicados a la venta de juguetes consideran que Comercial Arcoírís puede ser un potencial proveedor para ellos, un 21% está dispuesto a escuchar una negociación y el 31% no consideran.

Interpretación: Esto indica que comercial arcoíris podría llegar a obtener hasta un 69% de posibles socios y compradores abiertos a negociar, por lo que una oferta y negociación atractiva podría asegurar un nuevo socio o cliente.

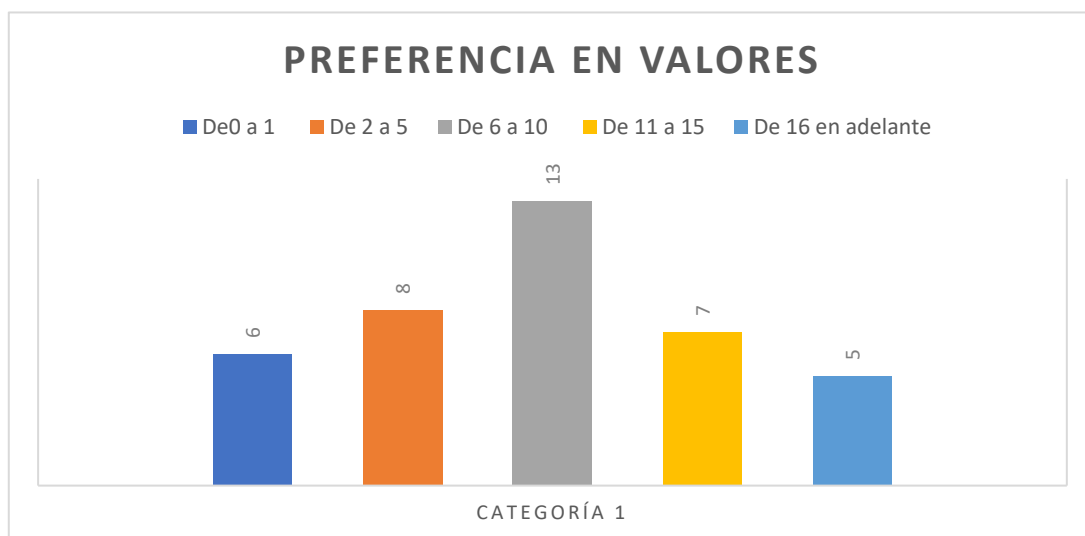
- ¿Qué valor considera usted es el más aceptado por sus clientes?

Tabla 13. Frecuencia relativa de acuerdo con el valor más accesible para la clientela

Detalle	Frecuencia	Frecuencia Relativa
De \$0 a \$1.	6	15%
De \$2 a \$5	8	20%
DE \$6 a \$10	13	34%
De \$11 a \$15	7	18%
De \$16 en adelante	5	13%
Total	39	100%

Nota. Porcentaje de la cantidad de veces en las que se considera óptimo un valor para la venta de los productos.
Elaborado por: Yépez, B.

Figura 12. Gráfico de acuerdo con las preferencias en cuanto a valores de los productos



Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

Análisis: 34% de los negocios han indicado que los consumidores prefieren productos con un rango de valor de entre \$6 y \$10 (venta al público).

Interpretación: Al observar el gráfico también podemos ver como todas las respuestas tienen una inclinación para el rango de entre \$6 y \$10 por lo que es ideal buscar productos que estimen este valor de comercialización.

Con la aplicación de la encuesta a una muestra de 39 empresas relacionadas con la venta de juguetes podemos deducir que, un 69% de los 43 negocios relacionados con la actividad comercial antes mencionada, pueden ser potenciales clientes para la distribución de juguetes en Comercial Arcoíris, de los cuales el 70% está dispuesto para abrir una negociación mientras el 30% se presta para escuchar una propuesta. En números más simples podemos decir que de 43 negocios objetivos que están en nuestra población 30 son posibles clientes de los cuales 21 están dispuestos a hacer una negociación y 9 tienen la opción de discutir las posibilidades.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1. Matriz POAM

Tabla 14. Matriz POAM de acuerdo con el estudio de mercado del negocio

	CHINA				ESTADOS UNIDOS				JAPÓN			
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Tasa de crecimiento PIB	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
PIB-Per Cápita	Bajo	1			Alto	3			Medio	2		
Desempleo			Medio	2			Bajo	1			Medio	2
Tasa de inflación anual			Bajo	1			Alto	3			Bajo	1
	Suma	3	Suma	3	Suma	6	Suma	3	Suma	4	Suma	3
	Promedio	1,5	Promedio	1,5	Promedio	3	Promedio	1,5	Promedio	2	Promedio	1,5
FACTORES POLÍTICOS												
Acuerdos comerciales	Bajo	1			Bajo	1			Bajo	1		
Riesgo país			Bajo	1			Medio	2			Bajo	1
	Suma	1	Suma	1	Suma	1	Suma	2	Suma	1	Suma	1
	Promedio	0,5	Promedio	0,5	Promedio	0,5	Promedio	2	Promedio	0,5	Promedio	0,5
FACTORES LEGALES												
Arancelarios	Medio	2			Medio	2			Medio	2		
Para Arancelarios	Medio	2			Medio	2			Medio	2		
	Suma	4	Suma		Suma	4	Suma		Suma	4	Suma	
	Promedio	2	Promedio		Promedio	2	Promedio		Promedio	2	Promedio	
FACTORES GEOGRÁFICOS												
Ubicación	Bajo	1			Alto	3			Medio	2		
Transporte	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Costos	Alto	3			Bajo	1			Bajo	1		
	Suma	7	Suma		Suma	6	Suma		Suma	5	Suma	
	Promedio	2,33	Promedio		Promedio	2	Promedio		Promedio	1,67	Promedio	
	China				Estados Unidos				Japón			
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	1,5		1,5		3		1,5		2		1,5	
FACTORES POLÍTICOS	0,5		0,5		0,5		2		0,5		0,5	
FACTORES LEGALES	2				2				2			
FACTORES GEOGRÁFICOS	2,33				2				1,67			
Suma	6,33		2		7,5		3,5		6,17		2	
Promedio	4,33				4				4,17			

OPORTUNIDADES	ALTA	3
	MEDIA	2
	BAJA	1
AMENAZAS	ALTA	3
	MEDIA	2
	BAJA	1

Nota. Matriz POAM del Comercial Arcoíris.
Elaborado por: Yépez, B.

4.1.1.1. Análisis de Matriz POAM

Para poder identificar los potenciales países proveedores de juguetes, se ha realizado un análisis en diferentes herramientas tales como son: Trade Map, Acces Map, ProEcuador y entre otras, con los datos se pudo determinar que entre los diferentes países candidatos a proveedores se encuentran China, Estados Unidos y Japón. Siendo China un proveedor destacado por sus precios y mano de obra barata, Estados Unidos por crear y tener licencia de juguetes y personajes reconocidos, y Japón por su tecnología. En base a esto se realizó una Matriz POAM, en la que se logró determinar que el principal país candidato para realizar esta importación es China con un puntaje de 4.33 seguido por Japón con un puntaje de 4.17 y finalmente Estados Unidos con un puntaje de 4.

En esta ocasión el enfoque principal estará direccionado al estado chino pues es reconocido por muchos como el mejor proveedor de juguetes, destacando por su variedad de modelos, calidades y precios. En base a los últimos datos anuales publicados por (Banco Mundial, 2023) el PIB per cápita de China para el año 2022 fue de \$12 720.20, además cuenta con una población activa de 781 831 676, que representan a personas que están empleadas en china o realizan actividades que les generan ganancias económicas, por lo que tienen una tasa de desempleo muy baja con relación a los otros países, la cual representa únicamente el 4.9% de la población activa total.

4.1.1.2. Matriz de análisis de las empresas ofertantes de China

Ya seleccionado el país de donde se realizará la importación, el cual en este caso es “China” se realiza también una búsqueda de proveedores en la plataforma de Alibaba.com, 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 15. Indicadores de los productos

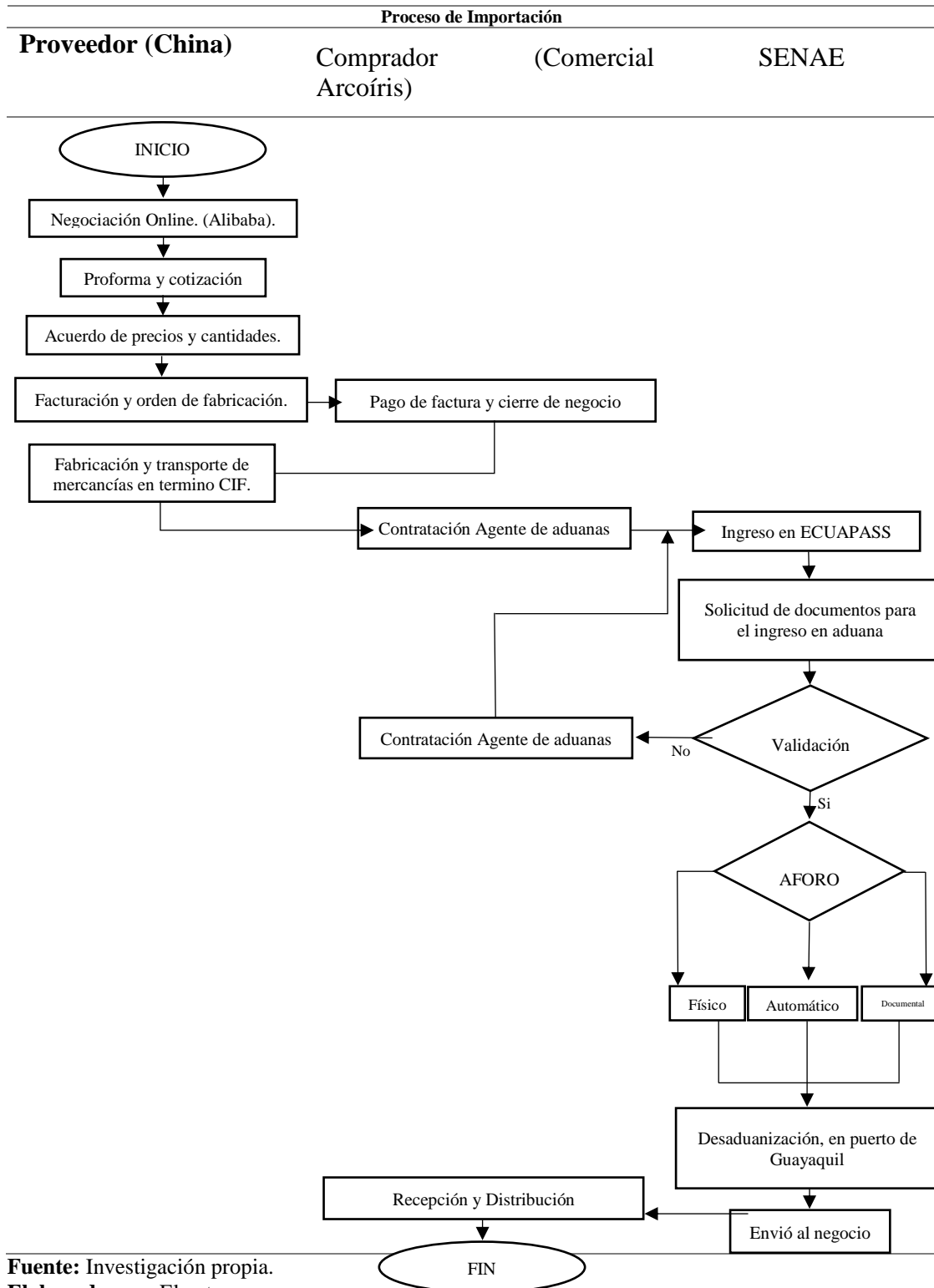
Indicadores	Hang Wing Plastic Industry Co., Ltd	Shantou Hengya Toys Co., Ltd.	Chenghai Co. Ltd.	Shantou Longxi Toys Co. Ltd.
Material	Plástico	Plástico		Plástico
Color	Varios	Único		Varios
Diseño	Único	Único		Varios
Capacidad de producción	3 000/ semana	5 000/ mes		2700 / semana
Precio Estimado	\$3.90-\$4.45	\$4.30-\$5.20		\$1.76-\$1.98
Muñecas (Publicado en alibaba)				
Pedido Mínimo Muñecas	2000	3000		4800
Verificación Alibaba	Si	No		No
Trade Assurance (Seguro)	Si	No		Si
Cantidad de Reseñas	19	2		21
Calificación sobre 5	4.9	5		4.8

Nota. Tabla de los indicadores que determinarán la selección del mejor proveedor de acuerdo a los resultados. Elaborado por: Yépez, B.

Una vez analizada la matriz comparativa de las 3 empresas proveedoras, se logra determinó que los indicadores que muestra Shantou Longxi Toys Co. Ltd. Muestran un balance entre los aspectos económicos, variación del producto y confianza al momento de hacer un trato mediante Alibaba. Por lo que será la empresa escogida de la cual se van a importar los productos.

4.1.2. Flujograma de Importación

Figura 13. Flujograma de importación del Comercial Arcoíris



Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: El autor

4.2. Estudio económico financiero

4.2.1.1. Evaluación Económica del proyecto con financiamiento

Tabla 16. Evaluación Económica del Proyecto con Financiamiento

EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO EFECTIVO	20.535,24	32.114,48	46.767,34	65.174,53	88.441,39
COSTO OPORTUNIDAD	28,71%				
VALOR ACTUAL NETO	76056,36				
COSTO BENEFICIO	\$ 3,53				
TASA INTERNA DE RETORNO	103%				
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	1 año 10 meses 1 día				

Elaborado por: Bryan Yépez

5. PROPUESTA

5.1. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

5.1.1. Macro Localización

La empresa se localiza en el barrio centra de la ciudad de Atuntaqui, en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura. Atuntaqui es una ciudad pequeña, muy reconocida por las múltiples fábricas textiles que en ella se encuentra, se ubica entre Ibarra y Otavalo.

Figura 14. Macro localización



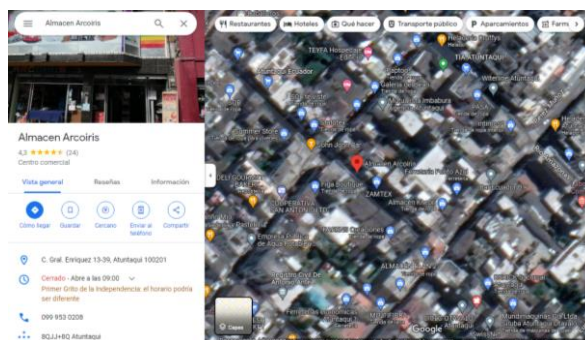
Fuente: Google Maps (google.com)

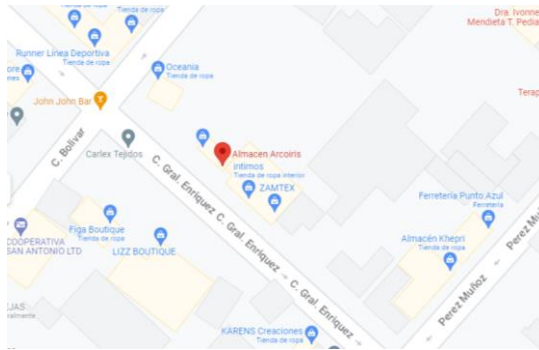
5.1.2. Micro Localización

El Comercial Arcoíris está ubicado a una cuadra de diferencia del parque principal, en el centro de la ciudad de Atuntaqui, en la calle General Enríquez la cual es principal de la ciudad, entre el cruce con las calles Bolívar y Perez Muñoz.

La ubicación es un lugar muy bueno en el sentido comercial, pues es parte de las calles más concurridas de la ciudad y en las que mayor afluencia de personas hay, además de tener un fácil acceso con la panamericana y que se considera dentro del recinto ferial cuando se hace un cierre de vías para días festivos o ferias textiles.

Figura 15. Micro localización





Fuente: Google Maps (google.com)

5.2.Propuesta Administrativa

5.2.1. Comercial Arcoiris

Comercial Arcoiris es una empresa que inicia sus funciones desde el año 2007, su nombre Comercial, representando así un lugar donde se encuentra el comercio, la compra y venta de productos, y la palabra Arcoiris, que con su diversidad de colores ayuda a representar la gran variedad de productos que ofrece, para todo tipo de público.

5.2.2. Logo

Figura 16. Logotipo del Centro Comercial Arcoiris



Fuente: Facebook (página comercial del Comercial Arcoiris Atuntaqui)

5.2.3. Misión

“Comercial Arcoiris” es una empresa ubicada en la ciudad de Atuntaqui, la cual tiene el objetivo de brindar a sus clientes una gran variedad de productos al por mayor y menor, a

los mejores precios y en un solo lugar.

5.2.4. Visión

Para el 2028 “Comercial Arcoíris” liderará el área de juguetería y artículos para el hogar en Imbabura, siendo el principal proveedor del mercado siendo un gran aliado para clientes mayoristas y la mejor opción para el consumidor final, abarcando así ventas al por mayor y menor en la zona.

5.2.5. Valores

Calidad: Compromiso con la producción y venta de productos de alta calidad que sean seguros, duraderos y cumplan con los estándares de seguridad.

Creatividad e Innovación: Fomento de la creatividad y la innovación tanto en la selección de productos como en la forma en que se presentan y promocionan.

Diversidad y Variedad: Ofrecer una amplia gama de productos que abarquen diferentes edades, intereses y necesidades, promoviendo la diversidad y la inclusión.

Ética y Responsabilidad Social: Operar de manera ética y responsable, en las relaciones con los proveedores y la comunidad. Contribución a causas sociales y benéficas.

Satisfacción del Cliente: Enfoque en brindar una experiencia excepcional al cliente, desde la facilidad de compra hasta el servicio postventa.

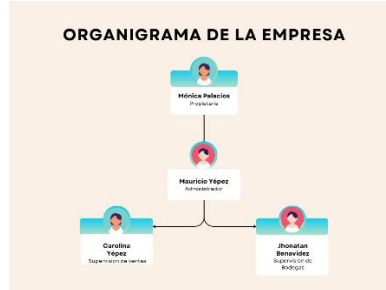
Desarrollo Infantil y Educativo: Ofrecer productos que fomenten el desarrollo cognitivo, emocional y físico de los niños, promoviendo el juego educativo y estimulante.

Inspiración y Felicidad Familiar: Proporcionar productos que inspiren momentos de alegría, risas y conexiones familiares en el hogar.

Seguridad y Confianza: Garantizar la seguridad de los productos vendidos y ganar la confianza de los clientes a través de prácticas empresariales honestas y transparentes.

5.2.6. Organigrama Estructural

Figura 17. Organigrama del Comercial Arcoíris



Fuente: Elaboración propia
Elaborado por: El autor

5.2.7. Manual de Funciones

Tabla 17. Manual de funciones

Comercial Arcoíris		
Departamento/ cargo	Requisitos	Funciones
Gerente	-Propietaria	-Planificar los objetivos de la empresa. -Tomar las decisiones sobre las actividades que va a realizar la empresa. -Negociaciones con proveedores y clientes mayoristas -Evaluar los resultados
Administrador	-Título de Tercer nivel -Dos o más años de experiencia en nuestra empresa o empresa similar -Habilidades de dirección y liderazgo -Responsabilidad y honestidad	-Cobros, Pagos y control de caja. -Control y liderazgo sobre los demás empleados. -Ingreso de nuevas mercancías en el sistema contable digital y el reporte de novedades.

Supervisor de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> -Título de bachiller - Carisma y buen carácter. -Amabilidad y actitud. -Creatividad -Dominar operaciones matemáticas básicas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Mantener el orden y limpieza en el local. -Atención a los clientes. - Decoración y planes para aumentar las ventas -Revisión y verificación de nuevas mercancías.
Supervisor de Bodegas	<ul style="list-style-type: none"> -Título de Bachiller. -Capacidad para realizar actividad física. (Fuerza, subir y bajar escaleras). - Dominar operaciones matemáticas básicas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Mantener el orden y limpieza en las bodegas. -Contabilizar y controlar las cantidades de producto en bodega. -Ingresar nuevas mercancías en bodega de forma ordenada

Elaborado por: El autor

5.3.ESTUDIO DE MERCADO

5.3.1. *Objetivo*

Realizar un estudio de mercado de juguetes para la ciudad de Atuntaqui y su zona de influencia, dentro de esto el mercado del cual se va a realizar la importación del producto.

5.3.2. *Identificación del mercado Objetivo*

5.3.2.1.Evolución de las importaciones por Ecuador

Tabla 18. Juguetes importados por Ecuador, del capítulo 9503

Descripción del producto	2018	2019	2020	2021	2022
	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Producto: 9503 Triciclos, scooters, pedales de coche y ruedas de juguete similares, sillas y coches para muñecas y muñecos. otros juguetes; a escala reducida de modelos recreativos, para el trabajo o no; puzzles de cualquier clase	84.218	87.521	46.673	64.647	92.939

Fuente: Trade Map

Unidad: Miles de dólares americanos

Elaborado por: Bryan Yépez

5.3.3. Principales mercados

5.3.3.1. Origen de las importaciones del Ecuador

Tabla 19. Listado de mercados exportadores de juguetes importadas por Ecuador, Capítulo 9503

Ecuador importa de:	2018	2019	2020	2021	2022
	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Mundo	84.218	87.521	46.673	64.647	92.939
China	71.434	76.785	39.810	52.370	77.785
Estados Unidos	3.507	1.763	1.343	1.867	1.649
Japón	1	5	8	11	21

Fuente: Trade Map

Unidad: Miles de dólares americanos

Elaborado por: Bryan Yépez

5.3.3.2. Exportaciones mundiales

Tabla 20. Exportaciones mundiales de sillas de ruedas, capítulo 9503

Descripción del producto	2018	2019	2020	2021	2022
	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Producto: 9503 Triciclos, scooters, pedales de coche y ruedas de juguete similares, sillas y coches para muñecas y muñecos. otros juguetes; a escala reducida de modelos recreativos, para el trabajo o no; puzzles de cualquier clase	46.291.900	51.744.949	54.178.733	70.976.384	72.553.683

Fuente: Trade Map

Unidad: Miles de dólares americanos

Elaborado por: Bryan Yépez

5.3.3.3. Datos de países exportadores

Tabla 21. Mercados exportadores de juguetes, capítulo 9503

Exportaciones	2018	2019	2020	2021	2022
	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
China	25.467.875	31.136.836	33.482.981	46.118.845	48.356.191
Estados Unidos	1.245.930	1.142.746	1.117.440	1.365.046	1.351.037
Japón	249.100	274.967	307.109	414.620	367.088

Fuente: Trade Map

Unidad: Miles de dólares americanos

Elaborado por: Bryan Yépez

5.3.4. Principales Competidores

5.3.4.1. Importaciones mundiales

Tabla 22. Importaciones mundiales de juguetes, partida 9503

Descripción del producto	2018	2019	2020	2021	2022
	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Producto: 9503 Triciclos, scooters, pedales de coche y ruedas de juguete similares, sillas y coches para muñecas y muñecos. otros juguetes; a escala reducida de modelos recreativos, para el trabajo o no; puzzles de cualquier clase	50.227.862	50.594.648	47.561.207	60.415.443	65.756.591

Fuente: Trade Map

Unidad: Miles de dólares americanos

Elaborado por: Bryan Yépez

5.3.4.2. Principales países importadores

Tabla 23. Listado de principales países importadores de juguetes, capítulo 9503

Importaciones	2018	2019	2020	2021	2022
	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Estados Unidos	14.744.931	2.795.968	14.352.993	19.614.717	22.153.371
Alemania	3.370.358	3.345.220	3.439.434	4.160.912	4.066.298
Reino Unido	2.795.968	2.728.911	2.680.435	2.876.692	3.213.367

Fuente: Trade Map

Unidad: Miles de dólares americanos

Elaborado por: Bryan Yépez

5.3.4.3. Comportamiento y Tendencias

(Pacheco, 2021) Nos dice en su publicación realizada en diario el comercio:

“Los pasillos de las jugueterías se han vuelto a llenar en esta temporada previa a la Navidad. Luego de que la venta de estos productos cayera en 2020, por la pandemia provocada por el covid-19. La demanda de muñecas, figuras de acción, carros y otros artículos muestra una recuperación.

Entre enero y septiembre de este 2021 la importación de juguetes se incrementó en un 26% en relación con el mismo periodo de 2020, según información proporcionada por la Cámara de Comercio de Quito, con cifras del Banco Central del Ecuador

(BCE).”

En base a esta noticia y a los datos importación que recolectamos de TRADE MAP en las tablas anteriores, podemos ver como la demanda de juguetes sigue subiendo con el pasar del tiempo, tanto en cantidades como en valor, a pesar de ser un mercado muy afectado por la pandemia se ha logrado recuperar y va en crecimiento.

5.3.4.4. Oportunidades Comerciales

5.3.5. CHINA

Bandera



Factores Socioeconómicos

Según datos recopilados por (Banco Mundial, 2023):

- **Población:** China, posee una población de 1.412.120.000 personas (2021), en base a fuente del Banco Mundial.
- **Crecimiento poblacional:** Tiene un 0% cambio anual (2022), en base a fuente del Banco Mundial.
- **PIB:** China tiene un PIB de 17.73 billones USD (2021), en base a fuente del Banco Mundial.
- **PIB per cápita:** China posee un PIB per cápita de 12 720.20 USD (2022), en base a fuente del Banco Mundial.
- **Moneda:** Su moneda oficial es el Renminbi (Yuan).
- **Idioma:** Su idioma oficial es el mandarín.
- **PEA:** La Poblacion Economicamente eactiva de China es de 781 831 676, en base a fuente del Banco Mundial.

La estadística muestra la Población Económicamente Activa de China, en el año 2022, en el

cual podemos apreciar que 781 831 676 personas están empleadas o realizan una actividad que les genera ingresos.

- **Desempleo:** China posee una tasa de desempleo de China en el año 2021 de 4,8%, en base a fuente del Banco Mundial.
- **Inflación:** (2022) China aumentó aproximadamente un 2 % con respecto al año anterior, en base a fuente del Banco Mundial.

Factores Políticos

Los factores políticos que influyen entre Ecuador y China son los siguientes

- **Relaciones diplomáticas:** Ecuador estableció relaciones diplomáticas con la República Popular China en 1980. Desde entonces, las relaciones han sido en su mayoría amistosas y han involucrado acuerdos comerciales, cooperación en desarrollo y otros campos.
- **Comercio y cooperación económica:** China se ha convertido en un importante socio comercial para Ecuador. Las exportaciones ecuatorianas de productos como petróleo, camarones, banano y minerales han sido significativas para la economía del país. Además, China ha invertido en proyectos de infraestructura y desarrollo en Ecuador.
- **Deuda y financiamiento:** Ecuador ha buscado financiamiento de China para proyectos de infraestructura y desarrollo. Esto ha resultado en acuerdos de préstamos y cooperación financiera entre los dos países. Sin embargo, ha habido preocupaciones sobre la carga de la deuda y los términos de estos acuerdos.
- **Relaciones regionales:** China ha buscado expandir su influencia en América Latina y el Caribe, lo que ha llevado a un mayor involucramiento con países como Ecuador. Esto ha llevado a debates y análisis sobre la influencia geopolítica de China en la región.
- **Cambio de gobierno:** Los cambios de liderazgo en Ecuador han influido en las relaciones con China. Diferentes administraciones han tenido enfoques distintos hacia la cooperación con China y otros socios internacionales.

- **Temas internacionales:** Ecuador y China a menudo han cooperado en temas internacionales, como el cambio climático y la promoción del multilateralismo en foros como las Naciones Unidas.

Factores Legales

- **Relaciones Diplomáticas:** China y Ecuador tienen relaciones diplomáticas establecidas. Ambos países mantienen embajadas en sus respectivas capitales y cooperan en varios asuntos internacionales.
- **Acuerdos y Tratados:** Los dos países han firmado varios acuerdos bilaterales en áreas como comercio, inversión, ciencia y tecnología, cultura y educación. Estos acuerdos pueden afectar las relaciones comerciales y legales entre las dos naciones.
- **Comercio y Economía:** China es un importante socio comercial para Ecuador. Los aspectos legales relacionados con el comercio y la inversión pueden abordar temas como aranceles, normativas comerciales, propiedad intelectual y protección de la inversión.
- **Inversión Extranjera:** Las leyes y regulaciones relacionadas con la inversión extranjera pueden influir en la forma en que las empresas chinas operan en Ecuador y viceversa.
- **Propiedad Intelectual:** Las cuestiones de propiedad intelectual pueden ser relevantes en las relaciones comerciales entre China y Ecuador, y las leyes relacionadas con patentes, derechos de autor y marcas comerciales pueden afectar a las empresas de ambos países.
- **Asuntos Legales y Judiciales:** En caso de controversias legales entre entidades chinas y ecuatorianas, los procedimientos legales y las regulaciones pertinentes en ambos países pueden desempeñar un papel importante en la resolución de dichas disputas.
- **Asuntos Sociales y Culturales:** Las cuestiones legales también pueden surgir en áreas como la inmigración, el empleo de ciudadanos chinos en Ecuador, la educación

y otros aspectos sociales y culturales.

- **Derechos Humanos:** Las preocupaciones sobre los derechos humanos y las libertades individuales también pueden influir en las relaciones entre China y Ecuador, aunque estas cuestiones tienden a ser más amplias y menos específicas en términos legales bilaterales.

Factores Geográficos

Ubicación geográfica



Según lo publicado por (Exteriores, 2023):

“En términos topográficos, China se divide claramente en una parte oriental y otra occidental. La parte occidental comprende elevadas mesetas (con una altura media de 3.000 m. en Tíbet y 1.000 m. en Xinjiang) y altas montañas (por encima de los 3.000 metros). Por el contrario, la parte oriental del país está formada por llanuras y largas cuencas fluviales.”

Límites: En total, 22.117 km. de fronteras. China tiene frontera con los siguientes países: Vietnam, Laos, Myanmar, Bután, Nepal, India, Pakistán (Cachemira), Afganistán, Tayikistán, Kirguistán, Kazajstán, Rusia, Mongolia, Corea del Norte. Los países más cercanos que tienen frontera marítima con China son: Corea del Norte, Corea del Sur, Japón, Filipinas, Brunei, Malasia, Singapur, Indonesia y Vietnam. (Exteriores, 2023)

Logística

China alberga algunos de los puertos marítimos más grandes y activos del mundo, desempeñando un papel crucial en el comercio global. A continuación, se presenta una breve

descripción de los cinco principales puertos marítimos de China, destacando su importancia y características clave.

Puerto de Shanghái: Considerado el puerto más grande del mundo en términos de volumen de carga manejada, el Puerto de Shanghái es un centro neurálgico del comercio internacional. Su ubicación estratégica en la desembocadura del río Yangtsé le permite conectar con importantes rutas marítimas globales y facilitar el transporte de mercancías tanto dentro como fuera de China. Este puerto se ha modernizado constantemente, incorporando tecnologías avanzadas para mejorar su eficiencia y capacidad.

Puerto de Ningbo-Zhoushan: Situado en la provincia de Zhejiang, el Puerto de Ningbo-Zhoushan es otro pilar fundamental del comercio marítimo de China. Este puerto se distingue por su capacidad de manejar grandes volúmenes de carga a granel, incluyendo petróleo, carbón y minerales. La integración de Ningbo y Zhoushan ha creado una infraestructura portuaria expansiva que optimiza las operaciones logísticas y reduce los tiempos de tránsito.

Puerto de Shenzhen: Localizado en la provincia de Guangdong, el Puerto de Shenzhen es vital para el comercio de productos manufacturados, especialmente de alta tecnología y electrónicos. Cercano a Hong Kong, este puerto se beneficia de una excelente conectividad con mercados internacionales. Además, su red de terminales especializadas permite una gestión eficiente de contenedores, lo que lo convierte en uno de los puertos con mayor volumen de tráfico en el mundo.

Precios y tiempo de transporte

Según lo que nos habla (infolib, 2021) Se estima que el tiempo de viaje marítimo de mercancías entre China y Ecuador es de 27 a 38 días. La variabilidad de los días depende a las rutas y paradas que haga el barco antes de llegar al puerto de destino (Guayaquil).

Los fletes desde China rondaban entre \$3,000 y \$4,000; con los cierres que generó el covid, estos precios llegaron a oscilar entre \$18,000 y \$20,000 en los contenedores de 40 pies. Hoy en día, las tarifas rondan entre \$4,000 y \$5,000. (Pastrán, 2022)

5.3.6. ESTADOS UNIDOS

Bandera



Factores Socioeconómicos

Según datos recopilados por (Banco Mundial, 2023)

- **Población:** Estados Unidos, posee una población de 333 287 557 personas (2022), en base a fuente del Banco Mundial.
- **Crecimiento poblacional:** Tiene un 0.4% cambio anual (2022), en base a fuente del Banco Mundial.
- **PIB:** Estados Unidos tiene un PIB de 25.462.700 billones USD (2022), en base a fuente del Banco Mundial.
- **PIB per cápita:** Estados Unidos posee un PIB per cápita de 76 398.60 USD (2022), en base a fuente del Banco Mundial.
- **Moneda:** Su moneda oficial es el dólar americano (USD).
- **Idioma:** Su idioma oficial es el inglés.
- **PEA:** Los datos muestran que 169 229 171 personas en Estados Unidos el año 2022 tenían trabajo o realizaban alguna actividad que les generaba ingresos, en base a fuente del Banco Mundial.
- **Desempleo:** Estados Unidos marca un desempleo del 3.6%, en base a fuentes del banco central.

- **Inflación:** La inflación en Estados Unidos ha sido de un 8%, en base a fuentes del banco central.

Factores Políticos

- **Diplomacia y relaciones bilaterales:** Las relaciones diplomáticas entre Estados Unidos y Ecuador se han caracterizado por altibajos a lo largo del tiempo. Ha habido períodos de cooperación en áreas como comercio, seguridad y lucha contra el narcotráfico, así como también tensiones y desacuerdos en temas como derechos humanos y política exterior.
- **Comercio y economía:** Estados Unidos ha sido un socio comercial importante para Ecuador, especialmente en términos de exportaciones ecuatorianas como petróleo y productos agrícolas. Los acuerdos comerciales, como el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), han influido en las relaciones económicas entre ambos países.
- **Lucha contra el narcotráfico y seguridad:** Ecuador ha cooperado con Estados Unidos en la lucha contra el narcotráfico y el crimen organizado en la región. Esto ha involucrado esfuerzos conjuntos en áreas como la interdicción de drogas y la cooperación en materia de seguridad.
- **Cambio de gobierno y enfoque político:** Los cambios de liderazgo en Ecuador han tenido un impacto en las relaciones con Estados Unidos. Diferentes administraciones han adoptado enfoques políticos diversos en cuanto a la cooperación y la relación con Estados Unidos.
- **Temas de derechos humanos y soberanía:** Ha habido momentos de tensión entre los dos países en relación con cuestiones de derechos humanos, soberanía y política exterior. Por ejemplo, en el pasado ha habido disputas sobre la presencia militar de Estados Unidos en la base aérea de Manta y temas relacionados con la extradición de personas buscadas por la justicia.
- **Relaciones regionales y multilaterales:** Ecuador y Estados Unidos han interactuado en foros regionales y multilaterales, como la Organización de Estados Americanos (OEA) y las Naciones Unidas, donde han abordado temas de interés común, como el cambio

climático y el desarrollo sostenible.

Factores Legales

- **Relaciones Diplomáticas y Tratados:** Estados Unidos y Ecuador tienen relaciones diplomáticas establecidas. Ambos países han firmado tratados y acuerdos bilaterales en áreas como comercio, inversión, cooperación ambiental, educación y lucha contra el narcotráfico. Estos acuerdos pueden influir en cuestiones legales entre los dos países.
- **Comercio e Inversión:** Las leyes y regulaciones comerciales y de inversión son factores clave en las relaciones entre Estados Unidos y Ecuador. El Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Colombia y Ecuador (conocido como TLCAN) puede ser un factor importante en las relaciones comerciales y legales.
- **Propiedad Intelectual:** Las leyes de propiedad intelectual, incluidos los derechos de autor, patentes y marcas comerciales, son relevantes para las relaciones comerciales entre ambos países. El cumplimiento de estas regulaciones puede ser crucial para proteger los activos intelectuales.
- **Cooperación Jurídica Internacional:** En casos de cooperación jurídica internacional, como asistencia legal mutua, extradición y aplicación de la ley, las leyes y los tratados bilaterales entre Estados Unidos y Ecuador son factores que influyen en cómo se manejan estos asuntos.
- **Derechos Humanos y Asilo:** Los asuntos relacionados con los derechos humanos, incluida la solicitud de asilo por parte de ciudadanos ecuatorianos en Estados Unidos o viceversa, pueden involucrar cuestiones legales y diplomáticas.
- **Normativas Migratorias y de Visas:** Las leyes de inmigración y las políticas de visas pueden afectar a los ciudadanos ecuatorianos que deseen visitar, estudiar o trabajar en Estados Unidos y a los ciudadanos estadounidenses que deseen hacer lo mismo en Ecuador.
- **Resolución de Disputas Comerciales:** En caso de disputas comerciales entre empresas

de ambos países, las leyes y los mecanismos de resolución de disputas pueden ser un factor importante en la determinación de cómo se abordan estos conflictos.

- **Cumplimiento Normativo y Regulaciones Financieras:** Las empresas que operan en ambos países deben cumplir con las regulaciones financieras y normativas establecidas en cada jurisdicción.

Factores Geográficos



En base a el blog publicado por (Fundacion IO, s.f.) Estados Unidos se ubica de la siguiente manera: “La mayor parte del país se ubica en el medio de América del Norte entre los océanos Pacífico y Atlántico, limita con Canadá al norte y con México al sur.”

Los límites de estados unidos según (Viajero, 2022) son:

“Límite al NORTE: Canadá. Alaska limita al Norte con el Mar de Beaufort y con el Océano Ártico.

Límite al SUR: México y Golfo de México. Alaska limita al sur con el Golfo de Alaska.

Límite al ESTE: Océano Atlántico.

Límite al OESTE: Océano Pacífico. Alaska limita al este con el Estrecho de Bering y Rusia. La distancia entre Estados Unidos y Rusia es de tan sólo 88 kilómetros.”

Los estados de Estados Unidos según lo publicado por (Viajero, 2022) son:

“Estados Unidos tiene 50 Estados que se denominan territorios incorporados ya que tienen Estado propio, Gobernador, cámara legislativa y sistema judicial básico.

El estado más grande de los Estados Unidos es Alaska con 1.717.854 km².

El estado más pequeño de los Estados Unidos es Rhode Island con 4.002 km².”

Logística

(iContainers, iContainers, 2017) Nos indica que los 10 puertos más importantes de estados unidos son:

1. Puerto de Los Ángeles
2. Puerto de Long Beach
3. Puerto de Nueva York y Nueva Jersey
4. Puertos de Georgia
5. Puerto de Seattle-Tacoma
6. Puerto de Virginia
7. Puerto de Houston
8. Puertos de Carolina del Sur
9. Puerto de Oakland
10. Puerto de Miami

Precios y tiempo de transporte

El tiempo de tránsito más largo desde EEUU es la ruta Cleveland, Ohio - Guayaquil con una media de 38 días y un envío desde España (Vigo) puede tardar hasta 41 días. Sin embargo, el tiempo de tránsito puede ser bastante más corto como es el caso de la ruta Nashville - Guayaquil, de 13 días. (iContainers, iContainers, s.f.)

Cuánto cuesta enviar un contenedor desde Estados Unidos a Ecuador, el precio promedio de las tarifas de transporte marítimo para enviar un contenedor a Ecuador desde Estados Unidos es desde \$3850 a \$6850 dólares. (BR Logistics Europa, s.f.)

5.3.7. JAPÓN

Bandera



FACTORES SOCIOECONÓMICOS

Según datos recopilados por (Banco Mundial, 2023)

- **Población:** Japón, posee una población de 125 124 989 personas (2022), en base a fuente del Banco Mundial.
- **Crecimiento poblacional:** Tiene un -0.4% cambio anual (2022), en base a fuente del Banco Mundial.
- **PIB:** Japón tiene un PIB de 4 941 billones USD (2021), en base a fuente del Banco Mundial.
- **PIB per cápita:** Japón posee un PIB per cápita de 33 815.30 USD (2022), en base a fuente del Banco Mundial.
- **Moneda:** Su moneda oficial es el yen japonés.
- **Idioma:** Su idioma oficial es el japonés o lengua japonesa.
- **PEA:** Los datos muestran que 68 931 322 personas en Japón el año 2022 tenían trabajo o realizaban alguna actividad que les generaba ingresos, en base a fuente del Banco Mundial.
- **Desempleo:** Estados Unidos marca un desempleo del 2.6% (2022), en base a fuentes del banco central.
- **Inflación:** La inflación en Estados Unidos ha sido de un 0.2% (2022), en base a fuentes del banco central.

Factores Políticos

Según datos recopilados por (Banco Mundial, 2023)

- **Cooperación Económica y Comercial:** Ecuador y Japón pueden cooperar en cuestiones económicas y comerciales, como el comercio bilateral, la inversión extranjera y la promoción del intercambio comercial entre las dos naciones.
- **Cooperación en Desarrollo y Ayuda Humanitaria:** Japón podría estar involucrado en proyectos de desarrollo en Ecuador, brindando asistencia técnica y financiera para áreas como infraestructura, salud y educación.
- **Acuerdos y Tratados Bilaterales:** Ambos países pueden firmar acuerdos y tratados en áreas específicas, como comercio, inversión, ciencia y tecnología, cultura y educación, lo que refleja la voluntad política de fortalecer su cooperación.
- **Cambio Climático y Medio Ambiente:** Dada la importancia de la protección del medio ambiente y el cambio climático, ambos países podrían colaborar en iniciativas y acuerdos internacionales relacionados con estos temas.
- **Asuntos de Seguridad y Cooperación en Defensa:** Si bien Ecuador no tiene fuerzas armadas, la cooperación en cuestiones de seguridad y defensa puede ser un factor político en las relaciones bilaterales.
- **Cultura y Educación:** La cooperación en áreas culturales y educativas puede influir en las relaciones políticas entre ambos países, fomentando un mayor entendimiento y amistad entre sus pueblos.
- **Diplomacia Pública y Promoción de Intercambios:** La promoción de intercambios culturales, deportivos, artísticos y académicos puede fortalecer los lazos políticos entre Ecuador y Japón.
- **Visitas Oficiales y Contactos de Alto Nivel:** Las visitas de líderes políticos, diplomáticos y empresarios entre ambos países pueden tener un impacto en la relación política y en la promoción de la cooperación.

Factores Legales

Según datos recopilados por (Banco Mundial, 2023)

- **Comercio e Inversión:** Las leyes y regulaciones comerciales y de inversión son factores clave en las relaciones entre Ecuador y Japón. Los acuerdos comerciales, como los tratados de libre comercio o acuerdos de cooperación económica, pueden influir en las transacciones comerciales y la inversión bilateral.
- **Propiedad Intelectual:** Las leyes de propiedad intelectual, incluyendo patentes, derechos de autor y marcas comerciales, son relevantes para las relaciones comerciales entre Ecuador y Japón. El cumplimiento de estas regulaciones puede ser crucial para proteger los derechos de propiedad intelectual.
- **Normativas de Inmigración y Visas:** Las leyes de inmigración y políticas de visas pueden afectar a ciudadanos ecuatorianos que deseen visitar, estudiar o trabajar en Japón, y a ciudadanos japoneses que deseen hacer lo mismo en Ecuador.
- **Asuntos de Derechos Humanos y Valores Universales:** Si bien no es un factor legal directo entre Ecuador y Japón, las diferencias en las perspectivas sobre derechos humanos y valores universales pueden influir en la cooperación en cuestiones internacionales.
- **Regulaciones Aduaneras y de Comercio Exterior:** Las regulaciones aduaneras y de comercio exterior pueden afectar el flujo de bienes y servicios entre ambos países. Cumplir con estas regulaciones es importante para garantizar un comercio legal y fluido.
- **Resolución de Disputas:** En caso de disputas comerciales o legales entre empresas o individuos de ambos países, las leyes y procedimientos para la resolución de disputas pueden ser un factor importante en su resolución.
- **Cooperación en Asuntos Ambientales y de Sostenibilidad:** Si hay acuerdos o iniciativas conjuntas en temas ambientales, las leyes relacionadas con la conservación, uso sostenible de recursos y cambio climático pueden ser relevantes.

Factores Geográficos

Ubicación



Según (Equipo editorial, 2023):

“Japón o Estado de Japón, es un país conformado por 6852 islas ubicado en el este de Asia. Y las mismas se encuentran en el Océano Pacífico. El nombre Japón quiere decir “el origen del sol”. Por tal razón a este país también se le conoce como tierra del sol naciente.

Los límites de Japón son: al oeste el mar del Japón, China, Corea del Norte, Corea del Sur y Rusia. Hacia el norte limita con el mar de Ojotsk, al sur con el mar de China Oriental y Taiwán y al este limita con el Océano Pacífico.

La capital de Japón es Tokio y se encuentra ubicada en la isla de Honshū. Además, en esta zona se localiza la mayor cantidad de habitantes en relación de superficie del mundo entero; más de 30 millones de habitantes residen en Tokio.”

Logística

Los tres principales puertos de Japón son Yokohama, Nagoya y Osaka.

Yokohama, ubicado estratégicamente en la bahía de Tokio, se destaca como un centro

neurálgico del comercio internacional y la industria en Japón. Desde su establecimiento durante la era Meiji, Yokohama ha evolucionado hasta convertirse en un motor económico vital, facilitando tanto la importación de materias primas como la exportación de productos manufacturados. Su infraestructura avanzada y eficiencia en la manipulación de carga son fundamentales para su papel en el desarrollo económico regional y nacional.

Nagoya, situado en la bahía de Ise en la región central de Japón, es otro puerto crucial con un enfoque particular en la industria automotriz. Reconocido por su capacidad para manejar grandes volúmenes de exportaciones e importaciones, Nagoya desempeña un papel esencial en la economía industrial del país. Su eficiencia logística y su contribución al comercio internacional sostienen sectores clave como la manufactura y la tecnología.

Osaka, en la región de Kansai, es conocido por su importancia histórica y actual como uno de los centros comerciales más prominentes de Japón. El puerto de Osaka ha jugado un papel crucial en el intercambio de bienes a nivel global, facilitando negocios en sectores que van desde la electrónica hasta la alimentación. Con una infraestructura marítima avanzada y una capacidad para adaptarse a las demandas del comercio internacional, Osaka continúa siendo un pilar fundamental para la economía japonesa, destacándose por su vitalidad y dinamismo en el ámbito comercial.

Precios y tiempo de transporte

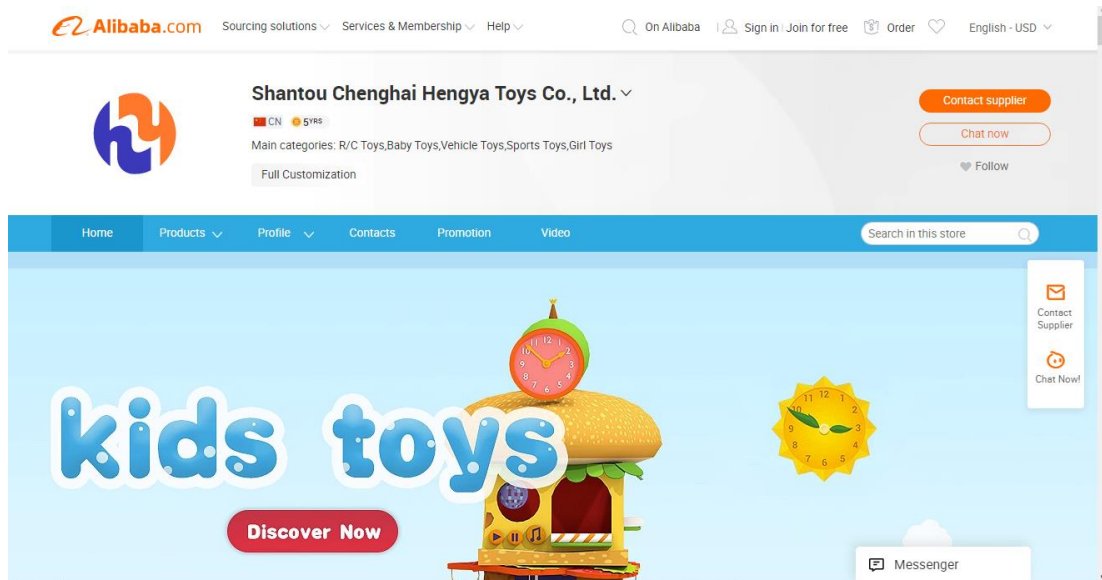
“La orden de despacho, y la declaración aduanera de importación. El costo para importación es de 342 dólares por contenedor y un tiempo estimado de 28 días de transporte. “ (S.L., 2018)

5.3.8. Matriz POAM (Ver en resultados y discusión)

5.3.9. Análisis POAM (Ver en resultados y discusión)

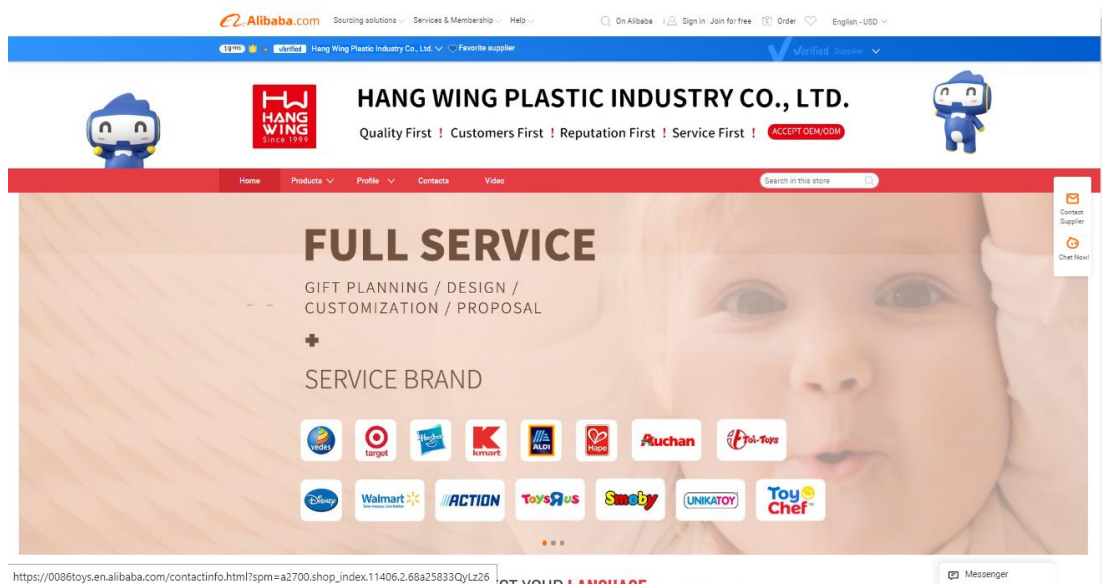
5.4. Empresas Ofertantes

Figura 18. Alibaba (opción juguetes para niños)



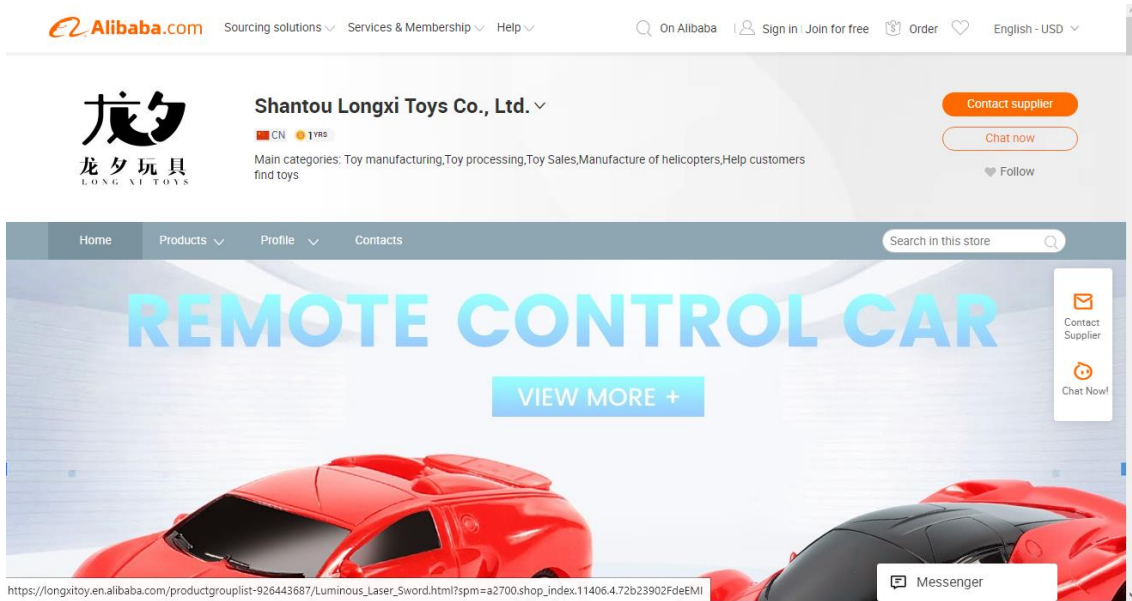
Fuente: [Pagina web de Alibaba.com](https://www.alibaba.com)

Figura 19. Alibaba (opción servicio de marcas)



Fuente: [Pagina web de Alibaba.com](https://www.alibaba.com)


Figura 20. Alibaba (opción auto a control remoto)



Fuente: [Pagina web de Alibaba.com](https://www.alibaba.com)

5.4.1. Productos de análisis

1.



View larger image

Add to Compare
 Share

15 inch vinyl body pretty girl doll beauty dressing fashion doll toys Popular

★★★★★ 5.0 1 Reviews 12 buyers

24 - 239 pieces	240 - 2399 pieces	>= 2400 pieces
\$5.20	\$4.77	\$4.30

Benefits: Quick refunds on orders under US \$1,000 Claim now >

Color: Pink \$5.20 - 0 +

Samples: **\$10.00/piece** Min. order: 1 piece Get samples

Quantity (pieces)	1 - 24	25 - 240	241 - 2400	> 2400
Lead time (days)	15	20	30	To be negotiated

Customization: Customized logo (Min. order 1000 pieces)
 Customized packaging (Min. order 1000 pieces)
 More >

2.

12.5 inch real looking silicone newborn vinyl baby dolls accessories diapers toilets feeding bottles with IC girls kids toys Popular

★★★★★ 5.0 1 Reviews 1 buyer

72 - 119 pieces	120 - 239 pieces	>= 240 pieces
\$4.45	\$4.27	\$3.90

Benefits: US \$500 coupons [Claim now >](#)

Color

	HWA1257088	\$4.45	-	0	+
	HWA1257089	\$4.45	-	0	+
	HWA1257090	\$4.45	-	0	+

[View all 12 options >](#)

Samples: **\$5.00/piece** Min. order : 1 piece [Get samples](#)

3.

Muñecas de vinilo de 10 pulgadas con corona, princesas

FOB Referencia Precio: [Consiga El Último Precio](#)

120 - 1199 Cajas	>= 1200 Cajas
2,70 US\$	2,42 US\$

Beneficios: Reembolsos rápidos en pedidos de menos de 1000 US\$ [¡Clamar ahora >](#)

Calidad: Cajas

Muestras: **15,00 US\$/Caja** Pedido mínimo : 1 Caja [Comprar muestras](#)

Plazo de entrega:

Quantity (Cajas)	1 - 250	251 - 1600	1601 - 3500	> 3500
Hora del Est.(días)	7	8	10	Para negociar

Personalización: Logotipo personalizado (Pedido mínimo 10000 Cajas)
Embalaje personalizado (Pedido mínimo 10000 Cajas)
[More >](#)

Detalles de la compra Protección con Trade Assurance

5.4.2. Selección de producto para niño

Coche de juguete de ingeniería, camión inercial glide 1.38, modelbaratos, puzle, clase, coches de juguete

0,87 US\$ - 1,04 US\$ Caja | 120 Caja/Cajas (Pedido mínimo)

Beneficios: Reembolsos rápidos en pedidos de menos de 1000 US\$ [¡Clamar ahora >](#)

Color

	Grúa grande	1,04 US\$	-	0	+
	Gran camión volquete	1,04 US\$	-	0	+
	Mezclador grande	1,04 US\$	-	0	+
	Vehículo de excavación grande	1,04 US\$	-	0	+
	Excavadora grande	1,04 US\$	-	0	+
	Grúa de tamaño pequeño	0,87 US\$	-	0	+
	Camión volquete de trompeta	0,87 US\$	-	0	+
	Mezclador pequeño	0,87 US\$	-	0	+
	Small excavator	0,87 US\$	-	0	+
	Pequeña excavadora	0,87 US\$	-	0	+

5.4.3. Matriz de análisis de las empresas ofertantes de China (Ver en resultados y discusión)

5.5. PROPUESTA DE IMPORTACIÓN

En el siguiente apartado se detalla los pasos previos para realizar la importación de juguetes, provenientes de China, con la empresa Shantou Longxi Toys Co. Ltd.

5.5.1. Subpartida arancelaria

Muñecas

Tabla 24. Subpartida arancelaria de las muñecas

Código	Designación de la Mercancía	UF	Tarifa Arancelaria	OBSERVACIONES
	- Muñecas o muñecos, sus partes y accesorios:			
9503.00.22	-- Muñecas o muñecos, incluso vestidos:			
9503.00.22.10	--- Que representen escenas de crimen, violencia, tortura o muerte	u	30	
9503.00.22.90	--- Los demás	u	30	
9503.00.28.00	-- Prendas y sus complementos (accesorios), de vestir, calzado, y sombreros y demás tocados	u	30	
9503.00.29.00	-- Partes y demás accesorios	u	30	
9503.00.30.00	- Modelos reducidos y modelos similares, para entretenimiento, incluso animados	u	30	
9503.00.40.00	- Rompecabezas de cualquier clase	u	30	
	- Los demás juguetes:			
9503.00.91.00	-- Trenes eléctricos, incluidos los carriles (rieles), señales y demás accesorios	u	30	
9503.00.92.00	-- De construcción	u	30	
9503.00.93.00	-- Que representen animales o seres no humanos	u	30	
9503.00.94.00	-- Instrumentos y aparatos, de música	u	30	
9503.00.95.00	-- Presentados en juegos o surtidos o en panoplias	u	30	
9503.00.96.00	-- Los demás, con motor	u	30	
9503.00.99.00	-- Los demás	u	30	
95.04	Videoconsolas y máquinas de videojuego, artículos para juegos de sociedad, incluidos los juegos con motor o mecanismo, billares, mesas especiales para juegos de casino y juegos de bolos automáticos («bowlings»).			

Fuente: TRADE MAP

Camiones

Tabla 25. Subpartida de los camiones

Código	Designación de la Mercancía	UF	Tarifa Arancelaria	OBSERVACIONES
	- Muñecas o muñecos, sus partes y accesorios:			
9503.00.22	-- Muñecas o muñecos, incluso vestidos:			
9503.00.22.10	--- Que representen escenas de crimen, violencia, tortura o muerte	u	30	
9503.00.22.90	--- Los demás	u	30	
9503.00.28.00	-- Prendas y sus complementos (accesorios), de vestir, calzado, y sombreros y demás tocados	u	30	
9503.00.29.00	-- Partes y demás accesorios	u	30	
9503.00.30.00	- Modelos reducidos y modelos similares, para entretenimiento, incluso animados	u	30	
9503.00.40.00	- Rompecabezas de cualquier clase	u	30	
	- Los demás juguetes:			
9503.00.91.00	-- Trenes eléctricos, incluidos los carriles (rieles), señales y demás accesorios	u	30	
9503.00.92.00	-- De construcción	u	30	

Fuente: TRADE MAP

5.5.2. Contacto con el exportador

Manager: Mr. kun yao

País/región: China

Provincia/estado: Guangdong

Ciudad: Shantou

Para la comunicación la empresa prefiere utilizar el método de Alibaba para seguridad tanto del consumidor como de la empresa.

Nombre de la compañía: Shantou Longxi Toys Co., Ltd.


Dirección operativa: No. 13-5, West Yiheng, Longtian Road, Guangyi Street, Shantou, Guangdong, China

Sitio web en Alibaba.com: longxitoy.en.alibaba.com

5.5.3. Proforma

Camión


Tabla 26. Factura comercial de los camiones

Commercial Invoice														
Seller : Shantou Longxi Toys Co. LTD ADD : No.13, Longxian Road, Longtian, Chenghai District, Shantou City, Guangdong Province, China Contact: Yao Kun Tel:86 13546873527 Email: Yaokun@longxitoy.com Buyer: Comercial Arcoiris														
Photo	NAME	PCS/CTN	CTN SIZE(CM)		N.W. (KGS)	G.W. (KGS)	CBM	EXW-PRICE (USD/PCS)	CTN	QTY	AMOUNT USD	TOTAL G.W. (KGS)	TOTAL CBM	
	Truck car toys	72	73	47	96	17	22	0.33	US\$1.60	50	3600	5760	1100	16.5
TOTAL														

Fuente: Proforma del exportador

Muñeca

Tabla 27. Factura comercial de las muñecas

Seller: Shantou Longxi Toys Co. LTD ADD: No. 13, Longxian Road, Longtian, Chenghai District, Shantou City, Guangdong Province, China Contact: Yao Kun Tel:86 13546873527 Email: Yaokun@longxitoy.com						
序号	产品货号/ITEM NO.	产品图片/PHOTO	产品名称/DESCRIPTION	数量 quantity	出厂价/单价 price	金额 amount
1	sf10		10 inch princess doll	4800PCS	2 (usd)	9600 (usd)
			Freight			320 (usd)
			Total			9920 (usd)

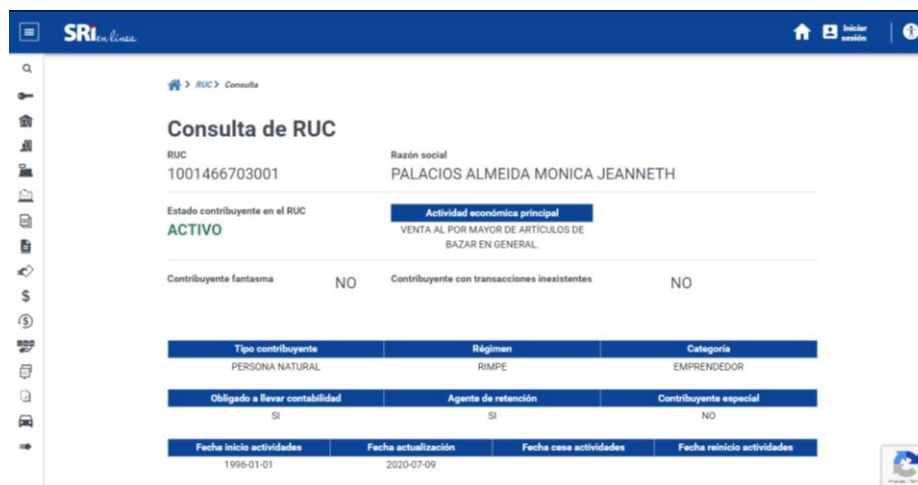
Fuente: Proforma del exportador

5.5.4. Requisitos para importar

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Adquirir el Certificado Digital para firma electrónica (TOKEN)
- Registrarse como importador en el sistema Ecuapass

La empresa Comercial Arcoíris ya cuenta como importador, por anteriores actividades de comercio internacional.

Figura 21. Consulta del RUC



Consulta de RUC			
RUC	Razón social		
1001466703001	PALACIOS ALMEIDA MONICA JEANNETH		
Estado contribuyente en el RUC	Actividad económica principal		
ACTIVO	VENTA AL POR MAYOR DE ARTICULOS DE BAZAR EN GENERAL.		
Contribuyente fantasma	NO	Contribuyente con transacciones inexistentes	NO
Tipo contribuyente	Régimen	Categoría	
PERSONA NATURAL	RIMPE	EMPRENDEDOR	
Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial	
SI	SI	NO	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
1996-01-01	2020-07-09		

Fuente: SRI

5.5.5. Procedimiento para importar

- a) **Búsqueda de proveedores:** Se realizó la búsqueda en alibaba.com y se decidió que el proveedor será la empresa: Shantou Longxi Toys Co., Ltd.
- b) **Solicitar la cotización del producto:** Por medio del chat de comunicación de la página de alibaba.com se contactó con el proveedor y se solicitó las cotizaciones, las cuales son personales para cada cliente.
- c) **Término de negociación:** La negociación se realizó en termino términos CIF “Emma Maersk”, Puerto de Guayaquil, Contecom, Ecuador Incoterms® 2020. La cual indica que el precio del producto está contemplado con la carga seguro y flete de la mercancía.
- d) **Forma de pago:** El pago se lo realiza por medio de la plataforma de alibaba.com, en la cual se cuenta con un seguro en caso de que nuestra mercadería pueda venir defectuosa o una confusión con los proveedores.

Figura 22. Forma de pago en Alibaba

Trade Assurance

Enjoy protection from payment to delivery on Alibaba.com

See how it works

Trade Assurance covers every stage of your purchasing journey

We provide buyers on Alibaba.com with secure ways to pay, protect against unforeseen circumstances such as product or shipping issues, and mediate between buyers and suppliers to resolve any issues related to the purchase.

Watch to learn more

160M+	35M+
Trade Assurance orders	Purchased from us
200K+	200M+
Suppliers	Products

How we protect your purchases on Alibaba.com

Fuente: Alibaba.com

- e) **Fase preembarque:** Se debe llenar en el sistema de ECUAPASS la Declaración Aduanera de Importación (DAI). Este proceso está acompañado de proformas o facturas,

documentación previa al embarque y entre otros documentos que se relacionan con la negociación. Además, se debe tomar en cuenta que todo lo que se declare debe ser exactamente igual a lo que se está importando.

Los datos que deben ser llenados en la DAI son los siguientes:

Figura 23. Declaración Aduanera de Importación (DAI)

Menu izquierdo Trámites Operativos > 1.1.1 Documentos Electrónicos > Declaración de Importación Mi menu 1 2 3 4 5 6

Declaración de Importación

Información de general

* A01. Código del declarante	01904628	* A03. Aduana	--Selección--
* A04. Código de Régimen	--Selección--	* A05. Tipo de despacho	--Selección--
A06. Numero de despacho parcial		* A07. Tipo de pago	--Selección--

Información de importador

* B01. Nombre	
* B02. Tipo de documento	--Selección--
* B04. Ciudad	B05. Dirección
B06. Teléfono	
* B07. CIU	--Selección--

Información del declarante

* B08. Tipo de documento	--Selección--		
* B10. Código del declarante	01904628	* B11. Apellidos/nombres	
B12. Dirección			

Comun Valor Item Documentos

Fuente: SENA

- f) **Fase de embarque:** Al ser el proveedor el encargado de la embarcación por la negociación en termino CIF el deberá enviar la documentación de Bill of Lading (BL), con la finalidad de entregar al agente de aduanas para que pueda hacer los trámites pertinentes y retirar la mercancía de aduanas.
- g) **Fase post embarque:** La mercancía llegara al puerto de destino, en donde el SENA debe aprobar el control aduanero, se realiza los pagos de impuestos y el aforo físico.
- h) **Retirar la mercancía:** Concluido el proceso aduanero en el puerto de destino se procede a retirar o levantar la mercancía.
- i) **Transportar la mercancía:** Finalmente se contrata una empresa de transporte para poder trasladar las mercancías desde el puerto hasta las bodegas de la empresa.

5.5.6. Documentación

Todos los productos que estén dentro de la partida arancelaria 95.03. Serán aplicados la norma **RTE INEN 089 “SEGURIDAD DE LOS JUGUETES”**.

Dentro de ella podemos encontrar la siguiente documentación referencial:

- Norma técnica ecuatoriana NTE INEN UNE-EN 71-1. Seguridad de los juguetes. Parte 1. Propiedades mecánicas y físicas
- Norma técnica ecuatoriana NTE INEN-EN 71-2. Juguetes. Seguridad de los juguetes. Inflamabilidad
- Norma técnica ecuatoriana NTE INEN UNE-EN 71-3. Seguridad de los juguetes. Parte 3. Migración de ciertos elementos
- Norma técnica ecuatoriana NTE INEN-EN 71-4. Juguetes. Seguridad de los juguetes. Juegos de experimentos químicos y actividades relacionadas
- Norma técnica ecuatoriana NTE INEN-EN 71-5. Seguridad de los juguetes. Parte 5. Juegos químicos distintos de los juegos de experimento
- Norma ISO/IEC 17067 “Evaluación de la conformidad. Fundamentos de certificación de productos y directrices aplicables a los esquemas de certificación de producto”.
- Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN–ISO/IEC 17050-1 “Evaluación de la Conformidad – Declaración de la conformidad del proveedor. Parte 1: Requisitos Generales”.
- Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN-ISO/IEC 17025 “Requisitos generales para la competencia de los laboratorios de ensayo y calibración”.

5.5.7. Pago de tributos

Tabla 28. Gastos de importación

Gastos de Importación						
	Costos	Cantidad	Vehiculos	Muñecas	Total Trimestral	Total anual
FOB (vehículo)	1,60	3600	5760,00		5760,00	23040,00
FOB (muñeca)	2,00	4800		9600,00	9600,00	38400,00
flete	320,00	1	120,00	200,00	320,00	1280,00
CIF Guayaquil			5880,00	9800,00	\$ 15.680,00	\$ 62.720,00
Descarga	\$ 9,00		3,375	5,625	\$ 9,00	\$ 36,00
Almacenaje	\$ 71,74		26,90	44,84	\$ 71,74	\$ 286,96
Transporte Interno	\$600,00		225,00	375,00	\$ 600,00	\$ 2.400,00
Aforo	\$ 19,83		7,44	12,39	\$ 19,83	\$ 79,32
Porteo	\$ 65,25		24,47	40,78	\$ 65,25	\$ 261,00
Formulario Importación	\$200,00		75,00	125,00	\$ 200,00	\$ 800,00
Recepción y despacho	\$ 55,23		20,71	34,52	\$ 55,23	\$ 220,92
DAP/DPU			6262,89	10438,16	16701,05	66804,20
Ad-Valorem	28%		1646,4	2744	\$ 4.390,40	\$ 17.561,60
Fodinfra	0,5%		29,4	49	\$ 78,40	\$ 313,60
IVA	12%		906,696	1511,16	\$ 2.417,86	\$ 9.671,42
ISD	5%		294,00	490,00	\$ 784,00	\$ 3.136,00
Agente de aduana	\$276,12		103,55	172,58	\$ 276,12	\$ 1.104,48
TOTAL DDP			9242,93	15404,89	\$ 1.012,05	\$ 4.048,20
DDP/Unitario			2,57	3,21	\$ 5,78	\$ 23,11
Total gastos importación					\$ 8.967,83	\$ 35.871,30


Fuente: Bryan Yépez

5.6. PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN

5.6.1. Producto

5.6.1.1. Ficha Técnica

Tabla 29. Ficha técnica de la muñeca de princesa con música

Muñeca de Princesa con música	
Nombre comercial del producto	Muñeca princesa PVC 10 pulgadas
Fotografía	Descripción del producto
	Nombre de la marca
	Número de modelo
	Tipo
	Material
	Anchura
	Altura
	Volumen
	Empaque
	Rango de Edad
	Peso
Otras	
Precio referencial - Término CIF	
Posición arancelaria	
Fuente: Encuesta aplicada al proveedor	
Elaborado por: El autor	

9503.00.22.90

Tabla 30. Ficha técnica de la volqueta a escala

Volqueta a escala

Nombre comercial del producto	Muñeca princesa PVC 10 pulgadas
Fotografía	Descripción del producto
	Nombre de la marca Long Xi Toys
	Número de modelo 308
	Tipo Coche
	Material Plástico
	Anchura 12.5 cm.
	Altura 15.5 cm.
	Volumen 25 cm.
	Empaque Bolso de PVC con tarjeta de cartón
	Rango de Edad De 1 años de edad en adelante
	Peso 1 KG aproximadamente
Otras Modelos Varios No requiere baterías	
Precio referencial - Término CIF \$1.60	
Posición arancelaria	9503.00.30.00
Fuente: Encuesta aplicada al proveedor	
Elaborado por: El autor	

5.6.1.2. Envase y Embalaje

Tabla 31. Envasado y embalaje de la muñeca de princesa con música

Muñeca de Princesa con música	
Empaque	Embalaje
<p>Con la finalidad de mantener el producto íntegro y sin afecciones en el cuerpo o rostro de la muñeca se empaqueta en una caja de cartón delgado con una cara plástica la cual permitirá ver el producto en el interior y mejorará su exhibición en los locales comerciales.</p>	<p>La empresa proveedora utiliza cajas de cartón en las que se ubicarán 120 unidades de muñecas. (Como se muestra en la imagen)</p>
	 

Fuente: Encuesta aplicada al proveedor
Elaborado por: El autor

Tabla 32. Envasado y embalaje de la volqueta a escala

Volqueta a escala	
Empaque	Embalaje
<p>Con la finalidad de mantener el producto libre de polvo, raspones y entre otros daños, el producto se empaque en una bolsa plástica en cual lleva una tarjeta de cartón en la parte superior la cual sirve para sellar herméticamente la bolsa.</p>	<p>La empresa proveedora utiliza cajas de cartón en las que se ubicarán 72 unidades de camiones divididas en la mitad por otra caja más pequeña. (Como se muestra en la imagen)</p>
	

Fuente: Encuesta aplicada al proveedor
Elaborado por: El autor

5.6.1.3. Etiquetado

Los juguetes deben cumplir el REGLAMENTO TECNICO ECUATORIANO RTE 089 “SEGURIDAD DE LOS JUGUETES” publicado R.O.330 DEL 10/09/2014.

Modificatoria 1 publicada en R.O. 299 del 06/08/2018.

El Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE 089, titulado "Seguridad de los Juguetes", es una normativa fundamental que garantiza la seguridad de los juguetes comercializados en Ecuador. Este reglamento fue publicado originalmente en el Registro Oficial No. 330 el 10 de septiembre de 2014 y posteriormente modificado con la primera enmienda, publicada en el Registro Oficial No. 299 el 6 de agosto de 2018.

El objetivo principal del RTE 089 es proteger la salud y seguridad de los niños, asegurando que todos los juguetes en el mercado cumplan con estrictos estándares de seguridad. Entre las regulaciones se incluyen requisitos sobre la resistencia física y mecánica de los juguetes, la ausencia de sustancias químicas peligrosas, y la seguridad en cuanto a su diseño y construcción para prevenir riesgos de asfixia, estrangulamiento y otras lesiones.

Además, el reglamento establece procedimientos de evaluación de la conformidad que los fabricantes, importadores y distribuidores deben seguir para demostrar que sus productos cumplen con los requisitos de seguridad antes de ser comercializados. Esto incluye la realización de pruebas en laboratorios acreditados y la presentación de documentación pertinente que respalde la seguridad de los juguetes.

La modificación de 2018 introdujo ajustes y clarificaciones para mejorar la aplicación del reglamento, asegurando una mayor protección para los consumidores y facilitando el cumplimiento por parte de las empresas del sector. Estos cambios reflejan el compromiso continuo de las autoridades ecuatorianas por mantener altos estándares de seguridad en los productos destinados a los niños.

En resumen, el RTE 089 es un componente esencial del marco regulatorio en Ecuador, diseñado para asegurar que los juguetes disponibles en el mercado sean seguros y aptos para su uso por niños, proporcionando tranquilidad a los padres y contribuyendo al bienestar general de la comunidad.

5.6.2. Precio

Tabla 33. Obtención del precio unitario

DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO							
Descripción	Compras	Cantidad Trimestral	Costo Unitario	Gasto Unitario	Cto. y Gto. Unit.	Utilidad 30%	DDP unitario
Muñecas	9.600,00	4800	2,00	1,59	3,59	1,08	4,66
Carros	5.760,00	3600	1,60	1,27	2,87	0,86	3,73

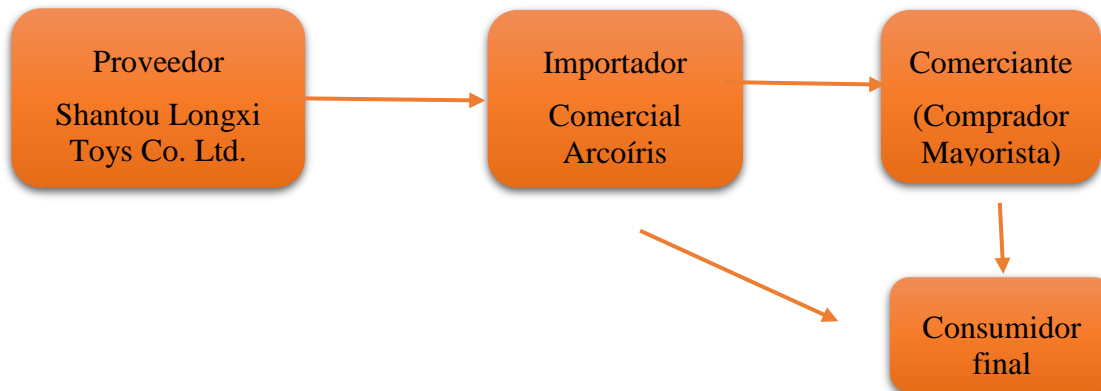
Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: El autor

5.6.3. Plaza

Para que el producto pueda llegar a las manos del consumidor final, se utilizarán dos vías, la de distribución a clientes mayoristas y la venta al detallista o al consumidor final, tal y como se muestra en el siguiente gráfico:

Figura 24. Canal de distribución del Comercial Arcoíris



Nota. Gráfico de las etapas de distribución de los productos desde China hasta el importador (Comercial Arcoíris)

Elaborado por: Yépez, B.

Por lo tanto, se puede observar que este canal puede atravesar 3 o 4 etapas para llegar al consumidor, dependiendo de la situación, siendo la primera etapa el proveedor de China, luego el importador que es el Comercial Arcoíris, y aquí es donde se pueden tomar dos caminos, uno en el que el Comercial Arcoíris sirve como distribuidor para otras empresas quienes venderán al consumidor final, o por el contrario en la que el Comercial Arcoíris vende directamente a los consumidores finales.

5.6.4. Promoción

Para la distribución la empresa Comercial Arcoíris utilizará una estrategia de marketing digital, en la que se aplique diferentes plataformas digitales con el fin de llegar a la mayor cantidad de público local posible. Entre ellas se utilizarán:

- **Instagram:**

Esta es una plataforma muy utilizada por empresas para vender sus productos ya que su principal objetivo es llegar al público mediante imágenes, lo que es una gran ventaja y varias empresas la aprovechan para usarla como catálogo.

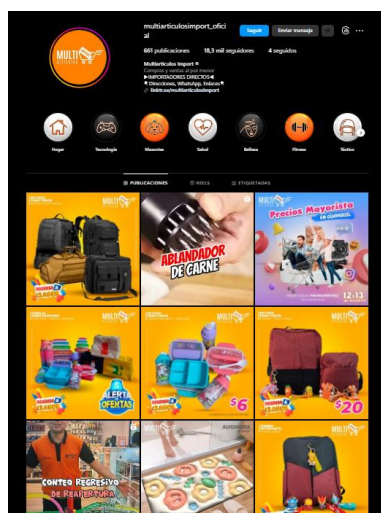
Figura 25. Cuenta de Instagram del Centro Comercial Arcoiris



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Figura 26. Cuenta de Instagram de la importadora



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

- **Facebook:**

Es una de las plataformas más utilizadas en la actualidad y nos permite utilizar dos herramientas muy importantes dentro de ella, las cuales son: una página empresarial, la cual serviría de gran manera para que las personas sigan las noticias y publicaciones contantes que se realicen en la página y Facebook Market, la cual ayudara a incrementar las ventas ya que las personas dentro de un rango determinado podrán encontrar nuestros productos e iniciar una negociación.

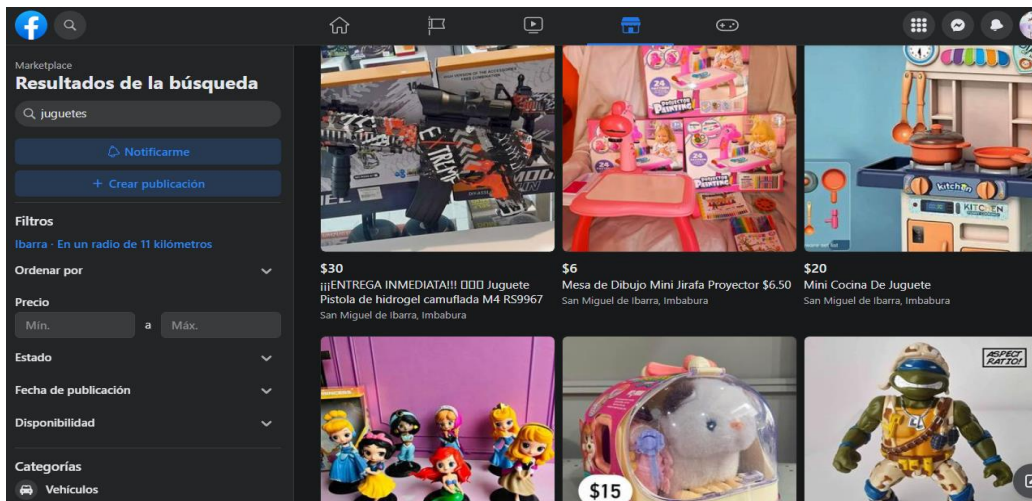
Figura 27. Cuenta de Facebook del Comercia Arcoíris



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

- **Facebook Market (Ejemplo):**

Figura 28. Opción de Facebook Market

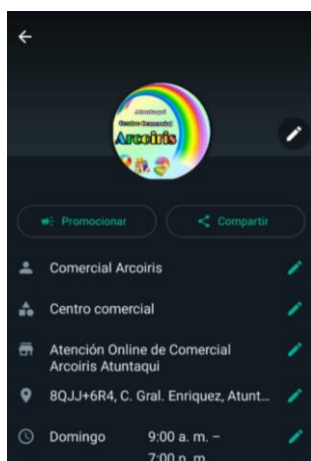


Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

- **WhatsApp:**

Finalmente, WhatsApp la cual es la red social que lidera en comunicación textual, la cual servirá para que la empresa pueda mantener una atención online con los clientes que por tiempo o comodidad no pueden acercarse a las instalaciones de la empresa.

Figura 29. Cuenta de WhatsApp del Comercial Arcoíris



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Entre las promociones que ofrece Comercial Arcoíris están:

Descuento de hasta 20% del valor P.V.P. para que los clientes a los que se distribuye puedan competir con los precios a detalle del mismo Comercial Arcoíris.

Transporte de las mercancías hasta las instalaciones de los clientes.

Registro en base de datos, para aquellos clientes que deseen realizar negocios más grandes a futuro puedan obtener pequeñas financiaciones o pagos diferidos.

Además de esto la empresa Comercial Arcoíris está dispuesta a visitar personalmente a los posibles clientes con la finalidad de mostrar los productos de manera física para que los dueños de los otros negocios puedan tener una idea clara del producto o productos en cuestión.

5.7. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

5.6.1 Datos de entrada

En este segmento, se examinará el sistema financiero en el cual la compañía Arcoiris operará. Se proporcionan dos enfoques de análisis y estudio: uno que considera el respaldo financiero del proyecto y otro que no lo contempla.

Dentro de los Datos de principales tenemos lo siguiente:

- **COMPRAS TRIMESTRALES**

La Empresa piensa comprar 3600 unidades de camiones de juguetes y 4800 unidades de muñecas cada 3 meses.

- **INVERSIÓN**

La empresa contará con una Inversión Inicial de \$ 30.002,93 dólares americanos.

- **UTILIDAD**

La empresa maneja una política empresarial de obtener un 30% de utilidad en sus productos.

5.6.2 Determinación de la inversión inicial

5.6.2.1 Resumen de la Inversión Inicial

Tabla 34. Inversión inicial

INVERSION		VALOR	
Inversión Fija		\$	1.871,30
Inversión Variable		\$	28.131,63
Capital de trabajo	\$	28.131,63	
TOTAL DE INVERSION		\$	30.002,93

Fuente: Bryan Yépez

- **Inversión Fija**

Tabla 35. Inversión fija

TOTAL INVERSIÓN FIJA	
ACTIVOS	MONTO
ADECUACIONES	\$ 1.200,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 658,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 13,30
TOTAL	\$ 1.871,30

Fuente: Bryan Yépez

- **Inversión Variable**

a) Capital de trabajo

Tabla 36. Capital de trabajo

CUENTA	VALOR TRIMESTRAL	PORCENTAJE
Compras	\$ 15.680,00	55,74%
Gastos Administrativos	\$ 3.483,80	12,38%
Gastos de Importación	\$ 8.967,83	31,88%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 28.131,63	100%

Fuente: Bryan Yépez

5.6.2.2 Detalle de inversión inicial

- **Detalle de la Inversión Fija**

Tabla 37. Detalle de la inversión fija

ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Adecuaciones	10	\$ 120,00	\$ 1.200,00
SUB-TOTAL			\$ 1.200,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
	1	\$ 450,00	\$ 450,00
	1	\$ 200,00	\$ 200,00
	1	\$ 8,00	\$ 8,00
SUB-TOTAL			\$ 658,00
EQUIPOS DE OFICINA			
	1	\$ 10,00	\$ 10,00
	1	\$ 3,30	\$ 3,30
SUB TOTAL			\$ 13,30
TOTAL			\$ 1.871,30

Fuente: Bryan Yépez

- **Detalle de la Inversión Variable / Capital de Trabajo**

Compras

Tabla 38. Compras

Compras					
DETALLE	Costo Unitario	CANTIDAD	TOTAL TRIMESTRAL	TOTAL ANUAL	
Muñecas	\$	2,00	\$ 4.800,00	\$ 9.600,00	\$ 38.400,00
Carros			\$	\$ 5.760,00	\$ 23.040,00
		1,60	3.600,00		
FLETE				\$ 320,00	
	TOTAL			\$ 15.680,00	\$ 61.440,00

Fuente: Bryan Yépez

- **Detalle del Gasto Administrativo**
- **Gastos Administrativos**

Tabla 39. Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL	
Agua	\$ 2,00	\$ 6,00	\$ 24,00	
Energía Eléctrica	\$ 4,00	\$ 12,00	\$ 48,00	
Suministros de Oficina	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 60,00	
Sueldos	\$ 1.148,27	\$ 3.444,80	\$ 13.779,20	
Implementos de limpieza	\$ 2,00	\$ 6,00	\$ 24,00	
TOTAL	\$ 1.161,27	\$ 3.483,80	\$ 13.935,20	

Fuente: Bryan Yépez

- **Detalle del sueldo del Personal**

Tabla 40. Sueldo del personal

PERSONAL	Valor mensual	Valor trimestral
Gerente	1.148,27	\$ 3.444,80
TOTAL SUELDO	1.148,27	\$ 3.444,80

Fuente: Bryan Yépez

• **Sueldos y Salarios**

Tabla 41. Sueldos y salarios

ARCOIRIS											
ROL DE PAGOS 1ro AÑO											
Empleado	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (trimestral)	Total Ingresos (anual)
Jefe de compras y ventas	\$ 900,00	\$ 85,05	\$ 814,95		\$ 100,35	\$ 75,00	\$ 35,42	\$ 37,50	\$ 1.148,27	\$ 3.444,80	\$ 13.779,20
Remuneración mensual	\$ 900,00	\$ 85,05	\$ 814,95		\$ 100,35	\$ 75,00	\$ 35,42	\$ 37,50	\$ 1.148,27	\$ 3.444,80	\$ 13.779,20
Remuneración anual	\$ 10.800,00	\$ 1.020,60	\$ 9.779,40		\$ 1.204,20	\$ 900,00	\$ 425,00	\$ 450,00	\$ 13.779,20	\$ 41.337,60	
Inflación de sueldos	3,41%										
ARCOIRIS											
ROL DE PAGOS 2do AÑO											
Empleado	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (trimestral)	Total Ingresos (anual)
Gerente	\$ 930,69	\$ 87,95	\$ 842,74	\$ 77,53	\$ 103,77	\$ 77,56	\$ 35,42	\$ 38,78	\$ 1.263,74	\$ 15.164,90	\$ 15.164,90
Remuneración mensual	\$ 930,69	\$ 87,95	\$ 842,74	\$ 77,53	\$ 103,77	\$ 77,56	\$ 35,42	\$ 38,78	\$ 1.263,74	\$ 15.164,90	\$ 15.164,90
Remuneración anual	\$ 11.168,28	\$ 1.055,40	\$ 10.112,88	\$ 930,32	\$ 1.245,26	\$ 930,69	\$ 425,00	\$ 465,35	\$ 15.164,90	\$ 181.978,75	
ARCOIRIS											
ROL DE PAGOS 3ro AÑO											
Empleado	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (trimestral)	Total Ingresos (anual)
Gerente	\$ 962,43	\$ 90,95	\$ 871,48	\$ 80,17	\$ 107,31	\$ 80,20	\$ 35,42	\$ 40,10	\$ 1.305,63	\$ 15.667,53	\$ 15.667,53
Remuneración mensual	\$ 962,43	\$ 90,95	\$ 871,48	\$ 80,17	\$ 107,31	\$ 80,20	\$ 35,42	\$ 40,10	\$ 1.305,63	\$ 15.667,53	\$ 15.667,53
Remuneración anual	\$ 11.549,12	\$ 1.091,39	\$ 10.457,73	\$ 962,04	\$ 1.287,73	\$ 962,43	\$ 425,00	\$ 481,21	\$ 15.667,53	\$ 188.010,32	
ARCOIRIS											
ROL DE PAGOS 4to AÑO											
Empleado	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (trimestral)	Total Ingresos (anual)
Gerente	\$ 995,25	\$ 94,05	\$ 901,19	\$ 82,90	\$ 110,97	\$ 82,94	\$ 35,42	\$ 41,47	\$ 1.348,94	\$ 16.187,30	\$ 16.187,30
Remuneración mensual	\$ 995,25	\$ 94,05	\$ 901,19	\$ 82,90	\$ 110,97	\$ 82,94	\$ 35,42	\$ 41,47	\$ 1.348,94	\$ 16.187,30	\$ 16.187,30
Remuneración anual	\$ 11.942,94	\$ 1.128,61	\$ 10.814,34	\$ 994,85	\$ 1.331,64	\$ 995,25	\$ 425,00	\$ 497,62	\$ 16.187,30	\$ 194.247,56	
ARCOIRIS											
ROL DE PAGOS 5to AÑO											
Empleado	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (trimestral)	Total Ingresos (anual)
Gerente	\$ 1.029,18	\$ 97,26	\$ 931,93	\$ 85,73	\$ 114,75	\$ 85,77	\$ 35,42	\$ 42,88	\$ 1.393,73	\$ 16.724,79	\$ 16.724,79

Remuneración mensual	\$ 1.029,18	\$ 97,26	\$ 931,93	\$ 85,73	\$ 114,75	\$ 85,77	\$ 35,42	\$ 42,88	\$ 1.393,73	\$ 16.724,79	\$ 16.724,79
Remuneración anual	\$ 12.350,20	\$ 1.167,09	\$ 11.183,10	\$ 1.028,77	\$ 1.377,05	\$ 1.029,18	\$ 425,00	\$ 514,59	\$ 16.724,79	\$ 200.697,49	

5.6.3 Detalle de los Gastos de Importación

5.6.3.1.1 Gastos de Importación

Tabla 42. Gastos de importación

Gastos de Importación						
	Costos	Cantidad	Vehículos	Muñecas	Total trimestral	Total anual
FOB (vehículo)	1,60	3600	5760,00		5760,00	23040,00
FOB (muñeca)	2,00	4800		9600,00	9600,00	38400,00
flete	320,00	1	120,00	200,00	320,00	1280,00
CIF Guayaquil			5880,00	9800,00	\$ 15.680,00	\$ 62.720,00
Descarga	\$ 9,00		3,375	5,625	\$ 9,00	\$ 36,00
Almacenaje	\$ 71,74		26,90	44,84	\$ 71,74	\$ 286,96
Transporte Interno	\$600,00		225,00	375,00	\$ 600,00	\$ 2.400,00
Aforo	\$ 19,83		7,44	12,39	\$ 19,83	\$ 79,32
Porteo	\$ 65,25		24,47	40,78	\$ 65,25	\$ 261,00
Formulario Importación	\$200,00		75,00	125,00	\$ 200,00	\$ 800,00
Recepción y despacho	\$ 55,23		20,71	34,52	\$ 55,23	\$ 220,92
DAP/DPU			6262,89	10438,16	16701,05	66804,20
Ad-Valorem	28%		1646,4	2744	\$ 4.390,40	\$ 17.561,60
Fodinfra	0,5%		29,4	49	\$ 78,40	\$ 313,60
IVA	12%		906,696	1511,16	\$ 2.417,86	\$ 9.671,42
ISD	5%		294,00	490,00	\$ 784,00	\$ 3.136,00
Agente de aduana	\$276,12		103,55	172,58	\$ 276,12	\$ 1.104,48
TOTAL DDP			9242,93	15404,89	\$ 1.012,05	\$ 4.048,20
DDP/Unitario			2,57	3,21	\$ 5,78	\$ 23,11
Total gastos importación					\$ 8.967,83	\$ 35.871,30

Fuente: Bryan Yépez

5.6.4 Determinación del precio de exportación

5.6.4.1 Determinación del Gasto Unitario

Tabla 43. Determinación del gasto unitario

DETERMINACIÓN GASTO UNITARIO	
	Total Trimestral
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.483,80
GASTOS DE IMPORTACION	\$ 8.967,83

TOTAL GASTOS	\$	12.451,63
Vehículos	\$	1,27
Muñecas	\$	1,59

Fuente: Bryan Yépez

5.6.4.2 Determinación del Precio Unitario

Tabla 44. Determinación del precio unitario

DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO							
Descripción	Compras	Cantidad Trimestral	Costo Unitario	Gasto Unitario	Costo T.Unita	UTILIDAD	Precio unitario
						30%	
Muñecas	\$9.600,00	4800	\$ 2,00	\$ 1,59	\$ 3,59	\$ 1,08	4,66
Carros	\$5.760,00	3600	\$ 1,60	\$ 1,27	\$ 2,87	\$ 0,86	3,73

Fuente: Bryan Yépez

5.6.5 Financiamiento del proyecto

Tabla 45. Financiamiento del proyecto

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Propia	\$ 30.002,93	100%
TOTAL	\$ 30.003	100%

Fuente: Bryan Yépez

5.6.6 Determinación del costo de capital

Tabla 46. Costo de capital

COSTO DE CAPITAL			
ESTRUCTURA	PORCENTAJE	TASAS	PONDERACIÓN
Inversión Propia	100%	0,25	0,250
TOTAL			0,250
EL COSTO DE CAPITAL DE LA EMPRESA ES DEL			25,00%

Fuente: Bryan Yépez

5.6.7 Determinación de la T.R.M

Tabla 47. Tasa de Rendimiento Medio

TASA DE REDESCUENTO O TASA DE RENDIMIENTO MEDIO		
COSTO CAPITAL	INFLACIÓN	TRM
25,00%	3,71%	28,71%

Fuente: Bryan Yépez

5.6.8 Cálculo de la depreciación

5.6.8.1 Depreciación

Tabla 48. Depreciación

DETERMINACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN			
CUENTA	VALOR	%DEPRECIACIÓN	VALOR DE DEPREC.
Equipos de Computación	\$ 658,00	33,33%	\$ 219,31
Equipos de Oficina	\$ 13,30	10%	\$ 1,33
Adecuaciones	\$ 1.200,00	5%	60
TOTAL			\$ 280,64

Fuente: Bryan Yépez

5.6.9 Determinación de los presupuestos

5.6.9.1 Presupuesto de Ingresos (Ventas)

- **Muñecas**

Tabla 49. Ventas de muñecas

MUÑECAS				
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$	
1	19200	\$ 4,66	\$	89.561,91
2	23040	\$ 4,84	\$	111.450,84
3	27648	\$ 5,02	\$	138.689,43
4	33178	\$ 5,20	\$	172.585,12
5	39813	\$ 5,39	\$	214.764,93

Fuente: Bryan Yépez

- **Carros**

Tabla 50. Ventas de carros

CARROS				
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$	
1	14400	\$ 3,73	\$	53.737,15
2	17280	\$ 3,87	\$	66.870,51
3	20736	\$ 4,01	\$	83.213,66
4	24883	\$ 4,16	\$	103.551,07
5	29860	\$ 4,32	\$	128.858,96

Fuente: Bryan Yépez

5.6.10 Presupuesto de Costos

5.6.10.1 Muñecas

Tabla 51. Presupuesto costos muñecas

MUÑECAS					
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO		TOTAL \$	
1	19200	\$	2,00	\$	38.400,00
2	23040	\$	2,07	\$	47.784,96
3	27648	\$	2,15	\$	59.463,60
4	33178	\$	2,23	\$	73.996,51
5	39813	\$	2,31	\$	92.081,26

Fuente: Bryan Yépez

5.6.10.2 Carros

Tabla 52. Presupuesto costos carros

CARROS					
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO		TOTAL \$	
1	14400	\$	1,60	\$	23.040,00
2	17280	\$	1,66	\$	28.670,98
3	20736	\$	1,72	\$	35.678,16
4	24883	\$	1,78	\$	44.397,91
5	29860	\$	1,85	\$	55.248,75

Fuente: Bryan Yépez

5.6.11 Presupuesto de Gastos

5.6.11.1 Gastos Administrativos

Tabla 53. Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Agua	\$ 24,00	\$ 24,89	\$ 25,81	\$ 26,76	\$ 27,75	
Energía Eléctrica	\$ 48,00	\$ 49,78	\$ 51,62	\$ 53,53	\$ 55,51	
Suministros de Oficina	\$ 60,00	\$ 62,22	\$ 64,52	\$ 66,91	\$ 69,39	
Sueldos	\$ 13.779,20	\$ 14.289,03	\$ 14.817,72	\$ 5.365,98	\$ 15.934,52	
Implementos de limpieza	\$ 24,00	\$ 24,89	\$ 25,81	\$ 26,76	\$ 27,75	
TOTAL	\$ 13.935,20	\$ 14.450,80	\$ 14.985,48	\$ 5.539,94	\$ 16.114,92	

Fuente: Bryan Yépez

5.6.11.2 Gastos de Importación

Tabla 54. Gastos de importación

Gastos de Importación Juguetes					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CIF Guayaquil	62720,00	65040,64	67447,14	69942,69	72530,57
Descarga	36,00	37,33	38,71	40,15	41,63
Almacenaje	286,96	297,58	308,59	320,01	331,85
Transporte Interno	2400,00	2488,80	2580,89	2676,38	2775,40
Aforo	79,32	82,25	85,30	88,45	91,73
Porteo	261,00	270,66	280,67	291,06	301,83
Formulario Importación	800,00	829,60	860,30	892,13	925,13
Recepción y despacho	220,92	229,09	237,57	246,36	255,48
DAP/DPU	66804,20	69275,96	71839,17	74497,21	77253,61
Ad-Valorem	17561,60	18211,38	18885,20	19583,95	20308,56
Fodinfra	313,60	325,20	337,24	349,71	362,65
IVA	9671,42	10029,27	10400,35	10785,16	11184,21
ISD	3136,00	3252,03	3372,36	3497,13	3626,53
Agente de aduana	1104,48	1145,35	1187,72	1231,67	1277,24
TOTAL DDP	4048,20	4197,98	4353,31	4514,38	4681,41
DDP/Unitario	23,11	23,96	24,85	25,77	26,72
Total gastos importacion	\$35.871,30	\$ 37.198,54	\$ 38.574,89	\$ 40.002,16	\$ 41.482,24

Fuente: Bryan Yépez

5.6.11.3 Depreciaciones

Tabla 55. Depreciaciones

DEPRECIACIONES						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Equipo de Computación	\$ 219,31	\$ 219,31	\$ 219,31			-
Equipo de Oficina	\$ 1,33	\$ 1,33	\$ 1,33	\$ 1,33	\$ 1,33	\$ 1,33
Adecuaciones	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL DEPRECIACIONES	\$ 280,64	\$ 280,64	\$ 280,64	\$ 61,33	\$ 61,33	\$ 61,33

Fuente: Bryan Yépez

5.6.11.4 Total Presupuesto de Gastos

Tabla 56. Total presupuesto de gastos

TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS						
CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de Administración	13935,20	14450,80	14985,48	15539,94	16114,92	75026,35

Gastos de Importación	35871,30	37198,54	38574,89	40002,16	41482,24	193129,13
Depreciación	280,64	280,64	280,64	61,33	61,33	964,58
TOTAL	\$50.087,15	\$ 51.929,99	\$ 53.841,01	\$55.603,43	\$57.658,49	\$269.120,07

Fuente: Bryan Yépez

5.6.12 Estados financieros

5.6.12.1 Estado de Resultados

Tabla 57. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS / FINANCIADO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas					
Muñecas	89561,91	111450,84	138689,43	172585,12	214764,93
Carros	53737,15	66870,51	83213,66	103551,07	128858,96
Total Ingresos	143299,06	178321,35	221903,09	276136,20	343623,89
(-) Costo de Ventas					
Muñecas	38400,00	47784,96	59463,60	73996,51	92081,26
Carros	23040,00	28670,98	35678,16	44397,91	55248,75
Total Costos	61440,00	76455,94	95141,77	118394,41	147330,01
(=) Utilidad Bruta	81859,06	101865,41	126761,32	157741,78	196293,88
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	13935,20	14450,80	14985,48	15539,94	16114,92
Gasto de Importación	35871,30	37198,54	38574,89	40002,16	41482,24
Depreciación	280,64	280,64	280,64	61,33	61,33
TOTAL GASTOS	50087,15	51929,99	53841,01	55603,43	57658,49
(=) Utilidad después de Operaciones	31771,91	49935,43	72920,31	102138,35	138635,39
(-) Gastos Financieros					
Intereses					
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores	31771,91	49935,43	72920,31	102138,35	138635,39
(-) 15% Participación de trabajadores	4765,79	7490,31	10938,05	15320,75	20795,31
(=) Utilidad antes de Impuestos	27006,13	42445,11	61982,26	86817,60	117840,08
(-) 25% Impuesto a la Renta	6751,53	10611,28	15495,57	21704,40	29460,02
(=) Utilidad Neta	\$20.254,59	\$31.833,83	\$46.486,70	\$ 65.113,20	\$88.380,06

Fuente: Bryan Yépez

5.6.13 Presupuesto de Caja

Tabla 58. Presupuesto de caja

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	\$ 20.254,59	\$ 31.833,83	\$ 46.486,70	\$ 65.113,20	\$88.380,06
Depreciacion	\$ 280,64	\$ 280,64	\$ 280,64	\$ 61,33	\$ 61,33
TOTAL	\$ 20.535,24	\$ 32.114,48	\$ 46.767,34	\$ 65.174,53	\$88.441,39

Fuente: Bryan Yépez

5.6.14 Balance inicial o de arranque

Tabla 59. Balance inicial

BALANCE INICIAL			
Arcoiris S.A.			
ACTIVOS		PASIVOS	
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>		<u>PASIVOS CORRIENTES</u>	
<i>Inversión Variable</i>	\$28.131,63		
<u>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</u>	\$28.131,63	<u>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</u>	
<u>ACTIVOS FIJOS</u>		<u>PASIVOS L. PLAZO</u>	
<i>Inversión Fija</i>		Hipoteca	\$ -
Adecuaciones	\$ 1.200,00	<u>TOTAL PASIVOS L. PLZ</u>	\$ -
Equipo de Computación	\$ 658,00		
Equipo de Oficina	\$ 13,30	TOTAL PASIVOS	\$ -
<u>TOTAL ACTIVOS FIJOS</u>	\$ 1.871,30		
<u>OTROS ACTIVOS</u>		PATRIMONIO	
<i>Inversión Diferida</i>		Capital Social	\$30.002,93
Constitución de la Empresa	0		
<u>TOTAL OTROS ACTIVOS</u>	0	TOTAL PATRIMONIO	\$ 30.002,93

TOTAL ACTIVO	\$30.002,93	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 30.002,93
---------------------	--------------------	----------------------------------	---------------------

Fuente: Bryan Yépez

5.6.15 Evaluación económica financiera del proyecto

5.6.15.1 Valor Presente Neto

Tabla 60. VPN

VALOR PRESENTE NETO			
AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS
1	20.535,24	0,777	15.954,65
2	32.114,48	0,604	19.385,47
3	46.767,34	0,469	21.933,39
4	65.174,53	0,364	23.748,09
5	88.441,39	0,283	25.037,68
	Valor Presente		106.059,28
	Inversión Inicial		30.002,93
	VPN		\$ 76.056,36

Fuente: Bryan Yépez

5.6.15.2 Costo Beneficio

Tabla 61. Costo beneficio

COSTO BENEFICIO			
VALOR PRESENTE	-	106.059,28	3,53
INVERSIÓN INICIAL		30.002,93	

Fuente: Bryan Yépez

5.6.15.4 Tasa Interna de Retorno

Tabla 62. Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
	-30.002,93	
1	20.535,24	30.002,93
2	32.114,48	
3	46.767,34	

4	65.174,53
5	88.441,39
TIR	
	103%

Fuente: Bryan Yépez

5.6.16 Evaluación económica del proyecto

Tabla 63. Periodo De Recuperación De La Inversión (PRI)

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)		
	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
AÑO		30.002,93
1	15.954,65	14.048,27
2	19.385,47	5.337,19
3	21.933,39	27.270,59
4	23.748,09	51.018,68
5	25.037,68	
PRI	1,85	AÑOS

Fuente: Bryan Yépez

Tabla 64. Evaluación económica del proyecto con financiamiento

EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO EFECTIVO	20.535,24	32.114,48	46.767,34	65.174,53	88.441,39
COSTO OPORTUNIDAD	28,71%				
VALOR ACTUAL NETO	76056,36				
COSTO BENEFICIO	\$ 3,53				
TASA INTERNA DE RETORNO	103%				
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	1 año 10 meses 1 dia				

Fuente: Bryan Yépez

5.6.17 Determinación del punto de equilibrio

Tabla 65. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
CUENTAS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Inversión fija	1.871,30		\$ 1.871,30
Capital de trabajo		\$ 28.131,63	\$ 28.131,63
Compras		\$ 61.440,00	\$ 61.440,00
Gastos Administrativos	13.935,20		\$ 13.935,20
Depreciaciones	280,64		\$ 280,64
Gastos de Importacion			\$ -
FOB(vehículo)	5760,00		
FOB(muñeca)	9600,00		
flete	320,00		
CIF Guayaquil	15680,00		\$ 15.680,00
Descarga	9,00		\$ 9,00
Almacenaje	71,74		\$ 71,74
Transporte Interno	600,00		\$ 600,00
Aforo	19,83		\$ 19,83
Porteo	65,25		\$ 65,25
Formulario Importación	200,00		\$ 200,00
Recepción y despacho	55,23		
DAP/DPU	16701,05		
Ad-Valorem	4390,40		
Fodinfra	78,40		
IVA	2417,86		
ISD	784,00		
Agente de aduana	276,12		
TOTAL DDP	1012,05		
DDP/Unitario	5,78		
TOTAL	\$ 48.412,96	\$ 89.571,63	\$ 122.304,59

Fuente: Bryan Yépez

Tabla 66. Margen de Contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN				
PRODUCTO	PRECIO	CV. UNIT.	% VENTAS	MARGEN CONTRIB.
Muñecas	4,66	2,00	50%	2,66
Carros	3,73	1,60	50%	2,13
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO				4,80

Fuente: Bryan Yépez

Tabla 67. Punto de equilibrio unidades físicas y monetarias

PUNTO DE EQUILIBRIO	\$	\$ 10.093,54
=	48.412,96	
	\$	4,80

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	UNIDADES MONETARIAS
Muñecos		\$	\$
	5.046,77	4,66	23.541,59
Carros		\$	\$
	5.046,77	3,73	18.833,27
TOTAL			\$
			42.374,86

Fuente: Bryan Yépez

6 CONCLUSIONES

Preferencias de Consumidores en Comercial Arco Iris: El análisis del mercado realizado para Comercial Arco Iris ha mostrado que los consumidores valoran especialmente los juguetes que ofrecen una buena relación calidad-precio. Los resultados de las encuestas indican que, en términos generales, los consumidores prefieren en primer lugar los juguetes con precios que oscilan entre \$6 y \$10, y, en segundo lugar, los juguetes que tienen un rango de precio de \$2 a \$5. De acuerdo con nuestra investigación, los juguetes específicos que se consideran para la importación, tales como las muñecas y los carros, están valorados en \$4.66 y \$3.73, respectivamente. Estos precios posicionan estos productos dentro de las preferencias destacadas de los consumidores, alineándose con los rangos de precios más valorados en el mercado.

Selección de Proveedores: El análisis de proveedores mostró que existen varios proveedores internacionales que pueden satisfacer las necesidades de Comercial Arco Iris. Aquellos que ofrecían mejores condiciones de negociación, como precios competitivos, términos de pago flexibles y garantía de calidad, fueron considerados más viables para establecer alianzas comerciales. Mediante la aplicación de la matriz POAM, se concluyó que China ofrece mayores oportunidades y ventajas como proveedor. En particular, se seleccionó a la empresa Shantou Longxi Toys Co., Ltd como el socio comercial más adecuado.

Trámites Legales y Logísticos: La definición de los trámites legales y logísticos necesarios para la importación de juguetes destacó la importancia de cumplir con las normativas aduaneras, y de seguridad del Ecuador. Se estableció un proceso claro que incluye la correcta documentación, el pago de aranceles e impuestos, y la selección de métodos de transporte eficientes para asegurar una importación sin contratiempos. En este caso los juguetes que se importaran pertenecen a la partida arancelaria 9503.00.22.90 y 9503.00.30.00 las cuales constan de un advalorem de 30% que gracias a un convenio con china ahora paga un 28%, lo que nos permite calcular los gastos de importación y nos da como resultado que cada importación trimestral se pagara un total de \$8 967.83 y de importación anual \$35 871.30 y en el aspecto legal las declaraciones correspondientes.

Idea de Compras y Financiamiento: Se propuso un plan de compras y financiamiento que considera las necesidades financieras de Comercial Arco Iris. Este plan incluye la

negociación con los proveedores para optimizar el flujo de caja y asegurar una disponibilidad constante de inventario. En este caso la empresa cuenta con un financiamiento particular y los procesos de compra e importación se realizarán de manera trimestral.

Impacto en la Satisfacción del Cliente: Implementar estos hallazgos y recomendaciones tiene el potencial de mejorar significativamente la satisfacción del cliente en Comercial Arco Iris. Al ofrecer juguetes que cumplen con las expectativas de calidad y precio de los consumidores, la empresa puede fortalecer su posición en el mercado y fomentar la lealtad del cliente.

Competitividad del Mercado: La adecuada selección de proveedores y la optimización de los procesos logísticos y legales permitirán a Comercial Arco Iris mantenerse competitiva en el mercado. Al reducir costos y mejorar la eficiencia operativa, la empresa podrá ofrecer precios atractivos y mantener márgenes de beneficio saludables.

7 RECOMENDACIONES

Monitoreo Continuo del Mercado: Es recomendable que Comercial Arco Iris realice estudios de mercado periódicos para mantenerse al tanto de las tendencias y preferencias cambiantes de los consumidores. Esto permitirá ajustar su oferta de productos de manera oportuna y seguir satisfaciendo las expectativas del cliente.

Establecer Relaciones Estratégicas con Proveedores: Se sugiere formar alianzas estratégicas a largo plazo con proveedores que ofrezcan las mejores condiciones de calidad, precio y negociación. Mantener una comunicación abierta y regular con estos proveedores ayudará a asegurar el suministro constante de productos y a negociar mejores términos en el futuro.

Cumplimiento Rigoroso de Normativas: Asegurarse de cumplir estrictamente con todas las normativas aduaneras y de seguridad es esencial. Designar a un equipo o contratar a un agente aduanero especializado puede facilitar este proceso y prevenir retrasos o problemas legales.

Optimización de la Logística: Implementar sistemas de gestión logística eficientes que permitan rastrear y gestionar los envíos de manera efectiva puede reducir costos y mejorar los tiempos de entrega. Considerar opciones de transporte que equilibren costo y rapidez será beneficioso.

Plan Financiero Sostenible: Desarrollar un plan financiero que incluya opciones de financiamiento a corto y largo plazo es crucial. Negociar términos de pago favorables con los proveedores y gestionar adecuadamente las líneas de crédito ayudará a mantener un flujo de caja positivo.

Capacitación del Personal: Invertir en la capacitación del personal en áreas como negociación, gestión logística y cumplimiento de normativas aduaneras puede mejorar la eficiencia operativa. Un equipo bien preparado será capaz de manejar mejor los desafíos y contribuir al éxito del plan de importación.

8 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Mundial, G. (2023). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org>
- BR Logistics Europa. (s.f.). *Enviar contenedor a Ecuador*. Obtenido de BR Logistics Europa: <https://www.brlogistics.net/es/enviar-contenedor/a-ecuador/#:~:text=Cuanto%20cuesta%20enviar%20un%20contenedor%20desde%20Estados%20Unidos%20a%20Ecuador,desde%20%243850%20a%20%246850%20Dólares>.
- Christopher, M. (2016). *"Logística y gestión de la cadena de suministro"*.
- Enciclopedia Significados. (18 de Enero de 2017). *Importación: qué es, concepto y definición*. Obtenido de <https://www.significados.com/importacion/>
- Equipo editorial, E. (23 de Enero de 2023). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de <https://humanidades.com/japon/>.
- Exteriores, O. d. (Abril de 2023). *Dirección General de Comunicación, Diplomacia Pública y Redes*. Obtenido de https://www.exteriores.gob.es/documents/fichaspais/china_ficha%20pais.pdf
- Fanjul, E. (13 de Diciembre de 2018). *Real Instituto Elcano*. Obtenido de Las importaciones también son un motor del crecimiento y el bienestar: <https://www.realinstitutoelcano.org/comentarios/importaciones-motor-crecimiento-bienestar/#:~:text=Las%20importaciones%20contribuyen%20al%20crecimiento,m%C3%A1s%20baratos%20o%20m%C3%A1s%20eficientes>.
- Fundacion IO. (s.f.). *fundacion io*. Obtenido de <https://fundacionio.com/viajarseguro/paises/estados-unidos/#:~:text=La%20mayor%20parte%20del%20país,y%20con%20México%20a%20l%20sur>.
- iContainers. (17 de Mayo de 2017). *iContainers*. Obtenido de Ranking: Los 10 puertos más importantes de Estados Unidos: <https://www.icontainers.com/es/2017/05/17/top-10-puertos-estados-unidos/>
- iContainers. (s.f.). *iContainers*. Obtenido de Preguntas frecuentes al enviar un contenedor a Ecuador: <https://www.icontainers.com/es/enviar-contenedor/ecuador/#:~:text=El%20tiempo%20de%20tránsito%20más,-%20Guayaquil%20de%2013%20días>.
- infolib. (29 de enero de 2021). *CÁMARA DE COMERCIO ECUADOR SHANGHÁI CHINA*. Obtenido de <https://camaraecuadorshanghai.com/como-importar-de-china-a-ecuador/#:~:text=PARA%20CONSIDERAR%3A,existan%20baches%20en%20el%20proceso>.
- Joguiba. (16 de 09 de 2022). *Joguiba*. Obtenido de <https://www.joguiba.com/blog/tipos-de-juguetes-para-ninos-segun-las-areas-de-desarrollo/212>
- Martínez, D. (6 de Abril de 2022). *Shopeando*. Obtenido de <https://www.shopeando.mx/ventajas-y-desventajas-de-importar/>

- Pacheco, M. (18 de 12 de 2021). *El comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/venta-juguetes-reactiva-mayor-oferta.html>
- Pasto, R. E. (2021). *Proyecto de factibilidad para la importación de juguetes para la empresa totalhome, en la ciudad de Riobamba*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/15914/1/22T0716.pdf>
- Pastrán, R. M. (28 de Noviembre de 2022). *EL ECONOMISTA*. Obtenido de <https://www.economista.net/economia/Precios-de-fletes-desde-China-bajan-pero-siguen-altos-hacia-EUA-20221128-0002.html>
- S.L., S. A. (Marzo de 2018). *Economía y la Sociedad del Japón*. Obtenido de Eumed.net: [https://www.eumed.net/rev/japon/32/ecuador-japon-importaciones.html#:~:text=Para%20las%20importaciones%20a%20Ecuador,\(PRO%20ECUADOR%2C%202016\)](https://www.eumed.net/rev/japon/32/ecuador-japon-importaciones.html#:~:text=Para%20las%20importaciones%20a%20Ecuador,(PRO%20ECUADOR%2C%202016)).
- Salinas, D. L. (2014). *Repositorio Digital - Universidad Nacional de Loja*. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/16161/1/TESIS%20FINAL.pdf>
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (s.f.). *Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-importar/>
- Viajero, P. (18 de Octubre de 2022). *Proyecto Viajero*. Obtenido de <https://proyectoviajero.com/limites-estados-unidos-de-america/>

9 ANEXOS

Anexo 1:

Preguntas para Encuesta:

- ¿Las actividades de la empresa a la que usted pertenece se relaciona con la venta de juguetes?
- ¿Cuántos años de operación tiene el negocio al que pertenece?
- ¿Cuál de estas opciones representa más la manera en la que adquiere nuevos productos para su negocio?
- ¿Con que frecuencia adquiere productos para surtir su negocio?
- ¿Qué categoría de juguetes considera usted que son los más vendidos?
- En las diferentes categorías, señale el producto más vendido en su empresa:

NIÑOS:

NIÑAS:

- ¿Su empresa cuenta con un distribuidor fijo?
- Si su respuesta anterior fue Sí, ¿Estaría su empresa abierta a recibir un nuevo distribuidor?
- ¿Conoce usted Comercial Arcoíris?
- ¿Consideraría usted a Comercial Arcoíris un potencial proveedor, cuando esta le ofrece productos de calidad, y precios de importación?
- ¿Qué valor considera usted es el más aceptado por sus clientes?