

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA MULTILINGUE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE
LICENCIADA MULTILINGUE EN NEGOCIOS Y RELACIONES
INTERNACIONALES**

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA IMPORTACIÓN DE ARTICULOS
PROMOCIONALES, DESDE UN MERCADO INTERNACIONAL PARA LA EMPRESA
ECUATORIANA INGENIO A.P PERIODO 2015 - 2017**

JÉSSICA CRISTINA PROAÑO DÍAZ

**SEPTIEMBRE, 2018
QUITO – ECUADOR**

ÍNDICE

I.	TEMA	1
II.	RESUMEN	1
III.	ABSTRACT	2
IV.	RIASSUNTO	3
V.	INTRODUCCIÓN	4

CAPITULO I SELECCIÓN DEL SOCIO COMERCIAL PRODUCTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1.1	Importaciones ecuatorianas obstruidas en aduanas	10
1.1.1	Antecedentes	10
1.1.2	Proteccionismo como coordinador de las políticas comerciales ecuatorianas	12
1.1.3	Impacto del proteccionismo en las economías en desarrollo caso ecuatoriano	15
1.1.4	Requisitos para la importación	17
1.2	Estados Unidos como socio comercial	18
1.2.1	Oportunidades que genera el mercado capitalista para el desarrollo de las PYMES ecuatorianas	19
1.2.2	Industrialización de artículos promocionales	20
1.2.3	Cooperación técnica para la industrialización norte – sur	22
1.3	China como socio comercial	24
1.3.1	Oferta exportable de la china	24
1.3.2	Comercialización rentable de artículos promocionales	25
1.3.3	Cooperación para la producción nacional	27
1.4	Matriz de Selección de Mercado	28

CAPITULO II NORMATIVA ESTATAL PARA LOS PROCESOS DE IMPORTACIÓN

2.1.	Comex legislador de las políticas comerciales e inversiones	33
2.1.1.	Legislación	33
2.1.2.	Medidas de promoción de importaciones	36
2.1.3.	Regulación y determinación de políticas públicas	37
2.2.	OMC como fuente de información para el comercio exterior	38
2.2.1.	Promotor del libre comercio	38
2.2.2.	Globalización en la economía empresarial	40
2.2.3.	Sistema multilateral de comercio	42
2.3.	Logística e infraestructura empresarial	43
2.3.1.	Organización de recursos	43
2.3.2.	Coordinación del espacio (Canal Logístico)	47
2.3.3.	Políticas de atención al cliente (servicio al cliente)	49

CAPITULO III
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

3.1.	Estructura de la empresa	51
3.1.1.	Características del negocio	51
3.1.2.	Ingeniería Financiera	54
3.1.3.	Proyección de costos	58
3.2.	Rentabilidad	61
3.2.1	Fuentes y Usos	62
3.2.2	Análisis y proyección de ingresos	64
3.2.3.	Punto de equilibrio	66
3.3.	Indicadores financieros y económicos	70
3.3.1.	Indicadores VAN, TIR, periodo de recuperación de capital	70
3.3.2.	Criterios ecológicos	73
3.3.3.	Criterios económicos	75
VI.	ANÁLISIS	78
VII.	CONCLUSIONES	81
VIII.	RECOMENDACIONES	83
	LISTA DE REFERENCIAS	84
	ANEXOS	91

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°1.	CRECIMIENTO PORCENTUAL - INFLACIÓN PRECIO AL CONSUMIDOR	30
GRÁFICO N°2.	SALARIO MÍNIMO	30
GRÁFICO N°3.	DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA CLIENTES	54
GRÁFICO N°4.	COSTOS VS. INGRESOS	66
GRÁFICO N°5.	PUNTO DE EQUILIBRIO	67

ÍNDICE DE IMAGENES

IMAGEN N° 1.	DISTRIBUCIÓN DE IMPORTACIÓN - PARTIDA ARANCELARIA 96	31
IMAGEN N° 2.	GESTIÓN DE PROCESOS	44
IMAGEN N° 3.	ORGANIGRAMA	45
IMAGEN N° 4.	DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES LOGÍSTICAS - INGENIO A. P	46
IMAGEN N° 5.	VARIABLES DE EVALUACIÓN - RED LOGÍSTICA DE ABASTECIMIENTO	47
IMAGEN N° 6.	FLUJOGRAMA PRODUCCIÓN INTERNA	48
IMAGEN N° 7.	FLUJOGRAMA PRODUCCIÓN EXTERNA	48
IMAGEN N° 8.	ANÁLISIS "FODA"	60
IMAGEN N° 9.	PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	69
IMAGEN N° 10.	PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	69
IMAGEN N° 11.	PUNTO DE EQUILIBRIO EN PORCENTAJES	70
IMAGEN N° 12.	FÓRMULA TIR	71
IMAGEN N° 13.	PHVA INGENIO A. P	74

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1.	BALANZA COMERCIAL “EEUU”	29
TABLA N°2.	BALANZA COMERCIAL “CHINA”	29
TABLA N°3.	SELECCIÓN DE MERCADO	32
TABLA N°4.	COMPOSICIÓN DE PYMES	41
TABLA N°5.	ACTIVIDADES - CANAL LOGÍSTICO	49
TABLA N° 6.	COSTO LÍNEA TEXTIL	52
TABLA N°7.	PORCENTAJES DE VENTA - LÍNEA AÑO 2016	53
TABLA N°8.	ACTIVOS AÑO 2016	55
TABLA N° 9.	ROL DE PAGOS	56
TABLA N°10.	DEFINICIÓN DE COSTOS	57
TABLA N°11.	PORCENTAJES PRODUCTOS	58
TABLA N°12.	PRECIO PONDERADO	58
TABLA N°13.	CLASIFICACIÓN FUENTES Y USOS	62
TABLA N°14.	CLASIFICACIÓN DE ACUERDO AL MOVIMIENTO	62
TABLA N°15.	TOTAL FUENTES Y USOS INGENIO A.P	63
TABLA N°16.	CLASIFICACIÓN FUENTES Y USOS INGENIO A.P	63
TABLA N°17.	META EN VENTAS	65
TABLA N°18.	COSTOS VARIABLES	68
TABLA N°19.	COSTOS FIJOS	68
TABLA N°20.	TASA DE PROMEDIO PONDERADA	72
TABLA N°21.	RESUMEN DE INDICADORES	72
TABLA N°22.	DECISIONES	73

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N°1.	CRONOGRAMA DESMANTELAMIENTO DE SALVAGUARDIAS	91
ANEXO N°2.	TABLA DE PAGOS	92
ANEXO N°3.	PROYECCIÓN COSTOS E INGRESOS	93
ANEXO N°4.	ANÁLISIS FINANCIERO	94

I. TEMA

INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA IMPORTACIÓN DE ARTICULOS PROMOCIONALES, DESDE MERCADO INTERNACIONAL PARA EMPRESA ECUATORIANA INGENIO A.P PERIODO 2015 – 2017

II. RESUMEN

La investigación, estudia la factibilidad de implementar dentro de una PYME ecuatoriana presente en el mercado desde el año 2005, proceso de importación para incrementar ventas y rentabilidad de la empresa, la cual se afectaría por la creciente competitividad y a través de análisis de dos posibles mercados con capacidades técnicas similares, criterios culturales, económicos y comerciales ponderados y en matriz para determinar el socio comercial. El trabajo usa la teoría de Heckscher-Ohlin y la de ciclo de vida del producto, a fin de estructurar el proceso e identificar la normativa estatal, para importación de artículos promocionales, desde el mercado anteriormente seleccionado. Considera las influencias externas y las leyes internaciones de comercio exterior y establece además una guía para la logística empresarial, que permita llevar a cabo la importación. Por último, presenta un análisis de la estructura financiera de la empresa, con recopilación de datos históricos para poder crear proyección de costos e ingresos y así permitan decidir, en base a indicadores financieros, la inversión.

Palabras Clave: PYME, normativa estatal, estructura financiera, proyección, indicadores financieros.

III. ABSTRACT

This investigation studies the feasibility to implement the importation process inside an Ecuadorian SME, present in the market since 2005, hit by the increasing competition, in order to increment the enterprise profitability. It analyze two possible markets with similar technical capabilities based on cultural, economic and commercial aspects weighed in an array. The research use the Heckscher-Ohlin and the product cycle of live theory to structure the importation process according to the state legislation to import promotional articles from the selected market, considered the external influence and the international laws of international trade, furthermore stablish a business logistic guide that allows carrying out the import. Finally, it presents an analysis of the financial structure through a historic data to create a cost and income projection that allows the investor decision based on financial indicators.

Key Words: SME, state legislation, financial structure, projection, financial indicators

IV. RIASSUNTO

L'investigazione studia la fattibilità d'implementare nell'ambito di una PMI ecuadoriana, presente nel mercato dal 2005, colpita per la crescente competitività, un processo d'importazione per incrementare delle vendite e dei profitti attraverso dell'analisi di due possibili mercati con capacità tecniche simili sulla base di criteri culturale, economici e commerciali ponderati in una matrice per determinare il partner commerciale. Il lavoro usa la teoria Heckscher-Ohlin e quella del ciclo di vita del prodotto per strutturare il processo di importazione identificando la normativa statale per l'importazione di articoli promozionali dal mercato selezionato, considera le influenze esterne ed i leggi internazionali del commercio esterno, inoltre stabilisce una guida per la logistica imprenditoriale che permette di portare a termine l'importazione. Infine, presenta un'analisi della struttura finanziaria dell'impresa con la raccolta di dati storici per creare una proiezione di costi ed entrate che permettano decidere l'investimento in base ad indicatori finanziari.

Parole Chiavi: PMI, normativa statale, struttura finanziaria, proiezione, indicatori finanziari

V. INTRODUCCIÓN

El trabajo realizará investigación de mercado en base a la pyme ecuatoriana INGENIO A.P, con residencia en Quito, durante el periodo 2015 – 2017. Empresa que presentó una reducción de ventas en el período entre los años 2015 – 2016, debido al creciente número de compañías de servicios dentro de Ecuador. Con el fin de contrarrestar este hecho, la empresa buscará importar desde un mercado internacional y en este contexto se establece como hipótesis el estudio de mercado para la empresa INGENIO A.P que permitiría optimizar los costos y procesos de importación de artículos promocionales y de este modo la investigación analizará la factibilidad de los mismos, a partir de un mercado internacional y con impacto económico para la microempresa ecuatoriana.

El incremento de empresas en el sector de servicios, creó una reducción en ventas nacionales y debido a esto se busca importar y ofrecer una variedad de productos. Se analizará los mercados internaciones, principalmente Estados Unidos y China, potencias mundiales, productoras de artículos promocionales.

Según la teoría de Herscher-Ohlin, dadas sus capacidades técnicas similares, rendimientos constantes y la inexistencia de especialización de estos países, se podrá realizar análisis comparativo de la proporción de los factores de producción y la utilización de éstos para producción de bienes. Por otra parte, según el teorema de igualación de precios, el comercio internacional generará paridad de los costos de producción. Se deduce por esto que existe una reducción de la brecha salarial entre trabajadores estadounidenses y chinos.

“INGENIO A.P”, es una empresa que maneja diferentes líneas de productos, entre ellas la textil, la ejecutiva y la PVC, por lo que requiere encontrar proveedores que puedan cubrir las diferentes líneas de productos. Los proveedores deberán ofrecer variedad de los mismos, que se ajusten a la mayoría de las líneas de producción. Este requerimiento, se debe a que la compra de productos a distintos proveedores repercutiría en tiempo y dinero.

Por esto, se establece como objetivo general, realizar el estudio para la empresa INGENIO A.P a través de una matriz de selección de mercado, para importación de artículos promocionales que permitirían establecer el que se ajuste a la realidad y necesidades de la empresa.

La investigación se realizará como método exploratorio, ya que el tema es inédito, dadas las características particulares y a pesar de que existen disertaciones que realizaron investigaciones de mercado. El enfoque de este trabajo es importar los artículos promocionales y el actor principal de la investigación, INGENIO A.P, permitirá identificar la disertación como única, en especial por ser la primera en la que participa la empresa. Por otro lado, la investigación se considera descriptiva, por identificar tendencias, comportamientos de mercado, factores internos y externos que permitan o limiten importación de bienes como artículos promocionales y el posible impacto directo para la empresa.

La investigación de mercado, se enfocará en recopilación y análisis de datos económicos y políticos sobre Ecuador, Estados Unidos y China, con la finalidad de establecer el socio comercial del cual se importarían los artículos promocionales y cuya comercialización, es la actividad principal de la empresa INGENIO A.P, además de establecer el proceso de importación y efectos económicos dentro de la misma.

Por lo ya mencionado, el método a utilizarse para este trabajo es el método empírico, mediante la recopilación de información y a través de investigaciones y análisis financieros de la empresa en cuestión. Se apoyará la investigación con información obtenida de fuentes confiables y estudios relacionados a importaciones y elaborados por personas naturales, empresas privadas o entidades públicas. Se aplicará el método análisis – síntesis de información, que recopilará y analizará la información, la misma que se resumirá a fin de obtener información relevante y útil a este trabajo.

En el primer capítulo se determinará el mercado con mayor potencialidad, que permita a la empresa adquirir mayor competitividad dentro del mercado ecuatoriano. Según un análisis efectuado por el Servicio de Investigación del Congreso (CSR), las economías de Estados Unidos y China son la primera y segunda más grandes del mundo.

Si bien, la economía de Estados Unidos es tres veces más grande que la de China, esta última se convirtió en el motor de crecimiento económico mundial. Debido al tamaño de las dos, la relación económica bilateral y las decisiones de ambos países, tienen un profundo impacto en la economía mundial. La

investigación de mercado como herramienta de apoyo, permitirá recopilar información de ambos países para toma de decisiones

En el segundo capítulo, debido a que INGENIO A.P, es una microempresa, en cuyo organigrama no consta un departamento de compras y tiene un escaso conocimiento sobre procesos de importación, limita a la misma desarrollarse dentro de este ámbito y se busca identificar el proceso que permitirá la importación de artículos promocionales desde el mercado internacional seleccionado en el capítulo anterior.

El trabajo no sólo estudiará las variables de cada mercado, sino las variables internacionales y nacionales que puedan influir en importación, como son las políticas comerciales ecuatorianas, cuyos procesos a causa de las restricciones impuestas en el año 2015 podrían generar conflictos. Por esto se plantean procesos de importación de forma en que los mismos puedan ser comprendidos y aplicados sin dificultad. No obstante, se debe considerar los cambios que puedan generarse en las leyes, después del año de terminación de la investigación preliminar.

Por otro lado, se deberá tomar en consideración a la OMC, como regulador del comercio internacional y la infraestructura de la empresa, ya que el conocimiento sobre documentación necesaria en el proceso de importación y logística empresarial, permitirá realizarla sin problemas burocráticos y de espacio.

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes), constituyen un factor dentro del desarrollo de toda economía, por su relación e incidencia en la generación de empleo y crecimiento económico. Las Pymes se relacionan con el desarrollo económico en todas las regiones del país. Sin embargo, se caracterizan por la búsqueda de resultados inmediatos para el desarrollo de la empresa y con enfoque en el “día a día”, sin una posible visión a futuro.

Esta visión no permite a los pequeños empresarios presentar sus estados financieros en función de un futuro, pero se debe recordar que las pymes son un resultado del mismo en la economía, ya que conforman casi el 90% del tejido económico, que identifican a las grandes empresas como responsables de los resultados financieros esperados y que indican que el crecimiento depende del

desempeño de sus Pymes (Banco Bilbao Viscaya Argentaria, 2016; Ekos, 2012; Lopez, 2009; Torres, 2011).

La importación de las Pymes para el bienestar económico general, por su facilidad para ajustarse a los requerimientos del mercado y a los clientes, despierta una visión a futuro, manifestada como inversión dentro de la empresa. Este factor es un componente fundamental de la demanda agregada y consiste en renunciar a un consumo cierto obteniendo buenos beneficios futuros. Con todo, existen dificultades relacionadas con el éxito de estos emprendimientos por menor disponibilidad de recursos, acceso a créditos, limitantes para emprender procesos de desarrollo tecnológico, entre otros.

En el tercer capítulo, por lo expuesto con anterioridad, se analiza la estructura financiera para importación de artículos promocionales y para lo cual se debe considerar la cotización del embarcador por la vía elegida por INGENIO A.P, así como los incoterms (Términos de Comercio Internacional) que establecen reglas internacionales con la finalidad de facilitar la conducción del comercio global, constituyendo auxilios en identificación de obligaciones entre las partes (Comprador/Vendedor) y contribuyendo así a rebajar el riesgo de posibles complicaciones legales. Se debe considerar siempre que cada país tiene su propia clasificación arancelaria, a fin de poder calcular correctamente impuestos a pagar, para lo cual este punto es indispensable conocerlo bien.

INGENIO A.P, posee un capital limitado, el cual al invertirse deberá generar utilidades beneficiosas para su continuo crecimiento. Es por ésto que se deberá analizar los estados financieros que incluirán el desempeño anterior de la empresa en los años 2015 – 2016, analizando tendencias y condiciones, las cuales permitirán realizar una mejor proyección de ventas y costos de importación.

Esta proyección se realizará con el fin de verificar el beneficio que generará la importación para la empresa ecuatoriana, utilizando la teoría del ciclo de vida del producto, como herramienta de predicción o pronóstico, y cuyas etapas distintivas permitirán ubicar el determinado ciclo de vida del producto, mediante el uso de las tendencias resultantes de estados financieros, que tienden a seguir una ruta predecible durante el ciclo de vida.

Las Pymes que buscan ser sostenibles y perdurar en el tiempo tienen un desafío por superar, puesto que se combinan rentabilidad financiera, políticas ambientales e impacto social y por ésto en el tercer capítulo también se presenta análisis de políticas ambientales que INGENIO A.P utiliza y las cuales contribuyen a disminuir el impacto ambiental, además del económico-social del proyecto. Se considera un reto dada su naturaleza y estructura que difieren en tamaño y recursos frente a las multinacionales.

Pese a, INGENIO A.P, busca acercar su trabajo a proveedores, consumidores y empleados, a fin de lograr ser una empresa con sostenibilidad económica generada por sí misma y sin ayuda del Estado para crecer y desarrollarse.

La importación de los productos promocionales, aunque se ve limitado por los procesos burocráticos, logísticos e impuestos arancelarios, se piensa que permitirá el crecimiento de ventas de la empresa, a través del aumento en su participación del mercado. Si los productos promocionales se encuentran en etapa de crecimiento, de acuerdo con la teoría del ciclo de vida del producto, las ventas aumentarán en la misma forma que los competidores. Pero la estrategia de ingresar nuevos productos al mercado con características diferentes y en búsqueda de mejor calidad y precios convenientes, permitirán que la empresa gane competitividad.

Dadas las características del mercado similares a las de un producto en crecimiento, se espera una rentabilidad positiva que será reinvertida en su totalidad y en otras importaciones como política que permitan financiar el crecimiento, así como los esfuerzos técnicos, comerciales y de comunicación realizados por la empresa.

El enfoque específico de la investigación dado por la empresa estudiada y como empresa familiar, permitirá poner en práctica los conocimientos generados e importar artículos promocionales. Por lo que, no solo generará conocimientos sino también iniciará un plan a seguir para lograr el crecimiento de INGENIO A.P y a su vez un mejor desarrollo profesional dentro del ámbito de comercio exterior. El tema se vincula con la carrera a través de la negociación internacional, para importación del producto seleccionado incluyendo el análisis

del comercio internacional ecuatoriano, mediante investigación de mercado y estudio de las políticas comerciales.

CAPITULO I

SELECCIÓN DEL SOCIO COMERCIAL PRODUCTO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1.1 Importaciones ecuatorianas obstruidas en aduanas

En el siguiente subcapítulo se analizará las políticas comerciales que causaron una reducción de las importaciones y su impacto en la economía de un país en vías de desarrollo. Esto contrasta con las opiniones de las empresas ecuatorianas y de los organismos internacionales y además presenta los requisitos para ingresar mercadería al país y conocer los procesos de importación y condiciones previas para que la empresa, sujeto de esta investigación, analice la necesidad de crecer a través de la compra directa de artículos promocionales en mercados internacionales. Por esta razón, el siguiente subcapítulo se dividirá en: antecedentes, proteccionismo como coordinador de las políticas comerciales ecuatorianas, impacto del proteccionismo en las economías en desarrollo (caso ecuatoriano) y requisitos de importación.

1.1.1 Antecedentes

Ingenio Artículos Promocionales (A.P), es una microempresa familiar que funciona desde el 2005 como vendedor intermediario de artículos promocionales entre el importador y el cliente final, que oferta diferentes líneas de productos entre ellas la textil, ejecutiva y la PVC¹. En el periodo 2015-2016 presentó una curva decreciente en ventas, debido al aumento del número de empresas en 3,9 veces más dentro del sector servicios, por lo que busca ampliar su nicho en el mercado a través de reducción de costos y mediante compra directa a fabricantes (INEN,2014).

El sector industrial del Ecuador contribuyó en el 2015 en un 12,3% al PIB, es el sector que más aporta después del comercio, pero la producción se enfoca en la extracción y explotación de recursos naturales, por lo que se encuentra en el puesto número 60 de 182 países en función a su producto industrial y la octava economía industrial de América Latina (Garzón, Kulfas, Palacios, & Tamayo, 2016).

¹ Artículos hechos de plástico PVC (Policloruro de Vinilo) que es versátil en sus características y aplicaciones

De acuerdo al gobierno ecuatoriano la economía primaria exportadora del país, contribuye a incrementar su vulnerabilidad frente a las fluctuaciones de los precios en el ámbito internacional, que genera que el Ecuador esté en una situación desigual en comercio exterior, debido a la diferencia de precios existente entre materias primas y productos de valor agregado, que obliga al país a explotar sus recursos naturales a fin de estabilizar sus ingresos (SENPLADES, 2012).

El gobierno de la revolución ciudadana, pretende lograr el desarrollo de la industria a través de políticas para inversión pública, vinculada a la productividad del sector industrial y así fortalecer el talento humano, la ciencia y tecnología, acceso a financiamientos con incentivos para inversión. A esto se suman las políticas industriales, establecidas por el gobierno, con el fin de transformar la economía ecuatoriana de primario-exportadora a productora de bienes industriales con valor agregado. No obstante, de este cambio de matriz productiva se espera frutos para el año 2025, con políticas a ser aplicadas de forma paulatina (Glass, Alvarado , León , & Parra, 2016).

Las políticas públicas trabajan alrededor de 4 ejes, en los cuales las instituciones del Estado concentran y coordinan sus esfuerzos, siendo estos:

1. *Transformación productiva en base al desarrollo de industrias estratégicas y la creación de nuevas estructuras productivas, las cuales generen oferta de productos ecuatorianos, para reducir la dependencia de otros países*
2. *Incorporar tecnología y conocimiento en los procesos productivos, para agregar valor al producto final.*
3. *Sustituir las importaciones por producción de origen nacional*
4. *Promover las exportaciones de nuevos productos, con particular atención a los producidos a través de la economía popular y solidaria o que incluyan valor agregado (SENPLADES, 2012).*

Sin embargo, Ecuador se encuentra en la implementación de industria y hasta el año 2016 no tiene una producción de artículos promocionales, siendo este el motivo de que INGENIO decida importar de forma directa de un país fabricante como China y Estados Unidos (Glass, Alvarado , León , & Parra, 2016).

1.1.2 Proteccionismo como coordinador de las políticas comerciales ecuatorianas

El proteccionismo como doctrina económica, busca proteger el producto nacional frente a productos similares importados con el uso de medidas arancelarias y paraarancelarias y con el fin de obtener independencia económica y superar los déficits en la balanza de pagos a través del desarrollo industrial (Economía48, 2009).

Esta doctrina observa al comercio internacional, como un juego de suma cero donde una nación se enriquecerá solo si el otro empobrece debido a los efectos del libre mercado sobre la industria nacional naciente. Entonces, se observa al proteccionismo, como sinónimo de precios nacionales elevados y de productividad nacional débil y que se usa en periodos de crisis o ralentización económica, por ejemplo, el arancel Smoot-Hawley de Estados Unidos aplicado en los años posteriores a la Gran Depresión de 1929 o el modelo cepalino² (sustitución de importaciones) y aplicado en Ecuador y Latinoamérica hasta mediados de los años 70 (Economipedia, 2015) (Illingworth, 2014).

El proteccionismo ecuatoriano, inició con las medidas no arancelarias que Ecuador adoptó el 19 de noviembre del 2013, con la resolución 116 del Comité de comercio exterior (COMEX), la cual establece reglas para la importación de 293 partidas arancelarias, que deberán cumplir con parámetros de calidad del Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) (El Comercio, 2015).

Richard Espinosa, Ministro Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (Mcpec) en el período 2013-2015, consideró en su momento a la resolución como una estrategia para el cambio de matriz productiva, mientras que para Eduardo Peña - Presidente de la Cámara de Comercio de Guayaquil en el período 2012-2014, la resolución no fue estratégica sino unilateral y complicada y que podría generar un ambiente de inestabilidad en el desarrollo del empresario (El Comercio, 2015).

² Conocido como el modelo cepalino por su difusión a través de la Cepal (Comisión Económica para América Latina y el Caribe

El 6 de marzo del 2015 con la Resolución No. 011-2015 adoptada por el COMEX, el Ecuador aumentó el proteccionismo, al establecer medidas arancelarias con una sobretasa impositiva, de carácter temporal y con el objetivo de regular las importaciones y así salvaguardar el equilibrio de la balanza de pagos (COMEX, 2015).

Las sobretasas establecidas (salvaguardias), funcionan como impuestos *ad valorem* cuyos porcentajes varían del 5% al 45%, aplicadas a 2.900 partidas arancelarias y adicionales a los aranceles correspondientes hasta la fecha de la resolución. La decisión se apoya en la constitución ecuatoriana artículo 248 que establece que las políticas económicas deben incentivar la producción nacional, la productividad, competitividad y la inserción estratégica en la economía mundial a fin de mantener la estabilidad económica y la sostenibilidad de empleos (COMEX, 2015).

Frente a estas medidas, el Fondo Monetario Internacional (FMI) expresa que el proteccionismo es una amenaza que redundará en guerra comercial y que prevé que para finales del 2017 el Ecuador tendrá un decrecimiento del 1.6%, de acuerdo a Maurice Obstfeld, director de investigación en el FMI desde el 2015 hasta la actualidad y se debe al daño auto inducido que aumenta los precios para consumidores y baja la productividad contrario a los resultados esperados (Expreso, 2017).

Por su parte, el economista Rafael Correa, expresidente ecuatoriano, durante el período 2007-2017, partidario del proteccionismo, afirmó que:

Todos los países hoy desarrollados, con contadas excepciones, talvez algunos muy pequeños como Holanda o Suiza, se han desarrollado con un adecuado proteccionismo, desarrollando primero sus capacidades nacionales, empezando por EE.UU. que creó, dicho sea de paso, el proteccionismo moderno (Correa, 2017).

Entonces, las políticas adoptadas durante la revolución ciudadana, buscaban cambiar la matriz productiva ecuatoriana con protección a determinados sectores, para así defender a la industria nacional, con discursos en los cuales se afirmaba que las imposiciones afectaban a los sectores económicamente privilegiados (FIONDA, 2014).

Frente a estas declaraciones, el economista Alberto Benegas Lynch, Presidente de la Sección Ciencias Económicas de la Academia Nacional de Ciencias de Argentina periodo (2014-2018), sostiene que el proteccionismo en verdad desprotege a los consumidores y privilegia a empresarios ineficientes. Para el mismo, la empresa debe absorber los costos para volverse competitiva y no trasladárselos a los consumidores y condicionando así la libertad de estos para elegir (FIONDA, 2014).

El cambio de la matriz productiva consiste, de acuerdo a Senplades, en procesos de diversificación de la producción para aumentar el valor agregado, que sustituye las importaciones y promueve las exportaciones. El proceso de sustitución de importaciones era, de acuerdo al expresidente ecuatoriano, el que generaría mayor impacto para el 2017, al sustituir \$6.000 millones de dólares por producción nacional, con un impacto positivo al empleo ecuatoriano (El Telégrafo, 2014) (El Universo, 2014).

Las medidas que buscaban el cambio de matriz productiva, generaron que Ecuador en julio del año 2015 deje de importar \$1.000 millones, sin que esto genere un cambio en la misma y al contrario las medidas generaron una inflación acumulada de 4 puntos y reducción de las exportaciones debido a la consiguiente disminución de créditos por la baja de depósitos en el sistema financiero. Con un impacto en la economía colombiana y peruana por ser estos sus principales socios comerciales. En el caso colombiano, las exportaciones resultaron en curva decreciente en un 11,2% y para Perú estas medidas representaron una disminución de \$300 millones en ventas (Dinero, 2015)

Un año después del inicio de las salvaguardias, el COMEX con la Resolución No. 006-2016 decide ejecutar de forma parcial el cronograma de desmantelamiento de la medida de salvaguarda (Anexo 1), para que en junio del 2017 los productos queden con una salvaguardia del 0% (COMEX, 2016) (El Universo, 2017).

1.1.3 Impacto del proteccionismo en las economías en desarrollo caso ecuatoriano

El sector empresarial ecuatoriano consideró a las salvaguardias como un “paquetazo” económico. Según Henry Kronfle, presidente del Comité Empresarial Ecuatoriano (CEE) en el período 2012-2014, estas medidas pudieron traer consecuencias negativas para el comercio, la actividad productiva y los consumidores. De igual forma, Roberto Aspiazu, el Director del CEE periodo 2004-2018, consideró que las salvaguardias tendrán una repercusión económica sobre las Pymes, las cuales estarán sujetas a sobrecostos y un impacto negativo en empleos, por la reducción de ventas que experimentarán las empresas al elevarse los costos por las salvaguardias, que afectan a la tercera parte de las importaciones que realiza el Ecuador (Kronfle, 2015) (Aspiazu, 2015).

Las cifras oficiales reportan, que las importaciones del primer semestre 2015 disminuyeron en 428 millones de dólares respecto al primer semestre 2014, que representa un descenso de un 11,7% menos. Se observa que, en función de los 4 niveles de arancel, solo los productos sujetos al 25% registraron un valor de importación superior, mientras que las importaciones sujetas al 45% fueron las que más se redujeron de 1508 millones a 1303 millones de dólares. Por otro lado, la disminución de acuerdo al tipo de producto, muestra que los bienes de capital decrecieron en un 15%, en tanto que los bienes de consumo disminuyeron en 5% y las materias primas en un 17% (Rivadeneira, 2015).

El resultado de las medidas proteccionistas dentro de los sectores productivos no fue homogéneo. Algunos sectores, lograron aumentar la producción y las ventas, mientras otros presentaron una curva de demanda decreciente por el alza de precios (Aspiazu, 2015).

Uno de los sectores beneficiados, fue el de la producción del calzado. Dentro de este sector los productores incrementaron de 600 en el 2008 a 5000 en el 2015. En ese mismo año, la producción nacional fue capaz de cubrir el 71% de la demanda nacional, alcanzando ventas de aprox. 100 millones de dólares anuales. Además, las salvaguardias permitieron que este sector exporte más de 50 millones de calzado al año (ANDES, 2016).

Por otro lado, dentro de los sectores afectados está la alimentación, debido al arancel de 45% a la carne de vaca, los dulces e inclusive algunos productos agrícolas como patatas, tomates, cebollas y frutas. Se encuentra también el sector de las bebidas alcohólicas como vino, cerveza, champagne con un recargo del 25%, el sector textil, de igual forma se ve afectado al imponerse un arancel a la importación de 600 partidas en artículos como trajes, pantalones, blusas (Diego Sánchez de la Cruz, 2015).

Según Javier Díaz, presidente de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE), en el período 2014-2016, la importación de materias primas se redujo, pero se incrementó el de las confecciones (bienes finales) y esto se debe, de acuerdo al director ejecutivo de la Asociación de Confeccionistas Textiles, Mario Manjarrés, a la falta de tecnología e incentivos para producir bienes finales (El Telegrafo, 2015).

Al contrario de los últimos sectores, el sector cosmetólogo se benefició al igual que el sector del calzado, de acuerdo al Gerente General de René Chardon/ Christian Donoso, la producción de productos cosmetológicos experimentó un récord histórico de producción, permitiendo la contratación de 50 trabajadores más y un crecimiento de la empresa de 30%. Además, Donoso abogó por un acuerdo público-privado que beneficie a empresas con un portafolio de productos 100% ecuatorianos, aunque añadió que:

Lo que necesitamos es el aporte del sector público para desarrollar el sector cosmético. Hay ciertas medidas que a mi manera de ver hay que revisarlas porque son salvaguardias a insumos de producción que de alguna manera no están alineadas con el incentivo a la producción nacional (El Telegrafo, 2015).

De igual forma, el gerente de manufactura de la planta en 2015, Luis Alberto Valencia, aseveró que la producción de la planta de René Chardon pasó de 450.000 unidades en enero 2014 a 750.000 en julio 2015 y lo atribuye en parte a la contracción del mercado y la sustitución por importaciones y también al trabajo de la compañía, para incrementar su presencia en el mercado ecuatoriano y ampliar su cartera a fragancias, perfumes y labiales (Portelles, 2015).

Para junio del 2017, según el presidente de Fedexpor desde el 2016, Daniel Legarda, las importaciones se redujeron en 6.000 millones de dólares. Esta reducción se debe en \$4800 millones a efectos del mercado y el impacto directo de las salvaguardias es de \$2 millones, por el aumento en el precio, el cual redujo el consumo del producto (Legarda, Plan Económico, 2017)

Por otro lado, para el presidente de la Cámara de Comercio Quito, Patricio Alarcón, las salvaguardias afectaron al comercio debido a la reducción en 559 millones de dólares en bienes de capital lo que resultó en una pérdida de 1.500 millones de dólares a la industria, debido a que las restricciones que impidieron que se importe maquinaria y materia prima afectaron a la cadena de bienes de valor, al empleo y a la exportación (Maldonado, Revista Lideres, 2016).

Entonces, las medidas proteccionistas adoptadas en el año 2015, resultaron en que Ecuador no es capaz de atraer divisas y se espera que con el desgravamen se dé un respiro a la economía y se establezcan políticas que incentiven la inversión y el desarrollo económico en la empresa privada (Legarda & Alarcón, La aplicación de salvaguardias cumple dos años, 2017).

1.1.4 Requisitos para la importación

Importar es una acción en la cual se ingresa mercadería extranjera al país, después de cumplir con las formalidades y obligaciones aduaneras. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (Senae) establece reglas para la importación, según la forma de ingreso y el objetivo para el cual se trae los bienes a Ecuador (SENAE, 2016).

Ecuador establece en el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) siete regímenes de importación, los cuales definen los aranceles y establecen la función de la mercancía importada. Estos regímenes son:

- *Importación para el consumo*
- *Admisión temporal para reexportación en el mismo estado*
- *Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo*
- *Reposición de mercancías con franquicia arancelaria*
- *Transformación bajo control aduanero*
- *Depósito aduanero*
- *Reimportación en el mismo estado*

Para poder comercializar la mercadería en el país, INGENIO A.P deberá utilizar el régimen de importación para el consumo, el cual permite a las mercancías importadas desde el extranjero circular y permanecer tiempo indefinido dentro del país, luego del pago de los derechos e impuestos para la importación y el cumplimiento de las obligaciones aduaneras (Romero, 2016).

El proceso de importación se encuentra en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), donde se explica de forma detallada los requisitos para que la mercancía pueda ingresar (SENAE, 2016).

Dentro de esos requisitos, se puede destacar la identificación de la subpartida arancelaria, que permitirá conocer las obligaciones específicas del producto al igual que los impuestos a pagar. Con el fin de facilitar al importador la información, el SENAE pone a disposición su página, en la cual una vez identificada la subpartida del producto, se detalla los requisitos, impuestos arancelarios, consulta de cupos, entre otros (Romero, 2016).

Por otro lado, se debe tomar en consideración que la empresa INGENIO A.P al poseer diferentes líneas, busca importar una variedad de productos, los cuales deberán entregar una declaración aduanera de importación (DAI) por producto a pesar de que estos provengan de una misma carga y con excepción de aquellos que vengan en conjunto como sets que pueden incluir bolígrafos y papelería (Díaz, 2017) (SENAE, 2017).

1.2 Estados Unidos como socio comercial

En el siguiente subcapítulo, se analizará las capacidades técnicas de Estados Unidos como socio comercial, el beneficio que puede generar esta sociedad con la primera economía mundial, la producción de los artículos que la empresa busca importar y la relación existente entre los dos países. Por lo cual, se dividirá en: oportunidades que genera el mercado capitalista para el desarrollo de las PYMES ecuatorianas, Industrialización de artículos promocionales y cooperación técnica para la industrialización norte – sur.

1.2.1 Oportunidades que genera el mercado capitalista para el desarrollo de las PYMES ecuatorianas

Estados Unidos es la primera economía, lo que constituye entre el 17% y 22% del PIB mundial, aunque tiene menos del 5% de la población mundial se la puede clasificar como una economía mixta, debido a que tanto los intereses del estado como los de la empresa privada, forman parte importante en las políticas económicas. Sin embargo, se considera a este país como la expresión del capitalismo mundial, al ser predominante la influencia de los organismos privados sobre el PIB, el cual se beneficia de la abundancia en recursos naturales, producción industrial y agrícola fuerte, servicio industrial desarrollado y altos niveles de investigación, innovación e inversión de capital. Como resultado Estados Unidos, no sólo es la primera economía en el mundo, sino también la más estable (Ew world economy team, 2013).

La economía americana que lidera el comercio internacional, comenzó el proceso de abrir los mercados globales y expandir el comercio en 1934, el cual pasó a formar parte del desarrollo de la economía, con el potencial de ser una fuerza significativa y reducir pobreza a través de la creación de empleos, reducción de precios, aumento en la variedad de productos y al ayudar a otras naciones a desarrollar nuevas tecnologías. Así el comercio obtuvo un rol importante en la prosperidad americana (Center for Global Development, 2003).

De acuerdo con el Instituto Peterson para la Economía Internacional, el ingreso de los americanos son 9% más altos de lo que serían, sin los esfuerzos por liberalizar el comercio después de la Segunda Guerra Mundial. En términos de la economía estadounidense del 2013, este 9% representaría 1'500.000 billones de dólares adicionales al ingreso americano (Ew world economy team, 2013).

El comercio internacional permitió expandir la producción americana, las industrias y sus productos son capaces de aumentar su competitividad mediante las exportaciones que enfocaron la producción en áreas más competitivas de la economía, lo que permite aumentar la productividad del trabajador americano promedio y su habilidad de servir el mercado global, con inversiones que aumenten el sector exportador y así incrementar la fabricación a escala y reducir

los costos de manufactura, obteniendo como resultado una disminución de los precios de venta (Office of the United States Trade Representative, 2014).

El país después de que Donald Trump asumió el poder en las elecciones presidenciales del 2016, presenta tendencias proteccionistas que elevan el optimismo americano. Sin embargo a junio del 2017, este optimismo no se reflejó en ganancias económicas, la nación añade trabajos de forma más lenta que en el 2016, en igual forma el gasto en inversión en las empresas crece lento, hasta junio del 2017 las adquisiciones en bienes de capital aumentaron en 0.7% (Irwin, 2017).

Frente a este nuevo régimen presidencial, tanto rivales como aliados norteamericanos se están ajustando a las políticas implementadas por Washington, que buscan su propia idiosincrasia y su impredecible línea política de "America First". La impopularidad de Trump, fuerza a los líderes internacionales a considerar sus propias posiciones políticas, antes de estrechar lasos con América, aunque intente mantener su rol global como garante del libre mercado y la democracia (Collinson, 2017).

Estados Unidos es el segundo productor mundial, manufactura 20% del total de productos en el mundo con altos ingresos para los trabajadores, por ésto en el Foro Económico Global en Davos, pocos días después de la victoria de Trump, el presidente chino Xi Jinping declaró que su país puede ser el nuevo líder del libre comercio, globalización y el cambio climático (Collinson, 2017).

1.2.2 Industrialización de artículos promocionales

Estados Unidos, es un país con compañías innovadoras y productivas reconocidas a nivel mundial, las cuales forman una industria de sectores diversos y competitivos, con una producción dinámica que dará oportunidades para el crecimiento y éxito mundial. Es líder en la producción de bienes finales, cuya producción en el 2015, fue la primera en el mundo, estimada en \$437.8 billones. Este sector incluye, juguetes, regalos, productos de escuela y oficina, entre otros. La industria manufacturera contribuye con \$2'600.000 billones directo a la economía, lo que equivale al 12% del PIB y 17.6 millones de trabajos. La industria continúa en expansión y se espera que para el 2025, 4.2% de todos las manufacturas se produzcan en Estados Unidos (Select Usa, 2016).

Las manufacturas, trajeron inconvenientes a la economía estadounidense, como la hemorragia de 5 millones de empleos hace una década. No obstante, después de 12 años de decrecimiento, se logra recuperar 828,000 trabajos y una inversión el 68.9% del presupuesto para investigación y desarrollo, sector donde se emplea un 36% del total de científicos e ingenieros, siendo el porcentaje mayor respecto al resto de industrias, con un impacto profundo en la economía por su efecto multiplicador con un dólar al final de la demanda se genera \$1.33 (Kotkin, 2016).

El presidente Donald Trump, considera que la competitividad de Estados Unidos ha decrecido y es incapaz de competir con países como China o Vietnam, los cuales poseen una mano de obra más barata y menos regulaciones ambientales, afirmó que:

Throughout history, at the center of any thriving country has been a thriving manufacturing sector, but under decades of failed leadership, the United States has gone from being the globe's manufacturing powerhouse — the envy of the world — through a rapid deindustrialization (Trump, 2016)

El país asiático desde el 2010 es la economía líder en manufactura, pero Estados Unidos se mantiene en el segundo puesto, lo que le permite generar más de 2'600.000 billones al año igual a los puestos siguientes (Japón, Alemania y Corea del Sur), con un tamaño 50% mayor en los sectores: servicios, negocios y gobierno y además los ejecutivos de la industria manufacturera global predicen que para el 2020 este país será el más competitivo en el mundo (Nutting, 2016) (Matthews, 2016).

La producción total de las fábricas de Estados Unidos se redujo en un 18% durante la gran recesión de acuerdo a la Reserva Federal, la cual mide el volumen de los bienes producidos, en vez del valor del mercado de los mismos. En el 2015, el sector se recuperó en un 3% frente al 2007, pero se encuentra estancado con un dólar fuerte frente al resto de divisas, lo cual produce un decrecimiento en la demanda de bienes producidos en Estados Unidos por sus costos no competitivos. Los principales productos manufacturados son farmacéuticos, aviones, automóviles y también se encuentran productos producidos de metal, plástico, orgánico, químico y petroquímico (Nutting, 2016) (Matthews, 2016).

Para abril del 2017, la industria americana expandió su producción con un crecimiento del 1% respecto al mes anterior, el más alto en más de tres años y recuperándose del decrecimiento en marzo en los sectores de mina y manufactura. Esta última creció 0.9% frente a un decrecimiento del 0.4%, recuperándose de inconvenientes causados por reducciones económicas en la industria energética y la fuerza del dólar como divisa, lo que dió como resultado un costo alto de los bienes producidos dentro de Estados Unidos en los mercados internacionales (Sparshott, 2017) (CNBC, 2017).

1.2.3 Cooperación técnica para la industrialización norte – sur

Estados Unidos y Ecuador establecieron relaciones diplomáticas en 1848, después de que el país abandonó la Gran Colombia. Desde entonces mantienen una línea de cooperación internacional con intereses comunes en combatir el narcotráfico, reducir la pobreza, aumentar el desarrollo económico ecuatoriano con intercambios académicos, comercio y sin efectos sobre el medio ambiente y la biodiversidad (Bureau of Western Hemisphere Affairs , 2016).

La cooperación internacional bilateral, se inicia durante la Segunda Guerra Mundial, cuando el presidente Franklin Roosevelt y otros colaboradores firman una serie de acuerdos con el Ecuador en 1942, así este país se convierte en el primer receptor en Latinoamérica de cooperación internacional con Estados Unidos. Se implementan programas como el Banco EXIM, para estabilizar la economía ecuatoriana después de la guerra y el conflicto con Perú y de igual forma se invierte en salud pública y se establece el Colegio Americano en Quito (USAID, 2011).

Tiempo después, el Presidente John F. Kennedy crea la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, por las siglas en inglés), la cual se convierte en la principal agencia para la cooperación internacional, con la cual Ecuador coopera por 70 años (USAID, 2011).

Estados Unidos ha trabajado en conjunto con organizaciones públicas y privadas, instituciones indígenas, universidad, organizaciones no gubernamentales entre otras, brindando asistencia en varias áreas como la construcción de infraestructura (calles y agua potable), crea trabajo para miles de ecuatorianos, concede becas para educación superior, aumenta la

producción agrícola y genera ayuda financiera para el desarrollo de la economía ecuatoriana (El Telegrafo, 2012).

Dentro de la ayuda que se brindó a Ecuador, se puede destacar el programa Alianza para el Progreso (1961-1970) , donde a través del “Acuerdo General para la Asistencia Económica y Técnica y para Propósitos Afines”, se reiteró el compromiso para asistencia financiera y técnica al gobierno ecuatoriano y así contribuir al progreso social y económico, con enfoque hacia el desarrollo industrial, infraestructura básica, vivienda, cooperativas de ahorro y crédito y administración pública que permitió la creación de instituciones y la promoción de nuevas empresas industriales (USAID, 2011).

La cooperación se ajusta a los cambios políticos, económicos-sociales y por ésto los programas de USAID en Ecuador también se ajustan al desarrollo económico auto sostenible a través del análisis, reforma y formulación de políticas, investigación científica y la transferencia de tecnología, promoción de exportaciones y creación de plazas laborales, trabajando con sectores económicos productivos. por impacto sobre las economías regionales y con el fin de que en el futuro continúen con el trabajo pero en forma autónoma y además promueve el desarrollo del ser humano, a través de programas de salud primaria, participación ciudadana con enfoque de género para garantizar el desarrollo de la mujer ecuatoriana y por otro lado buscar protección del medio ambiente (Bureau of Western Heimsphera Affairs , 2016).

USAID cerró sus oficinas en Ecuador en septiembre del 2014, por la inexistencia de un acuerdo bilateral sobre el programa de cooperación entre el gobierno estadounidense y ecuatoriano, acuerdo exigido por Ecuador. Sin embargo, continúa con sus políticas de apoyo a este país en tiempos difíciles, como el terremoto de Abril 2016 para el cual donó \$5.5 millones en asistencia de desastres oficiales (Bureau of Western Heimsphera Affairs , 2016).

Por otro lado, Ecuador a través de la Secretaría Técnica de Cooperación Internacional (SETECI)³, analizará los resultados de los proyectos ejecutados por USAID durante el periodo 2007-2011, con el fin de determinar los impactos. Uno de los evaluados es el Programa de Red Productiva, el cual pretendía incrementar la competitividad y capacidad de exportación (El Telegrafo, 2012).

El proceso de evaluación que se realiza en conjunto con la Secretaría de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), comenzó en mayo 2012 y de acuerdo a las fuentes gubernamentales se cree que el proyecto respaldaba intereses económicos, con el fin de controlar recursos naturales, minerales y energéticos. Ante esto la SETECI, implementó procesos para coordinar el trabajo y para que los proyectos tengan concordancia con las políticas establecidas por el país receptor como ejercicio de la soberanía y además transparentar el accionar de las ONGs extranjeras (Revista Ecuador Inmediato, 2012).

1.3 China como socio comercial

En el siguiente subcapítulo se estudia a China como socio comercial en base a su economía, con una balanza comercial positiva que incentiva las exportaciones. Así mismo, se observa su producción de los productos que comercializa INGENIO A.P y su relación existente con Ecuador. Por esta razón, se dividirá el subcapítulo en: oferta exportable de China, comercialización rentable de artículos promocionales y cooperación para la producción nacional.

1.3.1 Oferta exportable de China

China construyó su economía en base a los bajos precios de exportación de maquinaria y equipo, a través del gasto masivo del gobierno en compañías públicas como PetroChina y Sinopec para estimular dichas exportaciones, las cuales dominaban la industria, aunque menos rentables que las firmas privadas y con una ganancia del 4.9% frente a un 13.2% de las compañías privadas (OEC, 2015).

En el 2015 el país exportó 2'370.000 billones de dólares, donde las Computadoras son el 7.93% del total de exportaciones seguido de equipos de difusión que forman el 6.96%, e importó 1'270.000 billones lo que dio como resultado una balanza comercial positiva de 1'100.000 billones. Además,

³ Sistema Ecuatoriano de Cooperación Internacional se viabiliza desde la Cancillería

permitió alcanzar un PIB de \$11'000 billones con un PIB per cápita de 14.5 millones. Las exportaciones de China la convierten en el exportador más grande del mundo y con una tasa anual del 5.7% después del 2009, año en el que la Gran Recesión disminuyó las exportaciones en un 7,1% (OEC, 2015).

El índice de crecimiento de su economía presentó una curva decreciente de 6.6% en el 2016 el más bajo desde 2009, frente a un crecimiento de 6.9% en el 2015, 7,3% en el 2014, 9,3% en el 2011. Por el contrario, la curva de demanda del producto chino se mantiene estable, mientras que la expansión global continúa y las tensiones existentes con su principal socio comercial después de la toma del poder de Donald Trump, parecen disminuir luego de su primera reunión oficial donde intentaron encontrar similitudes a fin de continuar con sus relaciones comerciales (Amadeo, The Balance, 2017).

Las 10 principales exportaciones conforman el 67.6% del valor total de sus envíos mundiales, en base a las estadísticas del Fondo Monetario Internacional (FMI) el PIB chino aumentó en 21'300.000 billones de dólares. En el 2016, las exportaciones representan el 10%, las cuales son enviadas en un 49,98% a Asia un 21,2% a América, 18,5% a Europa y un 4,4% a África; por otro lado, dada la población de 1.374 billones de habitantes en China las exportaciones equivalen a \$1,500 por cada residente. No obstante, ayudó a la disminución de 0.03% del índice de desempleo. Dentro de las principales exportaciones, en el puesto siete se encuentran los artículos de plástico que son el 3% de las exportaciones, 64 billones de dólares y son la categoría con el crecimiento más rápido de 153,4% por un periodo de 7 años desde el 2009 (Workman, 2017).

1.3.2 Comercialización rentable de artículos promocionales

En China existen miles de fábricas que ofrecen artículos promocionales, incluye innumerables productos para diferentes ocasiones en compañías diversas y es por esto que es sencillo encontrar bienes que se ajusten a cualquier tipo de compañía y sean novedosos para el mercado y así la empresa puede sorprender a sus clientes. Además, se puede encontrar las mejores ofertas referentes a precios. En el caso Ecuatoriano al existir una mínima producción, la brecha de costos supera el 20% y por otro lado la producción moderna usa última

tecnología y equipo para mejorar la calidad de la producción e incluso se invita especialistas cualificados para controlar las fábricas (N-Direct, 2016).

La revolución robótica llega a la industria manufacturera, reemplazando 650 empleados por brazos mecánicos, transportes automáticos, supervisados por un robot y de esta manera las máquinas aumentaron la productividad, reduciendo la tasa de pérdida de un 25% a un 5%. Las fábricas que usan robots crecen en número dentro de Asia al ser un movimiento que reduce el costo de mano de obra, pero este fenómeno también está llegando a otros continentes, por lo que el Grupo Consultor Boston estima que el costo total de las manufacturas en el 2015 será en promedio 16% menor en las 25 primeras economías exportadoras de bienes (Billock, 2017).

El cambio principal en las industrias promocionales es el cambio potencial de la ubicación de las industrias. Al momento China es el centro de la producción, debido a sus costos bajos de mano de obra combinado con eficiencia y habilidad. Compuesto, que al momento no se puede encontrar en Norte América; no obstante la creciente necesidad de obtener los productos en tiempos cortos, puede generar este cambio de locación reduciendo tiempos de espera y a través de la producción competitiva en Estados Unidos (N-Direct, 2016).

Según el Vicepresidente de la empresa “Ariel Premium Supply” parte de la producción puede regresar, pero la mayoría continuará en el país asiático al ser complicado adaptar la infraestructura a la producción manufacturera en masa, aunque los precios de mano de obra se encuentran en constante crecimiento, reduciendo la competitividad del producto y con un aumento en el precio final, Estados Unidos no podrá abarcar toda la producción por su capacidad industrial y los altos costos de mano de obra (Billock, 2017).

Por otro lado, el problema creciente en la industria promocional es la continuidad del uso del producto, al ser realizados en materia prima fácil de romper, sin adaptarse a las nuevas tendencias ambientalistas del mercado internacional y al no ser rentable producir promocionales de materiales tanto baratos como amigables con el medio ambiente o reciclables para alargar su tiempo de vida. Los distribuidores consideran su responsabilidad cambiar a una producción con enfoque ambiental, presionando a las fábricas a usar material

que dure en el tiempo y adaptándose a las nuevas medidas que buscan reducir la contaminación (Billock, 2017).

1.3.3 Cooperación para la producción nacional

Desde el establecimiento de las relaciones diplomáticas en 1980, Ecuador y China se apoyan en el foro internacional y mantiene relaciones cooperativas cercanas, las cuales tienen éxito en áreas de comercio y financiamiento, lo que convierte a China en el tercer socio comercial de Ecuador y a Ecuador en el principal socio energético en Latino América como un mercado focal para las inversiones (Xinhua, 2016).

El volumen del comercio bilateral alcanzó en el 2015 3.8 billones de dólares dónde los productos ecuatorianos como banano, flores son preferidos por el consumidor chino. Por otro lado, la inversión no financiera llegó a 6 billones de dólares hasta marzo del 2016 a través de 42 proyectos para promover la economía en áreas como minería, hidrocarburos, educación, salud y ciencia donde Ecuador también realiza una inversión, la cual combinada alcanza 8.63 millones de dólares a través de 14 acuerdos bilaterales (Xinhuanet, 2016).

China busca crear más acuerdos con Ecuador, lo que resultó en 2009 en el convenio de venta durante 4 años del petróleo ecuatoriano con un pago por adelantado de 1 billón de dólares. Durante la visita del Presidente del Comité nacional de la Conferencia Política Consultiva de la Población China (CPPCC) se firmaron tres acuerdos donde se incluye comprar aviones militares chinos y enfatizar los beneficios de la cooperación económica, fomentando en las economías chinas a incrementar los lazos comerciales y de inversión con Ecuador (Global Security, 2016).

En 2015, el Presidente Xi Jinping y el expresidente establecieron estrategias para las relaciones bilaterales. Como resultado más de 90 empresas chinas operan dentro de Ecuador y son parte de los proyectos importantes como la planta hidroeléctrica más grande de Sur América, al construir 7 de las 8 estaciones que ayudan a convertir a una nación pobre en energía, en un exportador de la misma. Además, las compañías desarrollaron sistemas ecuatorianos nacionales como el sistema de emergencia ECU 911, el cual fue

una ayuda estratégica durante las secuelas del terremoto de Abril 2016 (Xinhuanet, 2016).

Las relaciones amistosas y de cooperación entre China y Ecuador se mantendrán durante la administración del nuevo presidente ecuatoriano Lenin Moreno (2017-2021). Además, reconoce que, aunque Ecuador es un país que ocupa un área de 283 561 km², por lo que se trata del cuarto país más pequeño del subcontinente, es estratégico para la cooperación y es el primero en términos de financiamiento para el Gobierno Chino. El Director General del Departamento Chino del Ministerio de Relaciones Exteriores en Latino América y El Caribe, Zhu Qingqiao afirmó:

China will continue to make efforts to develop mutual and beneficial cooperation ties between both countries and strengthen cooperation that is even more practical. Ties with Ecuador will in any way be better in the future (Andes, 2017).

1.4 Matriz de selección de mercado

En el siguiente subcapítulo se presenta la matriz de selección de mercado, que permitirá determinar el socio comercial del cual se importarán los productos a través de criterios ponderados y calificados de acuerdo a las características de Estados Unidos y China como socios potenciales.

La teoría de Heckscher-Ohlin (H-O) asume que los dos países tienen tecnologías idénticas, entonces tienen la misma capacidad para producir los mismos bienes, siendo la única diferencia la cantidad de estos recursos. Sin embargo, la matriz de selección de mercado presenta 3 criterios globales para decidir el socio comercial, compuestos por diferentes variables ponderados de acuerdo al impacto directo o indirecto que tienen dentro de la importación. Esto debido a complementar la teoría H-O con la del ciclo de vida del producto que toma en cuenta variables del mercado a través del marketing (David, 2013) (Suranovic, 2006) (Vernon, 1996).

El criterio de accesibilidad al mercado se compone por factores físicos, por ejemplo, las vías para llegar al mercado, en este caso China tiene 200 puertos, pero la distancia entre Ecuador y el país asiático es de 16.223 millones de kilómetros. Por otro lado, Estados Unidos tiene 10 puertos principales para la comercialización, con una distancia menor de 4681 kilómetros (Icontainers, 2017).

Dentro de este criterio se analiza también los factores socioculturales. En particular tomamos en cuenta el idioma, si bien los dos países hablan inglés, la comunicación con Estados Unidos se facilita, mientras que con China para asistir por ejemplo a ferias de artículos se necesita traductores, aunque la interacción vía medios electrónicos se la puede manejar en inglés (Trade Map, 2016).

Se analiza también los factores económicos con la balanza comercial y la inflación de los dos países, como se puede ver en las tablas a continuación Estados Unidos presenta una balanza comercial negativa los últimos 5 años, mientras que la de China es positiva y cada año presenta un crecimiento, esto puede estar relacionado con la creciente producción en el país (Icontainers, 2017) (Trade Map, 2016).

TABLA 1
BALANZA COMERCIAL EEUU

AÑO	X (FOB en miles de dólares)	M (FOB en miles de dólares)	BALANZA COMERCIAL ESTADOS UNIDOS
2012	\$ 1,544,932,000.00	\$ 2,334,677,700.00	\$ (789,745,700.00)
2013	\$ 1,577,587,300.00	\$ 2,326,590,200.00	\$ (749,002,900.00)
2014	\$ 1,619,742,900.00	\$ 2,410,855,500.00	\$ (791,112,600.00)
2015	\$ 1,501,845,864.00	\$ 2,313,424,569.00	\$ (811,578,705.00)
2016	\$ 1,453,167,148.00	\$ 2,249,660,890.00	\$ (796,493,742.00)

Fuente: TradeMap
Elaborado por: Jéssica Proaño

TABLA 2
BALANZA COMERCIAL CHINA

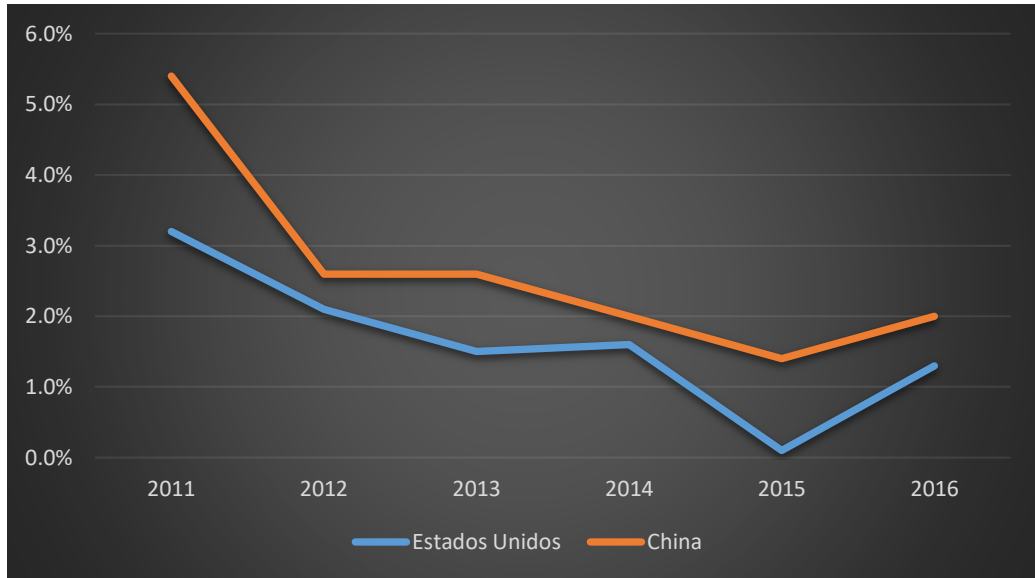
AÑO	X (FOB en miles de dólares)	M (FOB en miles de dólares)	BALANZA COMERCIAL CHINA
2012	\$ 2,048,782,200.00	\$ 1,818,199,200.00	\$ 230,583,000.00
2013	\$ 2,209,007,300.00	\$ 1,949,992,300.00	\$ 259,015,000.00
2014	\$ 2,342,292,696.00	\$ 1,959,234,625.00	\$ 383,058,071.00
2015	\$ 2,273,468,224.00	\$ 1,679,564,325.00	\$ 593,903,899.00
2016	\$ 2,097,637,172.00	\$ 1,587,920,688.00	\$ 509,716,484.00

Fuente: TradeMap
Elaborado por: Jéssica Proaño

Por otro lado, se analizan indicadores económicos como la inflación de precios al consumidor (IPC) y el salario mínimo. En los dos países se observa que la inflación es fluctuante, el porcentaje de crecimiento del IPC indica que el

costo de vida creció en un porcentaje mayor en China que en Estados Unidos (Grupo Banco Mundial, 2016).

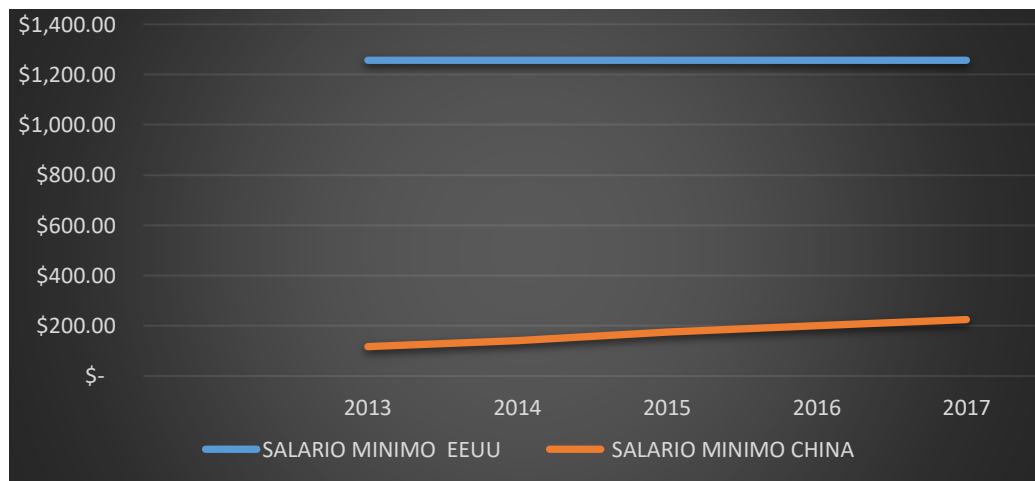
GRÁFICO 1
CRECIMIENTO PORCENTUAL – INFLACIÓN DEL PRECIO AL CONSUMIDOR



Fuente: Banco Mundial
Elaborado por: Jéssica Proaño

El salario mínimo, como se puede ver en el siguiente gráfico, en el caso de Estados Unidos se ha mantenido constante durante el periodo 2013-2017, mientras que el de China presenta una curva creciente, pero la diferencia existente entre los salarios básicos de ambos países es en un promedio de \$1,085.18 lo que permite a China abaratar los costos al consumidor final (Grupo Banco Mundial, 2016).

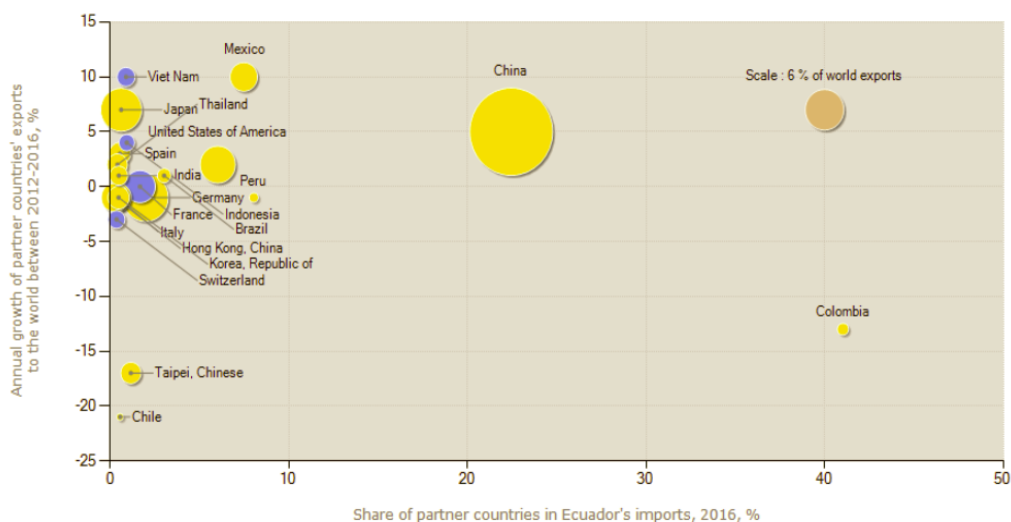
GRÁFICO 2
SALARIO MÍNIMO



Fuente: Banco Mundial
Elaborado por: Jéssica Proaño

El criterio de potencialidad del mercado analiza la oferta del producto actual y potencial. Dentro del período de la investigación, como se puede ver en la siguiente imagen, la oferta actual está liderada por China, los productos de este país dentro de la partida arancelaria 96, donde se encuentran los productos a importarse, representan el 22.5% de las importaciones. Para la oferta exportable, se considera el crecimiento que ha tenido la importación durante el periodo 2012-2016, donde Estados Unidos crece en un 2% y China en un 5%. La variación se puede explicar de acuerdo a la teoría H-O por la desviación de precios en la producción de los bienes causada a que mientras un país se vuelve abundante en capital (Estados Unidos) el otro tiene abundancia en mano de obra (China) (International Trade Centre, 2017) (Suranovic, 2006).

IMAGEN 1
DISTRIBUCIÓN DE LA IMPORTACIÓN DE LA PARTIDA ARANCELARIA 96



Fuente: Trade Map
Elaborado por: International Trade Center

Dentro de este criterio también se analiza la apertura comercial de los mercados, que muestra la presencia de una economía en los mismos. Cuanto mayor sea la participación de la suma de las exportaciones más las importaciones en la producción nacional, resultará en una mayor apertura comercial. Estados Unidos presenta una apertura promedio dentro del período 2012 – 2016 de 23,90%, mientras China tiene en el mismo período una apertura promedio 51,11%, de acuerdo al cálculo del ingreso real, según el modelo de H-O, la apertura comercial beneficiará a los dos países, sin embargo esto no beneficiará a todos los integrantes de una economía (Datos Macro, 2016) (OCDE, 2005) (Suranovic, 2006).

La matriz a continuación, determina a China como el mercado potencial, el análisis presentado de acuerdo a su accesibilidad del mercado y la potencialidad del mismo se basa en las exportaciones de la partida arancelaria 95 (Artículos Manufacturados), en los dos países se observa una evolución dinámica. Para establecer el riesgo país se utiliza la calificación de Standar & Poor's sobre el riesgo crediticio que expresa la capacidad y voluntad de cumplir en tiempo y forma con las obligaciones financieras (Standar & Poors, 2017).

TABLA 3
SELECCIÓN DE MERCADO.

Criterios	Ponderación	Sobre /5	
		China	Estados Unidos
ACCESIBILIDAD DEL MERCADO	100%	4.45	3.90
<i>Factores físicos</i>	30%	5	4.5
<i>Factores socioculturales</i>	20%	3.5	4
<i>Factores económico-políticos</i>	50%	4.5	3.5
POTENCIALIDAD DEL MERCADO	100%	4.25	3.63
<i>Oferta Actual</i>	25%	4	3
<i>Oferta Potencial</i>	25%	4	3
<i>Apertura comercial del mercado (X+M)/PIB</i>	25%	5	4.5
<i>Participación de los productos del mercado en el total de importaciones del Ecuador</i>	25%	4	4
RIESGO PAÍS	100%	4	4.7
Seguridad en las inversiones			
<i>Riesgo de confiscación</i>	30%	4	4
Seguridad en las transacciones			
<i>Problemas de financiamiento</i>	30%	4	5
<i>Retrasos en los pagos</i>	40%	4	5

Criterio	Ponderación	China	Estados Unidos
Accesibilidad del mercado	40%	1.78	1.56
Potencialidad del mercado	30%	1.28	1.09
Riesgo país	30%	1.20	1.41
Calificación media ponderada		4.26	4.06

Fuente: Datosmacro, Banco Mundial
Elaborado por: Jéssica Proaño

En este capítulo se realizó un análisis de las políticas ecuatorianas y de las políticas de los dos socios comerciales para importación de bienes elaborados. Además, se presenta una matriz de selección de mercado para

comparar Estados Unidos y China y ésto permite responder al primer objetivo particular que es: determinar el mercado con mayor potencialidad y que permita a la empresa adquirir mayor competitividad dentro del mercado ecuatoriano.

CAPITULO II

NORMATIVA ESTATAL PARA LOS PROCESOS DE IMPORTACION

2.1 Comex legislador de las políticas comerciales e inversiones

El siguiente subcapítulo analiza el accionar del Comex, conformado por funcionarios públicos, como legislador de las políticas ecuatorianas y el impacto de sus decisiones sobre las importaciones y las relaciones de estas políticas con el socio comercial elegido. Es por esta razón, que se divide en: legislación, medidas de promoción de importaciones y regulación y determinación de políticas públicas

2.1.1 Legislación

La política comercial ecuatoriana se rige por la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI), creada el 9 de junio de 1997 por el Congreso Nacional, la cual buscaba diversificar las exportaciones ecuatorianas y asegurar su participación en las oportunidades que genera la internalización económica para lograr un desarrollo creciente. Además, tiene como lineamiento el libre desenvolvimiento de actividades de exportación e importación, que faciliten la gestión a los agentes económicos en esta materia (Congreso Nacional, 1997).

Por otro lado, la Ley creó el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), el cual se conformaría por 6 funcionarios públicos, entre ellos el Presidente de la República y 5 representantes de las cámaras productivas del país dentro de la que se encuentra FEDEXPOR y un representante del sector exportador agropecuario, acuicultor y pesquero (Universitat de Barcelona, 2005) (Congreso Nacional, 1997).

A partir del 2011, el COMEXI es reemplazado por el Comité de Comercio Exterior (COMEX), organismo conformado exclusivamente por funcionarios de la función ejecutiva, excluyéndose al sector privado, hecho que se justifica mediante el numeral 5 del artículo 261 de la Constitución de la República del Ecuador, que dispone que las políticas económica, tributaria, aduanera,

arancelaria, de comercio exterior, entre otras, son competencia exclusiva del Estado (Comité de Comercio Exterior, 2017).

Mediante el decreto ejecutivo No.25, se define los miembros del COMEX, el cual está conformado por los titulares o representantes de las siguientes identidades:

- *Ministerio de Comercio Exterior (preside)*
- *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca*
- *Ministerio de Industria y Productividad*
- *Ministerio de Economía y Finanzas*
- *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*

Además, las siguientes entidades forman parte del COMEX, con voz, pero sin derecho a voto:

- *Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad*
- *Ministerio Coordinador de la Política Económica*
- *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*
- *Y demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo.*

Las funciones principales del COMEX se mantienen por ser un organismo que determina las políticas públicas para el comercio exterior de bienes y servicios, las cuales deben tener concordancia con los planes de desarrollo del país y es por esto, que para las resoluciones del período 2008-2017 el COMEX toma en consideración el Plan Nacional del Buen Vivir (Congreso Nacional, 1997) (Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad, 2016).

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (Senplades) es la encargada de la creación del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV), el cual se oficializa por vez primera en el año 2009, con el fin de implementar lineamientos para el desarrollo económico del Ecuador. El PNBV constituye la política macro del estado, base para desarrollar políticas y programas sectoriales. El plan 2013-2017 plantea una continuidad respecto al del 2009-2013, con 12 objetivos nacionales y con estrategia territorial para adecuar objetivos y políticas a los territorios del país (CEPAL, 2013) (Senplades, 2013).

El PNBV establece pautas de desempeño público, a fin de construir derechos y obligaciones de la población ecuatoriana, de acuerdo al ex titular de la Senplades, Fander Falconí:

El Plan para el Buen Vivir está destinado a ser un referente en Latinoamérica, pues la región está viendo resultados concretos en el caso ecuatoriano. Los retos trazados en el nuevo Plan garantizarán el éxito del proceso iniciado hace seis años por el Gobierno Nacional para transformar al país (Senplades, 2013)

Francisco Rivadeneira, Ministro de Comercio Exterior durante el período 2013-2015, expuso los resultados positivos de las políticas comerciales basadas en el PNBV, para el primer semestre del 2013, en las cuales se observa una curva creciente monetaria de las exportaciones no petroleras del 11.5%, equivalente a 559 millones de dólares y un incremento en volumen del 4.1% respecto al año anterior (Calero, 2013).

Por otro lado, las exportaciones industrializadas tienen una curva creciente en un 9.9% al alcanzar 12.533.7 millones de dólares, con impacto en la balanza comercial, disminuyendo el déficit del mismo en 149 millones, mientras que las importaciones presentaron un aumento del 4,5% inferior al 9,6% en el año 2012 y ésto debido a las políticas orientadas al cambio de matriz productiva y con la finalidad del desarrollo económico e industrial ecuatoriano (Calero, 2013).

El gobierno de la revolución ciudadana analiza el crecimiento del Ecuador, como resultado de la exportación de petróleo y productos primarios como el banano, cacao, rosas y por ésto se plantea lograr un desarrollo sostenible e impulsar las actividades ligadas al talento humano, la tecnología y el conocimiento a través de la matriz productiva (Zák, 2014).

Este cambio busca también incrementar las exportaciones de los productos ecuatorianos con valor agregado y sustituir las importaciones extranjeras que generaron el crecimiento de la clase media en un 19% a un 35% por producción nacional, de acuerdo a Jorge Glas, vicepresidente ecuatoriano en el periodo 2013-2018:

El crecimiento de la economía no se ha sostenido con un aumento de la producción nacional sino con más importaciones. Ese consumo representa mayor salida de dólares u es por eso que tenemos que aumentar la capacidad productiva nacional (Zák, 2014).

Los objetivos nacionales del comercio exterior, buscan generar una curva creciente en el desarrollo del país y así equilibrar sus relaciones internacionales que cuenten con diferentes actores y un enfoque a la promoción de

exportaciones y reducción de la dependencia primario-exportadora de monocultivos (Ministerio de Comercio Exterior, 2014).

2.1.2 Medidas de promoción de importaciones

La sustitución de importaciones, se encuentra dentro del plan de acción para el cambio de matriz productiva, por la participación ecuatoriana en el sector industrial en el PIB de 13,3% frente a otros países como China 45% y Brasil 26% y por lo cual se busca llegar al 25% a finales del 2017 a través de una producción nacional socialmente responsable y amigable con el medio ambiente. Esto resultó en la firma de convenios con la empresa privada, que aseguran el incremento de la producción dando valor agregado a la materia prima nacional y reduciendo las importaciones (Andes, 2014).

El ex ministro Coordinador de Producción, Richard Espinosa, encabeza el plan de Sustitución Selectiva de Importaciones, a fin de impulsar la producción local con altos estándares de calidad y de acuerdo con su punto de vista, no se busca perjudicar a los importadores o empresarios, así como tampoco desabastecer a las empresas. Existe una agenda que regula la política industrial con ajuste a las necesidades de los actores económicos (Ministerio Coordinador de Producción Empleo y Competitividad, 2015).

De acuerdo al Ministerio, se firmaron alrededor de 900 convenios en sectores como el de alimentos, juguetes, cosméticos entre otros y que sustituyen las importaciones a través de inversiones, por ejemplo, la firma Unilever en el periodo 2011-2014 que invierte 60 millones de dólares en infraestructura y tecnología para la ampliación de sus dos plantas. Al contrario, el expresidente de la Federación de Cámaras de Comercio del Ecuador, Blasco Peñaherrera, dijo:

A estos sectores les han puesto la pistola en la cabeza, y les han dicho o cerramos las importaciones de estos productos o ustedes se comprometen voluntariamente a reducir sus importaciones. ¡Esto es una extorsión! Esto ya lo vivimos en el año 2007, y estos sectores han dicho: bueno, vamos a reducir nuestras importaciones (Ecuavisa, 2014) (Carolina Enriquez, 2014).

Ecuador no aplica medidas para promover las importaciones, al contrario se implementaron sobretasas arancelarias, las cuales regían hasta junio 2017 y sin estas se espera aumentar el empleo con el dinamismo en ventas y de

acuerdo a Francisco Swett, ministro de Economía durante el gobierno de León Febres Cordero, el problema de fondo es el gasto público al usar dinero que no se dispone, por lo que las importaciones incluso beneficiarán al fisco con crecimiento de la recaudación de aranceles (El Productor, 2017).

2.1.3 Regulación y determinación de políticas públicas

Ecuador forma parte del Acuerdo de Cartagena suscrito por Bolivia, Colombia, Perú y Venezuela y en el cual se establece la formulación de una política comercial común de sus miembros. En este contexto la Comunidad Andina desarrolla leyes comunes a fin de regular las relaciones comerciales no sólo entre miembros, sino también con terceros y en especial en ámbito aduanero, arancelario, reglamentos técnicos, entre otros. No obstante, a través de la Decisión 598 se permite a los miembros negociar los acuerdos con terceros de forma individual, por lo que la política comercial ecuatoriana se formula a nivel nacional mientras se realice en un marco de transparencia y solidaridad (OMC, 2005).

Las relaciones bilaterales con China, se expandieron desde el 2007 luego de la visita de un miembro del gobierno chino, Li Chanchung, que permitió el aumento en un 53% de las exportaciones hacia el país asiático y duplicar las importaciones desde este mercado. Durante el gobierno de Rafael Correa la cooperación entre estos dos países se afianzó con la primera visita en el 2016 de un presidente de la República Popular China, Xi Jinping, quien reafirmó la continuidad de inversiones productivas en el Ecuador y las coincidencias en política exterior en un escenario mundial complejo (Evan, 2008) (Ramos H. , 2016).

Las negociaciones entre estas dos naciones se enfocaron en eliminar el déficit comercial ecuatoriano, por lo que no existen acuerdos de libre comercio entre las dos naciones, aunque estos se estén negociando con países vecinos como Colombia. Sin embargo, China logra una presencia en el territorio ecuatoriano a través de préstamos y de cooperación internacional que inyecta dinero, para la creación de obras. El principal acuerdo comercial suscrito por Ecuador y China es un convenio con el Presidente del Consejo Chino para la Promoción de Comercio (CCPIT) y con el fin de integrar Pro Ecuador al Comité Empresarial de China para promoción de intercambios y cooperaciones y es por

esto, que la legislación de importaciones que rige para los productos provenientes del país asiático, no presentan ninguna variación al proceso normal expuesto en el capítulo anterior y que no están exentos del pago de aranceles (Gonzales Burgos, 2015).

2.2 OMC como fuente de información para el comercio exterior

El siguiente subcapítulo, observa al OMC como una guía para el comercio exterior y por ésto se subdivide en promotor de libre comercio, apartado que habla de las políticas comerciales de acuerdo a la OMC. El segundo apartado es la globalización en la economía empresarial, que analiza a las PYMES como actores dentro de la integración de las economías y encontrando al final el sistema multilateral de comercio, que analiza los acuerdos en el ámbito comercial.

2.2.1 Promotor del libre comercio

La Organización Mundial de Comercio (OMC) nació en 1994 en la Ronda Uruguay y después de siete años de negociaciones para reemplazar al Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio (GATT), el rol de la organización es dar seguimiento a los acuerdos del comercio internacional, los cuales son textos jurídicos en varias cuestiones como agricultura, contratación pública, normas industriales, entre otras y que buscan promover el neoliberalismo a través de la ampliación del “Libre Comercio”. Todos los acuerdos dentro del OMC se inspiran en dos principios fundamentales, que constituyen una base del comercio multilateral (OMC, 2015).

1. *La nación más favorecida: Fundamento que establece igual trato para todos los países sin discriminaciones entre los actores del comercio*
2. *Trato nacional: Principio donde las mercancías importadas deben recibir el mismo trato que las nacionales, después del ingreso al mercado*

El teorema de igualación de precios de Heckscher-Ohlin establece:

When the prices of the output goods are equalized between countries as they move to free trade, then the prices of the factors (capital and labor) will also be equalized between countries. This implies that free trade will equalize the wages of workers and the rents earned on capital throughout the world. (Suranovic, 2006).

Esta afirmación se comprueba con el crecimiento durante los 25 años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, con una tasa promedio del 5% anual, una vez reducidos los obstáculos del comercio, se observó una curva creciente del 8% (OMC, 2015).

El impacto del libre comercio en la economía para impulsar su desarrollo, se debe al uso de los activos de los países (humanos, industriales, naturales, financieros) en la producción de bienes y/o servicios para satisfacer el mercado interno y competir en el exterior. La comercialización internacional de acuerdo a la “ventaja comparativa”, permite aprovechar los activos para enfocarse en el producto que se puede producir de forma eficiente e intercambiar con otros producidos de forma eficaz en otros países. Entonces las políticas comerciales liberales permiten intensificar la competición, generando mejoras en el producto final y para que este sea competitivo en el mercado internacional (OMC, 2015).

Según la OMC, los países buscan resguardarse de las importaciones competitivas con políticas comerciales proteccionistas, a fin de obtener un beneficio a corto plazo, mediante subvenciones o salvaguardias y que según la organización esto generaría creación de empresas con producción desmesurada e ineficiente de productos anticuados y carentes de innovación, sin evitar que se cierren fábricas al promover que otros gobiernos apliquen las mismas medidas, dando como resultado reducción en la economía mundial. De hecho, el comercio se obstaculiza por reformas comerciales y un alza del proteccionismo. Tras la crisis financiera durante el periodo 2015-2016 se impusieron 22 medidas mensuales de restricción comercial por miembros de la OMC, y esto constituye un incremento frente al dato de 15 medidas mensuales en el periodo 2014-2015 y con un promedio más elevado desde el 2011. Por otro lado de las 2.800 políticas restrictivas comerciales registradas desde octubre 2008, el 25% de ellas se eliminaron (Xinhua, 2016).

Frente a este panorama internacional, los responsables de las organizaciones económicas mundiales más grandes: el FMI (Fondo Monetario Internacional), la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) decidieron que apoyarán al comercio internacional frente al “peligro” proteccionista. Sumándose a esta declaración Alemania, donde la canciller, Angela Merkel afirmó:

Las cifras de crecimiento decepcionantes del comercio mundial y el peligro de las tendencias proteccionistas crecientes son para nosotros una incitación clara para apoyar al sistema comercial internacional aún más (CNN, 2017).

Además, a través de un informe titulado “Haciendo del comercio un motor de crecimiento para todos” del año 2017, las tres organizaciones alientan a los gobiernos a enfrentar los efectos negativos del comercio global y en temas de empleos y comunidades, reconociendo que la liberación comercial también puede incurrir en impactos negativos, generando por ejemplo mayor presión en el mercado de trabajo. Sin embargo, no se puede atribuir a la globalización la destrucción de empleo, el cual desaparece en un 80% por cambios tecnológicos (CNN, 2017) (OTCA, 2017).

2.2.2 Globalización en la economía empresarial

La globalización económica según el FMI, es el resultado de la innovación humana y de los procesos tecnológicos desarrollados en el siglo XXI, que generan una creciente integración de las economías a través del comercio y los flujos financieros. Sin embargo, también crea el desplazamiento de personas y la transferencia de conocimientos abarcando temas culturales, políticos y ambientales. Factor que impacta en los negocios al influir en la oferta y demanda internacional, adaptándose a los cambios en los comportamientos y preferencias de los clientes. Además, la globalización puede crear cambios en el entorno de los negocios y con el ingreso de competidores debido a la curva decreciente de los costos de la distancia (FMI, 2000).

Los negocios afectados frente a este entorno de competencia, son las pequeñas y medianas empresas (PYMES) al poseer diversas limitaciones como bajos recursos financieros, los cuales no permiten la industrialización de la empresa y como consecuencia no se cuenta con economías de escala, que faciliten la operación globalizada (Gómez Bernal, 2016).

Las PYMES son el conjunto de pequeñas y medianas empresas de acuerdo a su volumen en ventas, capital social, cantidad de trabajadores y su nivel de producción, las cuales realizan diferentes tipos de actividades económicas en que se destaca el comercio al por mayor y al por menor, industrias manufactureras, servicios comunales, sociales y personales, entre otros. Estas empresas dentro del Ecuador, son la base del desarrollo al producir, demandar y comprar productos o añadiendo valor agregado, lo que las convierte

en un actor de la generación de riqueza y empleo (Servicios de Rentas Internas, 2017).

TABLA 4
COMPOSICIÓN DE LAS PYMES

TAMAÑO EMPRESA	CAPITAL	TRABAJADORES
Microempresa	Hasta 20 mil dólares	Hasta 10
Pequeña Industria	27 mil dólares	50
Mediana Industria	120 mil dólares	50 a 99
Grandes Empresas	120 mil dólares	Más de 100

Fuente: Cámara de la pequeña industria del Pichincha (CAPEIPI)
Elaborado por: Jéssica Proaño

El impacto de la globalización o internacionalización, causa que las PYMES exhiban curvas decrecientes en sus ventas, debido al ingreso de competidores multinacionales, los cuales ofrecen bajos precios por ventajas de la globalización, como tipos de cambio irregulares, modelos de ventas alto volumen y bajos costos, lo que dificulta la competencia contra ellos. Se utiliza para ejemplarizar el efecto el caso de una pequeña tienda de la ciudad, la cual llega a la quiebra por el supermercado, aunque la tienda tenga una base de clientes establecida y relaciones de amistad con la comunidad, no puede igualar los precios de competencia al ser esta una empresa con recursos para sacrificar márgenes de ganancia y con el fin de eliminar competidores. Entonces la lealtad del cliente no tiene impacto (Gómez Bernal, 2016).

Las PYMES entonces tienen dificultades externas, que limitan su participación en las exportaciones con desconocimiento de las preferencias de los mercados, prohibiciones y procesos de importaciones, normas sanitarias o medidas paraarancelarias del producto, que entorpecen el crecimiento de las empresas (Barrera, 2001).

Entre las ventajas de las PYMES, se encuentra la capacidad para adaptarse a un mercado cambiante y para competir por sus opciones productivas, dada su creatividad de sobrevivir a un entorno globalizado; ésto se debe a su estructura pequeña, su posibilidad de especializarse en el nicho de mercado con atención directa y capacidad comunicativa. La ventaja comparativa particular es su capacidad de cambiar de estructura productiva, según la necesidad del mercado, que no se puede realizar en una multinacional. Las empresas pueden correr un riesgo dentro del mundo globalizado, pero se

encuentran en capacidad de aprovechar sus ventajas y adaptarse a la competencia (Rojas Alva, 2007).

2.2.3 Sistema multilateral de comercio

El Sistema multilateral se basa en acuerdos en el ámbito comercial entre tres o más estados, a fin de reducir las tarifas y facilitar las importaciones y exportaciones, pero que al ser negociados entre varios países son difíciles de suscribir (Amadeo, The Balance, 2016)

La evolución del sistema multilateral no es un desarrollo lineal, es un proceso que inicia con eliminación de obstáculos al comercio de una nación en un solo sector, para después generar acuerdos bilaterales con enfoques regionales y que abarquen múltiples sectores y así luego establecer negociaciones bilaterales y en donde un número creciente de países negocian sobre una gama más amplia de materias, que culminan en creación de una organización mundial. Sin embargo, se debe considerar que éste proceso se vió afectado por luchas nacionales e internacionales que generaron cambios, al aceptar, rechazar o modificar acuerdos (OMC, 2000).

El marco legal de la GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio), contenía normas para la regulación del comercio de las partes contratantes durante 50 años, elaborando leyes del sistema multilateral comercial en ocho rondas de negociaciones. Durante las primeras se discuten temas de reducción arancelaria, pero conforme estas avanzan se incluye otros temas como medidas antidumping y pararancelarias y como resultado de la evolución del sistema se crea la OMC a través de la última ronda de negociaciones entre los miembros del GATT de 1947 que suscriben el Acuerdo de Marrakech, que establece el fin, la estructura y las funciones de la organización y además se convierte en base para los acuerdos multilaterales en vigor (Itamaraty, 2017).

La organización es un foro multilateral para la negociación de derechos, obligaciones y cooperación que se realiza por los Gobiernos miembros en temas concernientes a políticas comerciales, aunque esta sea la principal función de la OMC, los miembros pueden ampliar el ámbito de las leyes/acuerdos comerciales multilaterales y que se rigen por las disciplinas de los acuerdos de la

organización. El sistema multilateral de la organización, permite a los estados exponer sus diferencias comerciales y negociar la liberalización del comercio a través de debates basados en el conjunto de normas establecidas, siendo su principal fundamento reducir los obstáculos al comercio (OMC, 2000).

Dentro de las ventajas de los acuerdos multilaterales, se puede mencionar la creación de estándares internacionales y eficiencia de los mercados, debido a la reducción arancelaria que permitió dar un enfoque a la calidad de los bienes y servicios y además el impacto directo en las condiciones de acceso a los mismos, al establecer normas vinculantes que eviten la aplicación de medidas proteccionistas. Por otro lado, las desventajas de los acuerdos se observan en el tiempo de negociación, debido a las discrepancias entre las partes que reducen su efectividad (McKenzie, 2017) (Ballantyne, 2016).

El sistema multilateral, es un intento de los gobiernos en generar un ambiente comercial predecible y estable y que constituye a la vez un proceso político, basado en negociaciones entre gobiernos para creación de leyes comerciales y a fin de controlar el comportamiento entre ellos con una institución política (OMC) que establece reglas del “juego” y así facilita las negociaciones, promoviendo la cooperación internacional (The University of North Carolina, 2002).

2.3 Logística e infraestructura empresarial

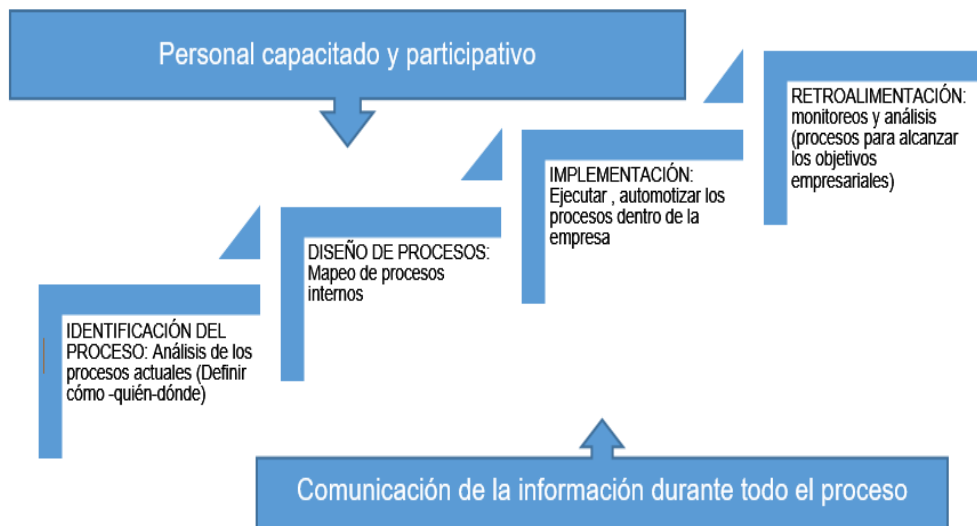
La logística e infraestructura, son un conjunto de obras e instalaciones que posibilitan la interacción entre la producción y el consumo a fin de satisfacer los requerimientos del cliente, representando un recurso importante al posibilitar el intercambio comercial de bienes dentro y fuera del territorio (Tecnológico de Monterrey, 2011). En este contexto, el presente subcapítulo analizará la logística e infraestructura de la empresa a través de la organización de recursos, la coordinación del espacio y las políticas de atención al cliente.

2.3.1 Organización de recursos

El logro de una organización dadas las condiciones de la globalización, depende de la alineación entre el proceso logístico y la dirección estratégica de integrar sus relaciones comerciales y obtener resultados en términos de valor agregado para los clientes, desarrollando una diferenciación competitiva. La

gestión del proceso logístico, define la eficiencia, eficacia, calidad, rendimiento, control y desempeño del producto a través de la administración de recursos que coordina todos los actores de la cadena de abastecimiento (proveedores, distribuidores y clientes), con implementación de los procesos de Planificación, Aprovisionamiento (Suministro), Producción, Distribución y Servicio al Cliente. La gestión del proceso logístico, se caracteriza por ser un método flexible y cambiante de introducir mejoras, mientras se garantice la estructura metodológica de sus etapas que mantendrá el orden y la calidad con la comunicación y capacitación constante (Carro Paz & González Gómez, 2000).

IMAGEN 2
GESTIÓN DE PROCESOS

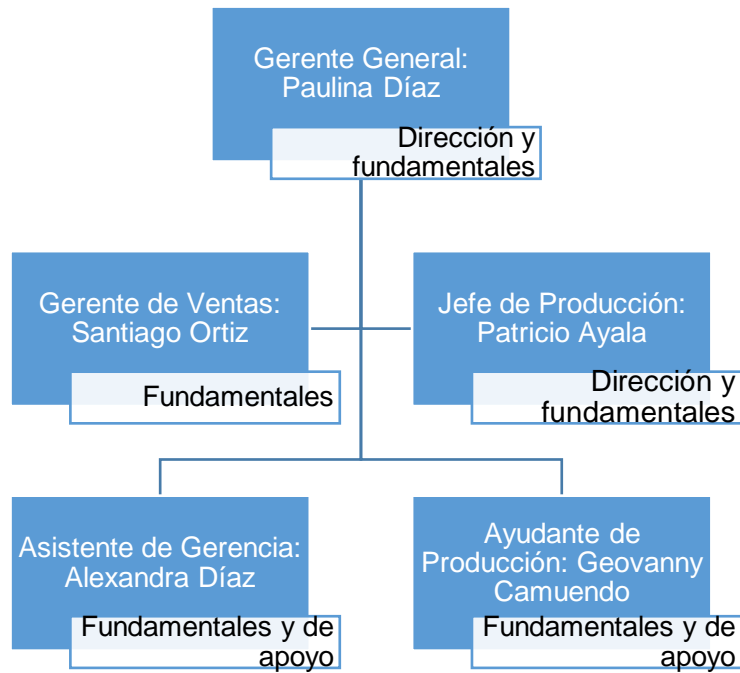


Fuente: Universidad Nacional del Mar del Plata
Elaborado por: Jéssica Proaño

La organización, es un sistema de elementos interrelaciones que dependen de los procesos de su entorno. Este se compone de funciones o actividades agrupadas por departamentos, que permiten conseguir flexibilidad y agilidad para adaptarse a cambios continuos del mercado y que a la vez maneje los riesgos operacionales y financieros y así incrementar la utilidad empresarial y la satisfacción de los clientes, con disminución en costos y tiempos de servicios. La logística empresarial, permite organizar los departamentos para el control de los procesos operacionales de la empresa y coordinar funciones con delegación de responsabilidades dentro de la estructura organizativa de la misma, según las transacciones, las cuales pueden ser de dirección (control), fundamentales (procesos productivos) y de apoyo (que no aportan valor al

cliente). Se debe recordar, que INGENIO A.P al ser una PYME, cuenta con 5 recursos (ver imagen 3) y es por ésto que todos tienen transacciones fundamentales al constituirse parte de la producción de la empresa (Carro Paz & González Gómez, 2000).

IMAGEN 3
ORGANIGRAMA

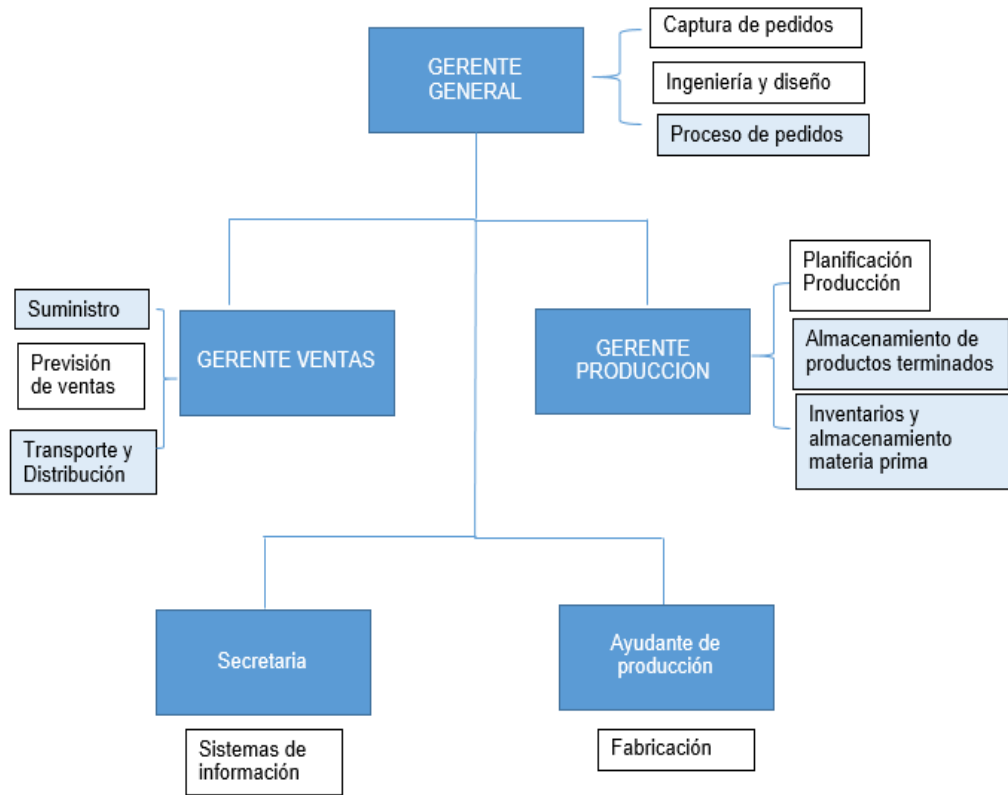


Fuente: Ingenio A.P
Elaborado Por: Jéssica Proaño

La Empresa, puede observar su logística de dos formas: medio que permite colocar los productos en el mercado o departamento empresarial, para administración y apoyo a las ventajas competitivas, con un cambio en la estructura de organización. Dadas las dimensiones de INGENIO, no se puede observar a la logística como un departamento, hasta consolidar una curva creciente en las ventas que permita invertir en creación de un puesto, por lo que se distribuye las operaciones de la misma en los departamentos ya existentes hasta el año 2017 (ver imagen 4)⁴ (Ibáñez Martínez, 2016).

⁴ Los recuadros de color celeste indican las actividades las cuales deberían establecerse en un departamento de logística

IMAGEN 4
DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES LOGÍSTICAS INGENIO A.P

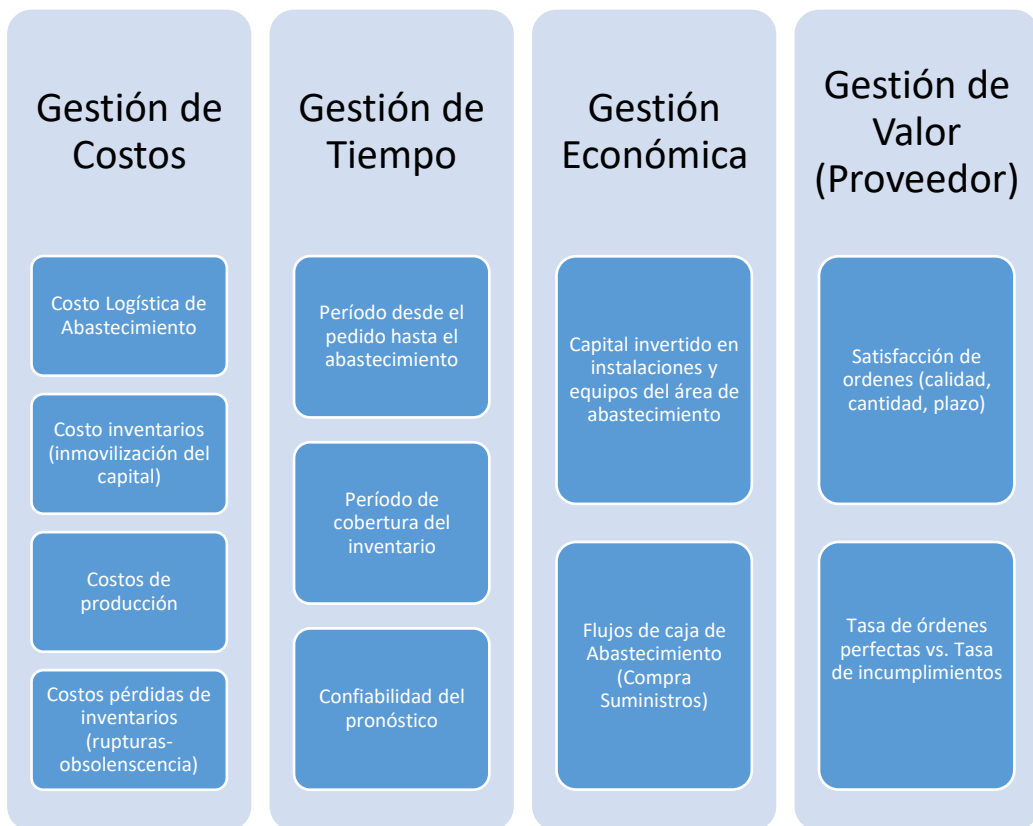


Fuente: Universidad Nacional de la Plata
Elaborado por: Jéssica Proaño

La comercialización de productos a través del libre mercado y dado los avances tecnológicos, facilitan a la empresa el movimiento de productos de cualquier país del mundo a Ecuador, al proveer redes de comunicación eficaces y así establecer relaciones con proveedores de distintas naciones, por lo que se establecerán variables a considerar, para establecimiento de una organización de recursos posterior a la importación de productos promocionales (Carro Paz & González Gómez, 2000).

En la siguiente imagen, se describe las principales variables para la evaluación de la red logística que generarán valor a la empresa y al cliente final. Las diferentes gestiones descritas en el proceso, contienen elementos que permitirán medir la efectividad de la red logística (Carro Paz & González Gómez, 2000).

IMAGEN 5
VARIABLES DE EVALUACIÓN RED LOGÍSTICA DE ABASTECIMIENTO



Fuente: Universidad Nacional del Mar del Plata
Elaborado por: Jéssica Proaño

2.3.2 Coordinación del espacio (Canal Logístico)

El canal logístico, permite el traslado de productos terminados y así llegar al cliente final, en donde se incluyen las actividades que realiza la empresa, relativas al almacenamiento y transportación de materias primas o producto final. Estas actividades, incluyen transporte, producción, almacenamiento y financiamiento. El canal logístico de acuerdo a la teoría del ciclo de vida del producto, debe basarse en una comunicación efectiva en su etapa introductoria y así ayudar a determinar los canales de distribución a usarse, por la ubicación y costos. Además, se definirá cuantos intermediarios se necesitan, a fin de cumplir en tiempo y forma para la entrega. Este canal se compone de una diversidad de actores (proveedores, almacenes, fábrica) y elementos (materia prima, inventario), que se establecen y detallan en el flujograma de la empresa (Velasquez, 2012) (Vernon, 1996).

El flujograma funciona a base de la cooperación, coordinación y distribución de información a través de la cadena, la cual se verá afectada en forma directa, por las decisiones de cualquier factor expuesto con anterioridad. En el caso de INGENIO A.P, el canal logístico dependerá del producto, por lo que se exponen dos casos, siendo la primera imagen aplicable cuando el producto se produce en la empresa, mientras que la segunda representará una compra externa (Velasquez, 2012) (Díaz, 2017).

IMAGEN 6
FLUJOGRAMA PRODUCCIÓN INTERNA



Fuente: Universidad Nacional del Mar del Plata
Elaborado por: Jéssica Proaño

IMAGEN 7
FLUJOGRAMA PRODUCCIÓN EXTERNA



Fuente: Universidad Nacional del Mar del Plata
Elaborado por: Jéssica Proaño

Las actividades que componen el canal logístico se pueden administrar en tres áreas:

1. *Proceso de suministro y gestión de materiales*
2. *Proceso de producción, y*
3. *Proceso de distribución*

Estas áreas, deben permitir a la empresa dar una respuesta eficaz a las demandas de mercado. En la siguiente imagen, se podrá apreciar las actividades logísticas, que son parte del proceso de suministro y distribución y cuyo resultado influye en la efectividad de la empresa. Las actividades que no están contempladas en el cuadro no son consideradas para el desarrollo del canal logístico en empresas pequeñas (Carro Paz & González Gómez, 2000).

TABLA 5
ACTIVIDADES CANAL LOGISTICO

Actividades Logísticas	Proceso de Suministro	Proceso de Distribución
Proceso de pedidos	Si	Si
Gestión de inventarios	Si	Si
Transporte	Si	Si
Servicio al cliente	No	Si
Compras	Si	No
Embalaje	No	Si
Almacenaje	Si	Si
Planificación de Productos	Si	Si
Tratamiento de mercancías	Si	Si
Gestión de la información	Si	Si

Fuente: Universidad Nacional del Mar del Plata
Elaborado por: Jéssica Proaño

2.3.3 Políticas de atención al cliente (servicio al cliente)

Una atención deficiente al cliente, resulta una crítica negativa para el negocio, que a largo plazo podrá generar reducción en el nicho de mercado de la empresa, que no posee monopolio en la nación, por lo que un “buen servicio” al cliente es fundamental para el desempeño de sus actividades económicas, al considerarse que el 20% de compradores cambia de empresa, por fallas en su atención (Ibáñez Martínez, 2016).

El servicio al cliente, no solo se refiere a su atención, sino también se incluye la satisfacción posterior del mismo en calidad del producto y oportunidad

de entrega. La primera, es el factor que continúa incrementando su exigencia en base a las especificaciones de acuerdo al diseño establecido. El incumplimiento de calidad, representa una razón primordial en la pérdida de clientes. Por otro lado la oportunidad de entrega, se refiere al cumplimiento puntual en tiempos acordados entre proveedor y cliente antes de venta del producto, factor que de no ser cumplido repercutirá en sanciones al momento del pago por parte del mismo (Carro Paz & González Gómez, 2000).

La satisfacción del cliente, se representa como un valor cualitativo al considerar que el gerenciamiento de la operación logística responsable del diseño, administración y ejecución del sistema, tiene como fin último su satisfacción. Se establece un indicador, que permita guiar las acciones para incrementar el bienestar del cliente, denominado “nivel de servicio estructural” (NS), el cual expresa el nivel del cumplimiento, representado por la cantidad de servicios correctos (P) y el del objetivo de servicio establecido, cuantificado en total por la cantidad de pedidos (T) y expresado de la siguiente forma (Carro Paz & González Gómez, 2000):

$$NS = \left(\frac{P}{T}\right) \times 100$$

INGENIO, en junio de 2017 realizó 23 entregas de las cuales 4 tuvieron inconvenientes con los clientes por retrasos en entrega. Ninguno se relacionó con problemas de calidad y de acuerdo a la fórmula ya establecida, el nivel de servicio estructural es de 82,61% y en la que 19 pedidos si han cumplido en tiempo y forma de entrega (Díaz, 2017).

Las entregas que han tenido problemas, se encuentran dentro de la línea textil. Estos inconvenientes se generaron por errores o retrasos en la producción, la cual se realiza de forma interna y de acuerdo a la cantidad que el cliente solicita, se procede a la elaboración con proveedores externos, los cuales en algunos casos incumplen los tiempos establecidos. Al existir poca mano de obra dentro de este sector productivo, la selección de proveedores mediante parámetros exigentes o de rotación de los mismos no constituye una opción viable (Díaz, 2017).

En este capítulo se estudió las políticas ecuatorianas a través de su ente regulador y se contrastó con el pensamiento de la OMC, organismo internacional de comercio exterior, para establecer las regulaciones de las importaciones. Además, se presentó la organización de logística empresarial, a fin de que la empresa sea capaz de receptor los productos. Esto permite responder al objetivo particular, que es identificar el proceso que permitirá la importación de artículos promocionales, desde un mercado internacional.

CAPITULO III

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

3.1 Estructura de la empresa

En el siguiente subcapítulo, se estudiará la ingeniería de la empresa para determinar el giro comercial de la misma, los costos para su funcionamiento y los costos en los que incurrirá la implementación de la importación. En este contexto, el subcapítulo se dividirá en las características del negocio, ingeniería financiera y proyección de costos.

3.1.1 Características del negocio

INGENIO A.P (Artículos Promocionales), es una empresa constituida como persona natural y debido al monto de facturación deberá llevar contabilidad, siendo su representante la Sra. Paulina Díaz, gerente de la misma y ubicada en Quito, Ecuador. El giro comercial de la organización, se orienta a las actividades publicitarias, con venta de productos personalizados y enfocados a la asesoría, diseño y venta en base a estándares de calidad, seguridad y entrega, para comercializar la gama de productos clasificados de la siguiente forma:

1. *Línea Textil (Bolsos, carteras, camisas, bordados)*
2. *Líneas Acrílicas (Llaveros, Buzones Rótulos)*
3. *Línea Ejecutiva (Bolígrafos, Calculadoras, Tarjeteros)*
4. *Líneas PVC (Toma todo, llaveros, vasos)*
5. *Línea Varios (Linternas, relojes, productos de bebes y de mascotas)*

Desde el año 2013 hasta el 2018 INGENIO tiene capacidad de producir de forma interna la línea textil, el costo de manufactura se reduce al intervenir en la producción, aunque la materia prima para esta fabricación se debe comprar de importadores directos, siendo este motivo por el que INGENIO no está en

capacidad de controlar ofertas de telas de gamas específicas e incluso en esta línea se pierde competitividad al momento de presentar precios. Por esta razón la empresa buscará, una vez dominada la importación de productos promocionales, adquirir telas para poder controlar su oferta y responder a demandas establecidas (Ortiz, 2018).

Para el año 2018, INGENIO utiliza la siguiente tabla de costos de producción y de esta forma puede determinar el precio final para el cliente. Se debe considerar que esta tabla es una referencia, porque el costo de producción al igual que el PVP se calcula de acuerdo a la tela (materia prima) solicitada por el cliente, tamaño justificado por los metros de tela que se usa por cosmetiquera y características adicionales de cada modelo como cierre, bolsillos, etc. (Ortiz, 2018).

TABLA 6
COSTOS LÍNEA TEXTIL

Cosmetiquera plástica cuerina brillante con cuadros							
Cantidad solicitada:		1000					
Características:		Una impresión a un color					
		Cuadros impresos a los dos lados					
		Ribete de cambrela entre cuerina y cierre					
		Colgante en el cierre					
ITEM	DESCRIPCION	MEDIDAS	UNIDAD	ANCHO TELA	CANT.	COSTO UNIDAD	TOTAL
1	Plástico No. 25	3.5	cm	35	35	1.61	56.35
2	Cuerina brillante	3.4	cm	34	34	3.97	134.98
3	Cambrela	2.7	cm	27	27	0.64	17.28
4	cierre No.5	23	cm	230	2	17.33	34.66
5	llave No. 5	1	u	10	10	2.43	24.3
6	hilo				8	2.27	18.16
7	corte				1000	0.05	50
8	Mano de obra				1000	0.35	350
9	Impresión				1000	0.18	180
10	Otros						100
	TOTAL						965.73
	Precio de costo unitario						0.97
PVP							1.30
Utilidad							338.01
% Utilidad							35.00%

Fuente: Ingenio A.P
Elaborado por: Santiago Ortiz, Ingenio A.P

Por otro lado, para las líneas PVC y Acrílicas, la empresa tiene aliados en producción nacional de estos productos. Sin embargo, de las 3 líneas restantes la empresa es intermediaria entre el importador y el cliente, lo que

genera un alza de costos. El impacto de cada línea dentro de las ventas de INGENIO se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 7
PORCENTAJES DE VENTA SEGÚN LÍNEA AÑO 2016

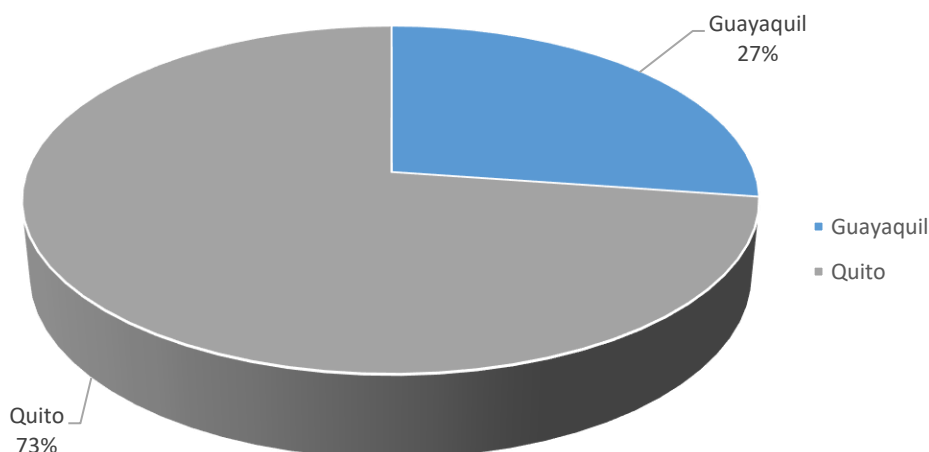
Línea	Valor	Porcentaje
<u>TEXTIL</u>	\$ 205,900.20	63%
<u>ACRÍLICA</u>	\$ 18,029.20	6%
<u>EJECUTIVA</u>	\$ 50,283.10	15%
<u>PVC</u>	\$ 37,643.48	12%
<u>VARIOS</u>	\$ 13,224.73	4%
TOTAL	\$ 325,080.71	100%

Fuente: Ingenio A.P
Elaborado por: Jéssica Proaño

La tabla de porcentajes, nos permite observar, que durante el año 2016 la línea con mayor venta fue la textil que representaba el 63% y ésto podría deberse a que es la única línea producida de forma interna y que permite ofrecer precios competitivos dentro del mercado, al tener un control sobre la producción de los materiales. La línea ejecutiva representa el 15% de ventas. Esta línea se vende como intermediaria y a pesar de ésto representa un segundo ingreso para la compañía (Díaz, 2017).

Los clientes de la empresa, como se puede ver en el siguiente gráfico, se ubica en un 73% en Quito y 27% en Guayaquil. El porcentaje de Guayaquil se origina por las sucursales de las empresas ubicadas en Quito, que permiten un primer contacto, para luego hacerlo directamente con el área de compras en Guayaquil. Además, estos clientes son en un 64% Multinacionales y 36% Nacionales, no se puede realizar diferenciación según actividad económica al ser variadas. Sin embargo, se debe destacar las empresas de productos cosmetológicos (Ortiz, 2018).

GRÁFICO 3
DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA CLIENTES



Fuente: Ingenio A.P
Elaboración: Jéssica Proaño

3.1.2 Ingeniería Financiera

La empresa, hasta el periodo de investigación, tiene 12 años en el mercado nacional, con los activos fijos detallados en la Tabla 8 y cuyo rubro no implica un gasto al ser adquiridos años atrás, pero se los considera por los gastos que implica su depreciación, dentro de los libros contables de la empresa ya que si no es un desembolso de dinero, constituye un dinero que se deja de percibir o se pierde por la respectiva devaluación de los activos fijos (Díaz, 2017).

Debido a la actividad económica de la empresa, que gira en torno a las ventas, dentro de los activos fijos con más costo se encuentran los vehículos y por otro lado para la producción interna de la línea de bolsos, se adquirió maquinaria y equipos. La depreciación de equipos de computación y de muebles y enseres son más altas al ser adquiridos en el año de iniciación de la empresa (Díaz, 2017).

TABLA 8
ACTIVOS 2016

RUBRO	VALOR 2016
<u>Activo</u>	\$ 187,143.75
<u>Activo No Corriente</u>	\$ 37,939.07
Activo Intangible	\$ -
Propiedades, Planta y Equipo	\$ 37,939.07
Equipos de computación	\$ 742.70
Depreciación acumulada	\$ 9,053.62
Equipos de computación	\$ 9,796.32
Muebles y Enseres	\$ 3,483.23
Depreciación acumulada	\$ 3,362.50
Muebles y Enseres	\$ 6,845.73
Vehículos	\$ 29,337.05
Depreciación acumulada	\$ 28,484.38
Vehículos	\$ 57,821.43
Maquinaria y Equipo	\$ 4,376.09
Depreciación acumulada	\$ 3,507.36
Maquinaria y Equipo	\$ 7,883.45

Fuente: Ingenio A.P
Elaboración: Jéssica Proaño

Respecto a los recursos humanos, INGENIO cuenta con 5 personas a tiempo completo, que representan un costo fijo mensual para la empresa, presentado en el siguiente cuadro. El costo de los recursos humanos mensual es de \$6.250,58, sin incluir los pagos que debe de hacer la empresa al IESS del 12,15% que equivale a un gasto mensual de \$443,48. Este gasto anual es de \$80.328,72 del cual el 6% es gasto para mano de obra y el 91% es gasto para personal administrativo (Ortiz, 2018).

TABLA 9
ROL DE PAGOS

CARGO	TOTAL INGRESOS	TOTAL EGRESOS	SUELDO A PAGAR
Jefe de Producción	\$ 700.00	\$ 500.86	\$ 199.14
Ayudante	\$ 350.00	\$ 208.08	\$ 141.93
	\$ 1,050.00	\$ 708.94	\$ 341.07
Gerente General	\$ 2,654.00	\$ 922.62	\$ 1,731.38
Gerente de Ventas	\$ 2,274.93	\$ 1,242.99	\$ 1,031.94
Asistente Adm.	\$ 541.65	\$ 347.97	\$ 193.68
	\$ 5,470.58	\$ 2,513.58	\$ 2,957.00
	\$ 6,520.58	\$ 3,222.52	\$ 3,298.07

Fuente: Ingenio A.P
Elaborado por: Jéssica Proaño

La matriz de selección de mercado permitió definir a China como exportador de la mercancía y es por esto que se procede a buscar proveedores en el país asiático, a fin de definir costos de los artículos. Como se mencionó al inicio de este capítulo INGENIO A.P posee una venta variada de productos y ésto genera la necesidad de encontrar diferentes proveedores con los cuales se pueda negociar un precio en base al incoterm FOB, donde el vendedor es responsable por los costos adicionales de embalaje, carga, transporte interior, trámites aduaneros de exportación y la manipulación de la carga hasta la llegada al puerto acordado. En este caso por los costos de transporte y la facilidad de arribo se selecciona el puerto de Shenzhen (Santander, 2010).

El incoterm se lo usa por la necesidad de consolidar la carga a través de la empresa transportista, al contar con mercancía de diferentes empresas. Además, se debe considerar que la importación contará con diferentes partidas arancelarias, por las cuales se deberá hacer declaraciones aduaneras individuales (Santander, 2010).

Los costos, deben tomar en cuenta diversos factores como las unidades solicitadas, al tratarse de economías de escala, mientras más unidades se piden se disminuirían los costos. Por otro lado, las empresas transportistas cotizan en base a kilogramos (kg), por lo que se debe solicitar dicha información al proveedor, a fin de calcular los costos de flete. Además de acuerdo a la subpartida se deberá calcular los impuestos aduaneros con base imponible (costo total de la compra + costo de flete). La tabla siguiente ejemplificará los

costos. En este caso se utiliza un solo proveedor (Papachina), el cual tiene una variedad de productos que no incluyen productos de mascota y de bebés, pero ofrece un 80% de líneas comercializadas por INGENIO (Papachina, 2017).

TABLA 10
DEFINICIÓN DE COSTOS

<u>Producto</u>	<u>Partida Arancelaria</u>	<u>PRECIO FOB (U)</u>	<u>U</u>	<u>Flete x KI</u>	<u>KI</u>	<u>Base imponible</u>	<u>Imp. Ad Valorem</u>	<u>Costo Total</u>	
Tarjeta Lupa Lectura	9608.99.10	\$ 0.81	1000	3.00	18	\$ 864.00	25%	\$ 1,080.00	
Esfero	9608.10.00	\$ 0.46	1500	3.00	16	\$ 738.00	30%	\$ 959.40	
Hielo linterna	9608.99.10	\$ 0.84	500	3.00	19	\$ 477.00	25%	\$ 596.25	
Limpiador/ Sticker	9608.99.10	\$ 0.25	1000	3.00	16	\$ 298.00	25%	\$ 372.50	
							Imp. aduana	IVA (12%)	\$ 285.24
								Fodinfa (0.5%)	\$ 11.89
								Agente de Aduana	\$ 212.00
								Guia	\$ 105.00
							TOTAL		\$ 3.622.28

Fuente: Papachina, Aduana Ecuador
Elaborado por: Jéssica Proaño

El precio ponderado, es un método financiero que permite abarcar en una cifra referencial el precio de venta al público. Funciona en base a la cifra para calcular la ganancia promedio que se obtendría del proyecto. El cálculo se hace con el porcentaje que representa cada producto, frente a importación total en unidades. Este porcentaje determinará la participación del producto al momento de definir el PVP (Cortés, 2013).

TABLA 11
PORCENTAJE PRODUCTO

Producto	Unidades	%
Tarjeta Lupa Lectura	1000	0.25
Esfero Resaltador	1500	0.38
Hielo linterna	500	0.13
Limpiador/Sticker	1000	0.25
TOTALES	4000	1

Fuente: INGENIO A.P
Elaborado por: Jéssica Proaño

TABLA 12
PRECIO PONDERADO

Producto	%	Precio Mercado	€*Precio
Tarjeta Lupa Lectura	0,25	\$ 2,00	\$ 0,50
Esfero Resaltador	0,38	\$ 2,50	\$ 0,94
Hielo linterna	0,13	\$ 2,50	\$ 0,31
Limpiador/Sticker	0,25	\$ 2,00	\$ 0,50
Totales	1	Precio Ponderado	\$ 2,25

Fuente: INGENIO A.P
Elaborado por: Jéssica Proaño

3.1.3 Proyección de costos

La proyección de costos es una base en el mundo empresarial, para determinar si existe una oportunidad de negocio, permitiendo tener una idea sobre los rubros de la organización y así conocer el desempeño de cada área a futuro, al igual que diferenciar los aspectos internos a mejorar y la cantidad de inversión (Entrepreneur, 2017).

Víctor Calderón, socio fundador de ArCcanto, consultora en financiamiento para Pymes, indica que el primer paso es analizar el mercado y la capacidad de producción. En el caso de INGENIO la trayectoria de la empresa en el mercado de los artículos promocionales le ha proporcionado un conocimiento sobre tendencias y preferencias de los clientes. Por otro lado, no se ha tomado en cuenta la capacidad productiva, al no buscar una producción interna. No obstante, se analiza la capacidad interna para los temas logísticos, con el capital humano y el espacio existente. Calderón del mismo modo destaca

la importancia de dominar las cifras de la organización, es por esto que la proyección de costos parte de los estados resultados de años previos, aumentando el costo variable de importación (Entrepreneur, 2017).

Previo a la proyección financiera se presenta un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) de la empresa para conocer el escenario en el que se encuentra (Comunidad de Madrid, 2017).

El potencial del análisis FODA, se encuentra en la realimentación que da a la empresa para explotar sus oportunidades y entender sus debilidades. Además, permite el manejo y posterior eliminación de amenazas, que en un futuro podrían reducir las ganancias o talvez eliminar a la empresa del mercado sin previo aviso. Así mismo, permite elaborar una estrategia, que permita destacar a la compañía frente a competidores, garantizando su éxito en el mercado, una vez identificados los factores (Mind Tools, 2015).

Para el análisis FODA, todos los factores deben ser considerados tanto desde un punto de vista interno como externo, por parte de los consumidores, pero se deberá observar las fortalezas y debilidades como componentes internos, mientras que las oportunidades y amenazas son factores externos (Smart Draw, 2016).

Al momento de analizar las fortalezas, se debe considerar que estas son diferentes a las características de los competidores. Por ejemplo, si todos proveen productos de calidad, ésto no es fortaleza sino necesidad para poder competir. Por otro lado, al momento de analizar las debilidades, se deberá ser realista para reconocer la verdad, estudiar qué se puede perfeccionar y qué factores inducirían a perder una venta frente a la competencia (Mind Tools, 2015).

Las oportunidades, son factores externos que pueden provenir con cambios en la tecnología. Por ejemplo, en el caso de INGENIO la facilidad de comunicación con otras partes del mundo y las plataformas existentes que permitan encontrar proveedores fabricantes en China. Las oportunidades también analizan los cambios en las políticas del gobierno, dentro del sector económico. En este caso, podemos destacar la eliminación de las salvaguardas, siendo también importante considerar como convertir las fortalezas y debilidades

en oportunidades. El último factor a considerar, son las amenazas. Aquí se debe ver los obstáculos que la compañía está enfrentando y los cambios externos que amenazarían su posición en el mercado (Mind Tools, 2015).

IMAGEN 8
ANÁLISIS FODA



Fuente: INGENIO A.P, Comunidad de Madrid
Elaborado por: Jéssica Proaño

Posterior al análisis FODA que da una visión del “status” actual de la empresa, se realiza la proyección financiera, la cual puede ser mensual o anual. La duración de ésta, depende del tipo de negocio y de los mercados. Se decide realizar una proyección a 10 años, por la trayectoria de la compañía al encontrarse en un mercado maduro y estable que le permita englobar la imagen completa del negocio y su actividad (Comunidad de Madrid, 2017).

Al tratarse de un nuevo proyecto de inversión, se estima el costo presentado en capítulos anteriores. No obstante, como se mencionó con anterioridad, al ser una empresa ya establecida, se utilizan los costos preestablecidos, tanto variables como fijos, agregando a éstos los costos de importación (Entrepreneur, 2017).

Para la proyección de costos, se debe considerar la situación económica del país y su evolución, la cual puede afectar los costos de forma directa o indirecta. Este cálculo, se realiza en base a los datos históricos de la empresa (ver anexo 3), los cuales son su base para el cálculo de costes (Comunidad de Madrid, 2017).

La tabla refleja la proyección a 10 años, cada año se eleva los costos en un 3% resultando un promedio en el aumento de costos de los datos históricos. Este porcentaje adicional, se hace presente respecto al año anterior en todos los rubros excepto la depreciación de los activos fijos, la cual es una depreciación en línea recta que se mantiene constante durante 10 años y esto si la empresa decide mantener los activos presentes hasta el 2017. En el caso de que se realicen nuevas adquisiciones o se vendan activos, se deberá actualizar los valores de acuerdo al balance general de la empresa, que reportará esta nueva depreciación. El nuevo rubro no presente en balances anteriores, es el costo de importación, el cual se basa en la simulación de una importación, a la cual se cuadruplicará el precio, al pensar en dos escenarios, en el cual se podría traer más mercancía a mayor precio o mercancía en cantidades y precios similares 4 veces al año (Díaz, 2017).

3.2 Rentabilidad

El subcapítulo a través de los costos determinados con posterioridad, busca determinar la rentabilidad de la importación de artículos promocionales, por lo que se divide en fuentes y usos para definir la organización financiera de la empresa. Análisis y proyección de ingresos que permiten observar el impacto de las políticas que implementará la empresa a corto, medio o largo plazo y el punto de equilibrio que mide en diferentes unidades, cuando la empresa cubrirá sus gastos fijos y variables sin ganancia.

3.2.1 Fuentes y Usos

El instrumento financiero, estado de fuentes y usos, permite definir la organización financiera de la empresa y así determinar de qué forma se capitaliza la misma. Permitiendo reconocer a las empresas rentables y autofinanciadas y determinar la obtención de recursos, para el crecimiento de los activos. Las fuentes y usos se clasifican de la siguiente forma (Ramos A. M., 2012)

TABLA 13
CLASIFICACIÓN FUENTES Y USOS

Fuentes	Usos
<ul style="list-style-type: none"> •Utilidad •Depreciación •Aumento de capital •Aumento de los pasivos •Disminución de los activos 	<ul style="list-style-type: none"> •Aumento de los activos •Disminución de los pasivos •Pérdidas netas •Reparto de utilidades •Readquisición de acciones

Fuente: SENA Centro de Servicios Financieros
Elaborado por: Jéssica Proaño

La metodología usada para la elaboración y análisis de estado de fuentes y uso de fondos, parte del análisis de los estados financieros (balances generales), de la organización para determinar el movimiento que ha existido de un año a otro y según este movimiento se clasificará si es fuente o uso (Ramos A. M., 2012).

TABLA 14
CLASIFICACIÓN DE ACUERDO AL MOVIMIENTO

Rubro	Activo	Activo	Activo	Pasivo	Pasivo	Pasivo	Patrimonio	Patrimonio	Patrimonio
Movimiento	↑	↓	→	↑	↓	→	↑	↓	→
Tipo	Uso	Fuente	NA ⁵	Fuente	Uso	NA	Fuente	Uso	NA

Fuente: SENA Centro de Servicios Financieros
Elaborado por: Jéssica Proaño

⁵ NO APLICA

Una vez que se defina el total de fuentes y usos en términos monetarios, los cuales deben ser equivalentes en los dos lados, se debe examinar si son fuentes de financiación de corto o largo plazo y el mismo análisis se hará en los usos. Una vez se obtenga esta información, se procederá a analizar los resultados. La herramienta, permite proteger a la empresa de un uso inadecuado de recurso y previene de riesgos por falta de liquidez (Ramos A. M., 2012).

Se establece de acuerdo al movimiento del 2015 frente al 2016 si el rubro es fuente o uso. Una vez determinado el tipo, se comprueba que el valor es el mismo en ambos lados (Tabla 15), por lo que se puede continuar con el análisis.

TABLA 15
TOTAL FUENTES Y USOS INGENIO A.P

TIPO	Suma de 2016
FUENTE	\$ 126,723.95
USO	\$ 126,723.96

Fuente: Ingenio A.P
Elaborada por: Jéssica Proaño

La estructura de INGENIO respecto a fuentes y usos se establece en la siguiente tabla, la cual muestra que la empresa no ha realizado inversiones a largo plazo. Una de las razones principales del decrecimiento de activos, es la depreciación de los activos no corrientes. Por otro lado, los usos en patrimonio y pasivo se ven representados en las cuentas y sueldos a pagar. Esta estructura, nos permite demostrar que INGENIO es una empresa comercial que prioriza la inversión a corto plazo (Ramos A. M., 2012).

TABLA 16
CLASIFICACIÓN FUENTES Y USOS INGENIO A.P

INGENIO A.P	2015	2016	TIPO
ACTIVOS	\$ 187,143.75	\$ 126,723.95	FUENTE
PASIVO	\$ 115,394.90	\$ 94,022.65	USO
PATRIMONIO NETO	\$ 71,748.86	\$ 32,701.31	USO

Fuente: Ingenio A.P
Elaborado por: Jéssica Proaño

3.2.2 Análisis y proyección de ingresos

La proyección extrapola en el futuro las implicaciones presupuestarias de las políticas actuales y permite observar el impacto a corto, medio o largo plazo de la implementación de dichas políticas, o en el caso el proyecto, para determinar si es factible implementarlo dentro de una determinada empresa (Rovira, 2009).

Para realizar las proyecciones, existen diversos métodos, agrupados en técnicas cualitativas que se basan en la práctica y capacidad del ser humano para interpretar esquemas y las técnicas cuantitativas, que parten de la relación histórica entre el ingreso y determinados elementos que lo influyen, la cual se puede presentar de forma matemática empleando el método extrapolativo al usar valores históricos y el método causal, el cual asume el ingreso como comportamiento de una variable (Rovira, 2009).

La proyección que se presenta a continuación para establecer el precio de venta, utiliza la técnica cualitativa sobre los valores a los cuales se pueden vender los productos, confiando en el conocimiento de la empresa al conocer el mercado de forma detallada y el comportamiento de los ingresos y los factores económico-sociales, vinculados a estos como épocas de venta, preferencias del mercado, etc. Una vez determinado estos valores, la técnica cuantitativa con el método extrapolativo, que parte de datos históricos permite determinar los valores a futuros. De esta forma, se considera la proyección una herramienta útil y relevante para la toma de decisiones (Rovira, 2009).

Las ventas se proyectan de acuerdo al mercado, sus preferencias y la flexibilidad que existe en los cambios de la demanda. El método que se utiliza para la proyección de ventas, parte de los precios al consumidor en base a los conocimientos de la empresa, del mercado de los productos a importarse. Con estos precios, se establece un precio ponderado mencionado en los capítulos anteriores (Entrepreneur, 2017).

Por otro lado, se establece las unidades a venderse a través del margen diferencial expresado en porcentaje, que sería la ganancia neta de la empresa al implementar el proyecto, al igual que en la proyección de costos se aumenta un porcentaje año tras año, en este caso el 2% del PVP y de las unidades a

vender. Se debe considerar que la proyección de ingresos (ver anexo 3) la cual incluye la proyección de costos, no incluye las ventas de otras líneas de INGENIO aparte de las que se importarán de las diferentes líneas. Sin embargo, la línea textil al ser producida internamente no se importará y sus ventas al igual que las ventas de líneas como la PVC, que se compran a fabricantes ecuatorianos, no se consideran en la siguiente proyección. Ésto con el fin de verificar la rentabilidad del proyecto, en base a sus propios ingresos y sin la influencia o ganancia de ventas de los productos no importados. En especial porque dentro de la proyección de costos, se incluye los de importación, los cuales no deben ser asumidos por otras líneas (Entrepreneur, 2017).

La proyección financiera se establece a 10 años, el precio de venta que se utiliza es el ponderado. Este precio se incrementa de año a año y permite establecer cuantas unidades se deben vender, al igual que el costo por unidad vendida, calculado a través de la división entre costo total y unidades. El principal determinante de las unidades a vender, es el margen de rentabilidad que se espere obtener. Este margen se calcula al dividir el precio de venta para el costo de la unidad menos el costo de la unidad, dando como resultado la utilidad neta si se cumplen los objetivos de meta. Para el primer año se establecen las siguientes metas establecidas en la Tabla 17 (Rovira, 2009).

TABLA 17
META EN VENTAS

Venta anual	78,000.00
Ventas mensuales	6,500.00
Venta diaria	295

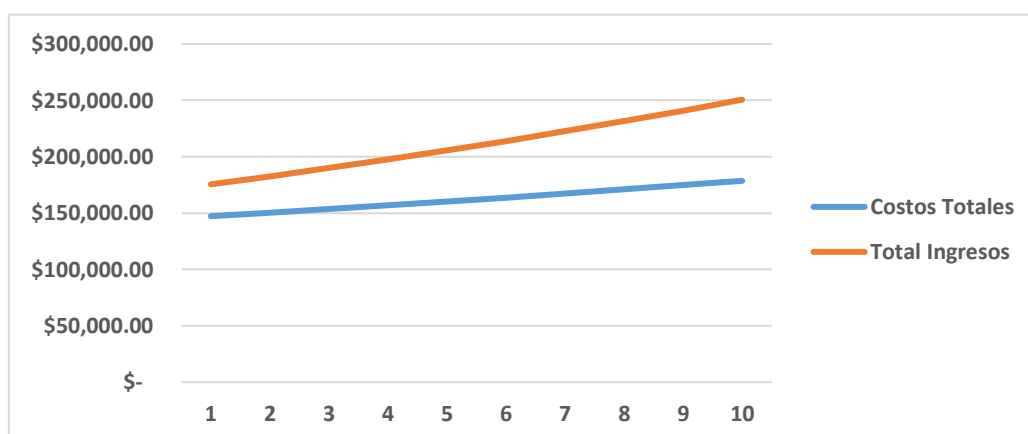
Fuente: Proyección de costos del trabajo
Elaborado por: Jéssica Proaño

Si bien se establece una meta de 295 unidades diarias, en el caso de INGENIO es más real usar la venta mensual de 6.500 unidades al realizar despachos mensuales, de acuerdo a los pedidos y de esta forma se puede medir, como un indicador de la rentabilidad de la empresa. No obstante, se debe considerar que algunos meses son más rentables que otros, al ser estacionales como marzo día de la Madre, diciembre debido a Navidad, etc. Por este motivo, también se debe considerar la venta anual como un indicador y usar la venta mensual como una alerta, para que la empresa pueda determinar, si es el caso un plan de acción y así llegar al objetivo anual. Entonces la proyección se usa

para la gestión y planificación del negocio, al fijar objetivos y permitir monitorizar el cumplimiento de los mismos (Entrepreneur, 2017).

El margen de rentabilidad promedio se expresa en porcentaje, el mismo que va creciendo año a año y duplica su número del año 1 al año 10. Si bien el costo incrementa en un 3% y las unidades de venta al igual que el precio en un 2%, la depreciación se mantiene continua, lo que permite que el margen crezca. En promedio la ganancia después de implementar el proyecto, durante los 10 años es de 29.6%. Como se puede observar en el siguiente gráfico, ambas variables tienen una tendencia creciente, pero los ingresos siempre se mantienen sobre los costos totales y la brecha a medida que pasa el tiempo se incrementa (Rovira, 2009).

GRÁFICO 4
COSTOS vs. INGRESOS

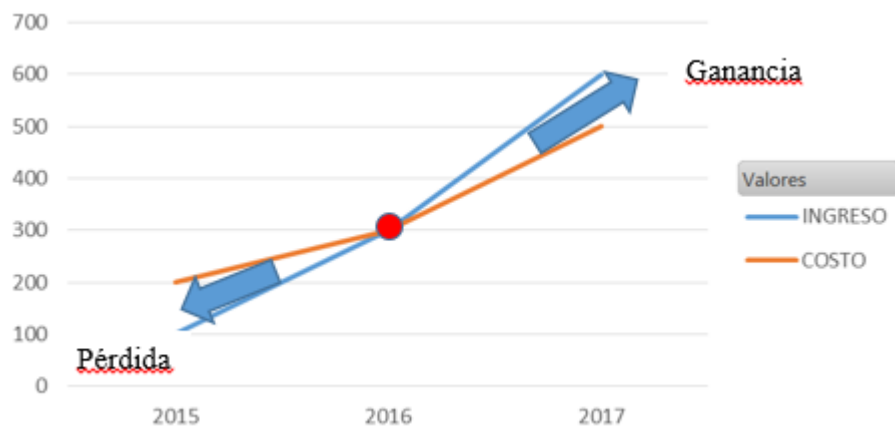


Fuente: Proyección de ingresos del trabajo
Elaborado por: Jéssica Proaño

3.2.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio, indica la cantidad de ingresos necesarios para cubrir los gastos sin ninguna ganancia. Como se puede observar en el siguiente gráfico, es el punto muerto donde la empresa paga costes (fijos y variables) con beneficio cero y por debajo de este punto, la empresa incurriría en pérdidas y por encima en beneficios. Basándose en la correlación existente entre ingresos y costos totales (Vélez & Dávila).

GRÁFICO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Universidad Javeriana
Elaborado por: Jéssica Proaño

La estructura de los costes, depende del negocio y se debe analizar que clasificación corresponde a cada rubro. Esto es fundamental, para la toma de decisiones y por la relación e impacto directo que tiene sobre el negocio y sus resultados. Los costes variables, dependen del nivel de actividad de la empresa. En el caso de INGENIO, se definen como costos variables, reparación y mantenimiento por:

1. La incertidumbre existente en el funcionamiento de una máquina (así se le dé cuidado constante, este gasto no podrá ser controlado).
2. La materia prima, la cual depende de la cantidad de bolsos que se soliciten, al igual que de su tamaño y características particulares.
3. La mano de obra directa, porque algunas producciones pueden solicitar horas extras por parte del personal de producción.
4. Los suministros de oficina, los cuales dependerán de las necesidades de la empresa (Vélez & Dávila).

TABLA 18
COSTOS VARIABLES

Costos Variables	\$ 29,186.68
Reparación y mantenimiento	\$ 403.22
Materia Prima inventario	\$ 13,440.60
Mano de obra directa	\$ 12,600.00
Suministros de oficina	\$ 2,742.86

Fuente: Ingenio A.P
Elaborado por: Jéssica Proaño

Los costos fijos, son los que sostienen la estructura operativa de la empresa. Aquellos gastos constantes sin verse afectados por la producción, son en base al tiempo y no a ventas. Dentro de estos costes, INGENIO identifica la depreciación y amortización por ser un cálculo lineal. Los seguros y los gastos administrativos, dentro del cual está el sueldo del personal administrativo, así como los gastos de arriendo, que se encuentran determinados por un contrato (Entrepreneur, 2017).

TABLA 19
COSTOS FIJOS

Costos Fijos	\$ 118,074.75
Depreciación y amortización	\$ 44,407.86
Seguros	\$ 1,138.17
Gastos Administrativos	\$ 72,528.72

Fuente: Ingenio A.P
Elaborado por: Jéssica Proaño

El punto de equilibrio, puede expresarse en diferentes unidades de medidas. Existe el punto de equilibrio, que nos permite determinar cuántas unidades se deben vender para cubrir dichos gastos. Como se puede ver en el gráfico siguiente, INGENIO debería vender 262 unidades diarias, para así cubrir este costo. En relación a las unidades que debe vender para alcanzar su rentabilidad, el punto de equilibrio sería 15054 unidades menos (Enciclopedia Multimedia Virtual Interactiva, 2015).

IMAGEN 11
PUNTO DE EQUILIBRIO EN PORCENTAJE

$$PE = \frac{CF}{n * (p - v)} * 100$$

PE

67%

Fuente: Ingenio A.P, Bryan Salazar
Elaborado por: Jéssica Proaño

3.3 Indicadores financieros y económicos

El presente subcapítulo, busca apoyar la decisión de la empresa, basándose en indicadores financieros, que evalúen el proyecto a consolidar la información de la investigación. Por ésto, el primer apartado es indicadores VAN, TIR, periodo de recuperación de capital, estando el segundo apartado de criterios ecológicos utilizados, para la producción ecológica y sustentable. En el último apartado, se trata de criterios económicos que analizan el impacto en la sociedad al implementar dicho proyecto.

3.3.1 Indicadores VAN, TIR, periodo de recuperación de capital

Los indicadores financieros, permiten realizar la evaluación de un proyecto, a fin de consolidar todas las averiguaciones previas acerca del mismo, (proyección de ventas, inversión necesaria, gastos operativos, costes) y determinar así la rentabilidad y el valor que agregará a la inversión inicial (Mateos, 2017).

Al determinar el monto de inversión inicial y de los flujos de fondos netos (ingresos y egresos) de cada período, en los que se divide este proyecto en 10 años. Se parte del año 0, en donde se registra la inversión inicial y en los siguientes los ingresos y egresos, que se generarán por la operación normal del proyecto (Gallerano, 2015).

Después de generar la matriz, se calculan los indicadores financieros que permiten evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión, a fin de tomar la decisión final: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y Período de Recuperación del capital (PR/C) (Mateos, 2017).

El VAN, mide los flujos de los futuros ingresos y egresos del proyecto y así determina si al descontar la inversión inicial queda ganancia. Si este

resultado es positivo, el proyecto es viable y se conoce como la diferencia del dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte (Gallerano, 2015).

Si el resultado de este indicador es:

- Mayor a 0, indica la viabilidad del proyecto
- Igual a 0, sería indiferente, porque rinde igual a la tasa de costo de oportunidad
- Menor a 0, el proyecto no es rentable.

La principal ventaja de este indicador, es homogenizar los flujos de caja netos. INGENIO presenta un VAN de \$ 644.740,44, que indica la rentabilidad del proyecto, al generar una utilidad neta de \$ 473.142,06 durante los 10 años, con una inversión de \$ 147.261,43 y con un ingreso promedio de \$202.979,27 y un costo promedio de \$ 147.315,49 (Gestiopolis, 2015).

El TIR es la máxima tasa de descuento (TD) de un proyecto de inversión para que este sea rentable. Una mayor tasa, ocasionaría que el Beneficio Neto Actualizado (BNA) sea menor que la inversión, resultando un VAN = 0. Para el cálculo de este indicador, se utiliza la siguiente formula: (Gallerano, 2015).

IMAGEN 12 FÓRMULA TIR

$$TIR = tm + (TM - tm) * \frac{VPN_m}{VPN_m - VPN_{TM}}$$

Fuente: Gallerano
Elaborado por: Jéssica Proaño

Los resultados del TIR al ser mayores que la tasa de promedio ponderado del proyecto, indican la factibilidad de implementarlo. Si es menor, no se realiza y si es igual es indiferente. En el caso de INGENIO, la tasa de promedio ponderada es de 3.08%, la del TIR del proyecto es de 29.07%, 26 puntos mayor a la ponderada, lo que indica la viabilidad de este (Mateos, 2017).

TABLA 20
TASA DE PROMEDIO PONDERADA

TASA DE PROMEDIO PONDERADA			
TIPO	PESO	INTERÉS	
Deuda	0.0	0.11	0.00
Capital propio	1.0	0.03	0.03
PROMEDIO PONDERADO:		3.08%	

Fuente: Ingenio A.P, Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Jéssica Proaño

El indicador del periodo de recuperación de la inversión, determina el tiempo en el que el inversionista recupera su inversión inicial. Esta inversión para el proyecto, calcula los costos ya presentes en la empresa, no sólo la implementación de los procesos de importación. Si el tiempo de recuperación del capital es menor al tiempo estimado de proyección se invierte, caso contrario no se invierte. En el caso de INGENIO, se recupera el capital en 3 años 5 meses 8 días y después de este periodo es la ganancia del proyecto (Mateos, 2017).

La siguiente tabla, presenta el resumen de los indicadores para el proyecto y las decisiones que se toman en base a los criterios antes expuestos por cada indicador

TABLA 21
RESUMEN DE INDICADORES

RESUMEN DE INDICADORES			
Renta Simple =Prom Util. / Invers. Neta			
R.S. =	3.21		
V.A.N. =	644,740		
T.I.R. =	29.07%		
P.R.C.A.=	100/ TIR	3.440	años
	3	5	8
AÑOS	MESES	DIAS	

Fuente: Análisis financiero del trabajo
Elaborado por: Jéssica Proaño

TABLA 22
DECISIONES

DECISIONES	
VAN=	INVIERTO
TIR=	INVIERTO
Pr/c=	INVIERTO

Fuente: Análisis financiero del trabajo
Elaborado por: Jéssica Proaño

3.3.2 Criterios ecológicos

La política ambiental, es lograr una producción ecológica y sustentable de forma económica, a fin de conservar los ecosistemas y la diversidad biológica, sin descuidar la capacidad de producir bienes y servicios para las actuales y futuras generaciones. Se busca el equilibrio entre el medio ambiente, la sociedad y la economía (Fuente, 2016).

Referente a residuos industriales e individuales, sean sólidos o líquidos, Quito genera 1 millón de kilogramos de residuo al día, de los cuales se recolecta el 85%. En esta generación de residuos, no están considerados la generación de los impactos indirectos a través de la demanda de insumos, materias primas, materias auxiliares, agua y energía, poniendo particular atención en los recursos naturales no renovables (Fuente, 2016).

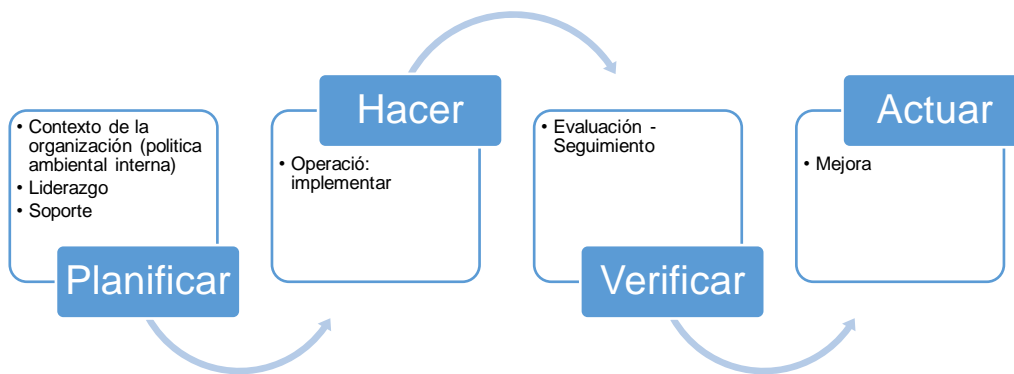
La norma ISO 14001, es un marco internacional con el que las organizaciones pueden proteger el medio ambiente, como parte de sus prácticas en sus negocios habituales y respondiendo a las condiciones ambientales cambiantes, a fin de mantener el equilibrio con las necesidades socioeconómicas, diseñadas para cualquier tipo de empresa y sin considerar tamaño, sector y ubicación geográfica. El modelo de esta norma, permite establecer un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), a fin de que la empresa lo instaure a través de un enfoque sistémico (International Standardization Organization, 2015).

El Sistema de Gestión Ambiental (SGA), permitirá cumplir con las leyes ambientales aplicables a través de una guía, para que la dirección de INGENIO sea capaz de abordar la integración de las mismas, dentro de la estrategia de negocios y la toma de decisiones. La aplicación de la norma ISO 14001, es

diferente en cada empresa, aún si estas tienen el mismo giro de negocio, al depender del contexto de la organización (International Standardization Organization, 2015).

Con el fin de aplicar el SGA, se debe usar el modelo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar). Proceso para conseguir la mejora continua:

IMAGEN 13
PHVA INGENIO



Fuente: ISO
Elaborado por: Jéssica Proaño

El gobierno ecuatoriano a través del Ministerio del Medio Ambiente, reconoce que dentro de los principales problemas ambientales del país se encuentra la generación y manejo deficiente de desechos, incluidos los tóxicos y peligroso e indica:

La sociedad ecuatoriana deberá observar permanentemente el concepto de minimizar los riesgos e impactos negativos ambientales mientras se mantienen las oportunidades sociales y económicas del desarrollo sustentable (Ministerio del Ambiente, 2002).

Por otra parte, reconoce que todas las actividades económicas productivas, pueden degradar el medio ambiente. Pero resalta actividades que demandan mayor atención, al causar un daño directo en el medio ambiente. Sin embargo, en base a la afirmación expuesta, INGENIO debe generar un manejo de desechos, en particular respecto a sobrantes de tela que no pueden ser reutilizados y cartones en los que recibe las mercancías (Ministerio del Ambiente, 2002).

INGENIO, genera diferentes tipos de residuos: los ordinarios compuestos por restos de comidas, hilos, servilletas, etc. Reciclables, dentro del cual tenemos cartones y telas, siendo la mayor parte de estos residuos generados en el taller de la línea textil y al momento de recibir mercadería por parte de los proveedores. La empresa al momento del periodo de investigación, recicla los cartones embodegándolos hasta trasladarlos a un lugar de reciclaje. De hecho, ésto genera un ingreso extra, el cual alimenta la caja chica, al tratarse de material que se puede vender. Sin embargo, no tiene un sistema de recolección de los sobrantes de tela, los cuales son despachados como basura común (Díaz, 2017) (Salazar, 2016).

Se estima que, de los residuos generados en el mundo, 5% son textiles, de los cuales 90% reciclables y sin embargo 85% de éstos van a la basura común. Una de las opciones de reciclaje para el desperdicio de tela es el “*upcycling*”, concepto para reusar lo viejo y hacer algo nuevo con valor agregado. La empresa, puede donar sobrantes de tela a lugares que se dediquen a este tipo de prácticas. Se debe destacar que en el Ecuador dichas prácticas no se encuentran adoptadas por el momento, pero existen empresas como Amigui que se dedican a compra y venta de ropa usada, lo cual puede ser una opción para donar este material o incluso, si la demanda lo permite, se podría adoptar el concepto de “*upcycling*” dentro de la empresa, para rediseñar cosmetiqueras con al menos un 50% del material sobrante (Salazar, 2016).

3.3.3 Criterios económicos

Ecuador está entre uno de los países en relación a América Latina, que tiene menos impuestos. En el país existe un promedio de ocho, para las pequeñas y medianas empresas, frente a Bolivia con cuarenta y dos, Venezuela con setenta y Colombia con doce (El Tiempo, 2016).

El estudio realizado por el Banco Mundial y PWC, indica que el total de impuestos de Ecuador alcanza el 32,5%, del cual el 16,3% corresponde al de utilidades y el 13,7% a laborales. Este porcentaje, ubica al país entre los más bajos en el mundo, por ejemplo, en Bélgica es 58,7%, en Estados Unidos es 44%. De igual forma, el impuesto al valor agregado del 12%, se encuentra dentro de los porcentajes más bajos, comparados con el IVA de Colombia 16%, Uruguay 22% (Andes, 2016).

Dentro de este contexto, INGENIO paga ocho impuestos al gobierno ecuatoriano. Entre ellos encontramos el del valor agregado, los aportes al IESS y los municipales. El pagar impuestos, de acuerdo a la representante del Banco Mundial, Nadia Novick, es fundamental y trascendental para la capacidad de los gobiernos, al receptor una renta apropiada, con la cual puedan desempeñar sus funciones (ANDES, 2016).

Con la implementación del proyecto, INGENIO tendrá que contribuir al país no solo con los impuestos para las empresas, sino también con los impuestos al comercio exterior, los cuales como se manifestó en capítulos anteriores pueden llegar a ser del 30% por impuesto ad valorem y del 0.5% para el FODINFA. Incrementando así el IVA, al incrementar las compras (SENAE, 2017).

La empresa, debe planificar el uso de recursos hasta poseer la capacidad de implementar un departamento, con un propósito determinado, por lo cual no estará en capacidad de generar plazas de empleo en corto plazo, pero podrá generar al menos un empleo directo dentro de los 10 primeros años de implementación. Por otro lado, debido a los factores externos para importación, la empresa estará en condiciones de crear empleos indirectos, al contratar agente aduanero por servicios y no como empleado fijo de empresa. Además, generará ingreso a las empresas transportistas, cuya estructura determinará si estarán en capacidades de crear o no empleos (Andes, 2016).

Además, se debe considerar que, si bien se importan bienes manufacturados y no materia prima, la empresa buscará incursionar dentro de la inversión con proyectos pequeños, para luego poder ser generadora de industria a través de importación de maquinaria para manufactura, como impresión de esferos o estampados de telas que generarían empleos directo. Pero INGENIO, no podrá dedicarse a producción de productos específicos, ya que debería cambiar tanto sus clientes que exigen variedad de productos, como su estructura en ventas. Esto de acuerdo a la teoría del ciclo de vida del producto, se origina porque los países del Norte tienen capacidad tecnológica de producir, por lo que son los primeros en elaborar y exportar, trasladándose luego a países del sur (Díaz, 2017) (Vernon, 1996).

En este capítulo, se estudió los componentes de ventas de la empresa y costos para implementar este proyecto, con el cual se analiza en base a indicadores financieros si la inversión resultará rentable y el tiempo en el que se recuperará la misma. También se considera los componentes ecológicos y socio-económicos que le permitirán cumplir con el objetivo particular que es: analizar la estructura financiera de la importación de artículos promocionales.

VI. ANÁLISIS

La investigación, tiene como objetivo general realizar el estudio de mercado, para que la empresa INGENIO A.P a través de la matriz de selección de mercado pueda implementar la importación de artículos promocionales, objetivo que se cumple a través del siguiente análisis.

El trabajo de titulación, considera las políticas ecuatorianas las cuales en el 2015 presentaron una tendencia proteccionista, con el objetivo de cambiar la matriz productiva. De acuerdo al modelo Heckscher-Ohlin no deben ser implementadas, ya que el comercio internacional permite exportar el bien de acuerdo al factor abundante que genera una ventaja competitiva, frente a otros mercados. Sin embargo, Ecuador no se ve beneficiado por este balance, al poseer como factor abundante los recursos naturales, permitiéndole exportar artículos primarios sin valor agregado.

Por otro lado, se debe considerar que los países ahora industrializados, implementaron políticas proteccionistas en algún momento de su historia, por ejemplo, Estados Unidos con el arancel Smoot-Hawley aplicado en los años posteriores a la Gran Depresión de 1929. Sin embargo, el proteccionismo en Ecuador, no tuvo un efecto industrializador, si bien redujo las importaciones, no estuvo en capacidad de sustituirlas por producción, debido a la falta de maquinaria para esta transición.

Se comparan dos potencias mundiales, las cuales por su capacidad productora pueden influenciar en el comportamiento del comercio. Estos países tienen capacidades técnicas similares y ninguno cuenta con una especialización determinada, pero su factor abundante es distinto. En el caso de Estados Unidos, el capital permite el crecimiento y la comercialización de sus productos y por otra parte, China tiene la mano de obra como factor abundante, lo que le permite reducir sus costos de producción.

De acuerdo a la teoría de Herscher-Ohlin, el comercio internacional generará una paridad en los costos de producción y si bien la brecha salarial entre trabajadores estadounidenses y chinos presenta una creciente reducción. Esta igualdad no se ve reflejada en la realidad, ya que el costo, sea al por mayor o menor, tiene diferencias que favorecen la producción China.

Por otro lado, se debe considerar el accionar de los organismos internacionales, que establecen normas para la convivencia entre países. Dentro del contexto de la investigación, se observa a la OMC. Esta organización es promotora del libre comercio, atribuyéndole a la misma el crecimiento de los países industrializados, después de la Segunda Guerra Mundial, sin considerar capacidades técnicas que tenían estos países en años anteriores de la implementación del libre comercio.

La OMC, solicita que la mercancía que entra al país sea tratada como mercancía producida al interior del mismo, sin considerar que las multinacionales ingresan a competir con PYMES y las cuales no tienen los recursos para competir en costos internacionales, aún si estos pagan impuestos al ingreso. Por esto, INGENIO presenta una reducción de sus ventas, al observar que la competencia oferta productos similares de calidad y con precios difíciles de igualar, Lo que le demanda para poder crecer, la importación de productos prefabricados. Sin embargo, la empresa mantiene una visión a futuro, en la cual busca agregar valor a la producción nacional, que se implementará con la importación de maquinaria.

Las organizaciones internacionales, a pesar de verse controladas por intereses de las potencias mundiales y como consecuencia solo reflejan el interés de algunos países y las mismas en capacidad en el ámbito comercial de establecer estándares internacionales y una eficiencia en los mercados que facilitan la comercialización de los productos.

Un ejemplo de lo expuesto con anterioridad es el uso de incoterms, que son conocidos a nivel mundial y facilitan el entendimiento de condiciones y responsabilidades entre las partes y que de igual forma les permite elegir el incoterm que les conviene según sus expectativas y capacidades.

El análisis financiero de la empresa, permite decidir la factibilidad de la importación con una proyección financiera de 10 años. INGENIO A.P, presenta una estructura de una PYME tradicional, donde sus inversiones son a corto plazo y la importación de los productos constituirían el primer proyecto a largo plazo para la empresa. Los datos históricos, nos muestran los costos en los que la empresa incurre y a estos se adicionará los de importación. Es por esto, que en una primera impresión, la inversión inicial es alta para comenzar el negocio, pero

en realidad la empresa sólo estará invirtiendo en los costos de importación que se añadirían a los costos que la misma cubre.

Además, la proyección de ingresos, la cual cubre todos los costos de funcionamiento se calcula en base a los productos a importar y no con las otras líneas de venta de la empresa, por lo que, si se toma en cuenta las ventas históricas de estas líneas, la utilidad podría ser mayor a la presentada en dicha proyección.

Los productos ofertados por INGENIO A.P, de acuerdo a la teoría del ciclo de vida, al ingresar al país estarían en etapa de introducción. Al conocer el mercado, se contará con una demanda inmediata, que permitirá que el producto crezca y una vez satisfecha dicha demanda, el producto entrará en la etapa de madurez, para su posterior declive dentro del mercado y cuando entren sustitutos con precios más bajos.

Dentro de esta premisa, los productos importados por INGENIO A.P tendrán un ciclo de vida corto, al responder a las demandas de empresas multinacionales y con un corto periodo de tiempo de forma estacionaria. Sin embargo, lo que le permite continuar a INGENIO en el mercado, es la variedad de productos, mientras uno ingresa a la etapa de declive, la misma empresa ingresa al mercado sustitutos con un precio menor o características diferentes. Es por esto, que la vida del producto no afecta a la empresa, mientras ésta tenga una constante actualización de inventarios.

VII. CONCLUSIONES

La hipótesis del trabajo de titulación: el estudio de mercado para la empresa INGENIO A.P que se realizaría en el mercado internacional, permitiría optimizar costos y procesos de importación de artículos promocionales. Se cumple esta hipótesis, al establecer un proceso para la importación, mediante la selección del mercado. Además, de verificar a través de las proyecciones establecidas la factibilidad del proyecto, esto se justificará en las siguientes conclusiones:

- Las políticas proteccionistas fueron desmanteladas, y estuvieron vigentes solo por un año, sin tener un efecto positivo, porque a pesar de reducir las importaciones no se generó una industria naciente en el país.
- China y Estados Unidos, son la primera y segunda potencia productora de artículos de manufactura en el mundo, lo que le permite a la empresa comercializar con productores directos y no con intermediarios.
- China, debido a su mano de obra permite importar productos con costos menores, aún después de pagar los impuestos aduaneros correspondientes. Esto se debe a la inexistencia de productores dentro del país. Sin embargo, su ventaja competitiva decrece en el período de investigación y frente a otros mercados asiáticos
- Los productos externos son tratados al igual que la producción nacional, lo que reduce la competitividad de las PYMES y si estas son incapaces de industrializarse.
- La OMC establece reglamentos que facilitan el entendimiento entre exportador e importador.
- La inversión para implementar la importación, se recupera en un periodo de 3 años 5 meses, siendo el tiempo restante (aproximadamente 6 años) de ganancia para la empresa, que le permitirá obtener un VAN positivo de \$644.740,44

- INGENIO, tiene diferentes líneas de productos, por lo cual importaría una diversidad de artículos y su conocimiento sobre el mercado le permitirá escoger productos fáciles de comercializar y que no se encontrarán en un inventario por un periodo mayor a 6 meses.

VIII. RECOMENDACIONES

En base a la investigación realizada, se establecen las siguientes recomendaciones, para garantizar la continuidad del proyecto y que éste genere valor agregado a los clientes de la empresa.

- Observar los cambios en las políticas comerciales del país y así mantener las políticas empresariales alineadas.
- Realizar un estudio de factibilidad, para importar maquinaria que permita producir o agregar valor a los artículos promocionales.
- Efectuar una clasificación de proveedores, de acuerdo a los estándares establecidos por la empresa y así determinar con los que a futuro les convendría realizar negocios.
- Explorar otros mercados a parte de los analizados en la presente investigación, para adquirir mayor diversidad de productos y precios.
- Controlar los precios ofrecidos semestralmente, frente a los de la competencia, para importar productos competitivos a nivel nacional.
- Verificar que los proveedores realicen la negociación bajo los términos internacionales, para desarrollar buena relación y agilizar los negocios.
- Reutilizar las ganancias generadas por el proyecto, para realizar nuevas importaciones e incrementar activos empresariales, a través de maquinaria y facilitadores de venta.
- Salvaguardar los conocimientos sobre el mercado y mantener estos actualizados a los cambios en las preferencias del cliente.
- Ecuador deberá abastecer su capacidad tecnológica productiva y así ser capaz de generar producción nacional.

LISTA DE REFERENCIAS

- Agencie EFE. (Enero de 2017). *El espectador*. Obtenido de <http://www.elespectador.com/noticias/economia/omc-proteccionismo-tendra-consecuencias-negativas-todo-articulo-677484>
- Amadeo, K. (Noviembre de 2016). *The Balance*. Obtenido de <https://www.thebalance.com/multilateral-trade-agreements-pros-cons-and-examples-3305949>
- Amadeo, K. (Junio de 2017). *The Balance*. Obtenido de <https://www.thebalance.com/china-economy-facts-effect-on-us-economy-3306345>
- Andes. (2014). *Andes*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/sustitucion-importaciones-ecuador-impulsara-produccion-industrial-nacional-asegura-rafael>
- Andes. (Noviembre de 2016). *Andes*. Obtenido de <https://www.andes.info.ec/es/noticias/economia/1/53615/ecuador-tiene-menos-impuestos-promedio-america-latina-mundo-segun-banco-mundial-pwc>
- ANDES. (Julio de 2016). *ANDES*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/salvaguardias-adoptadas-gobierno-ecuadoriano-beneficiaron-sector-calzado.html>
- Andes. (19 de Mayo de 2017). *Andes*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/en/news/china-will-maintain-and-strengthen-cooperation-ecuador-during-lenin-morenos-administration.html>
- Aspiazu, R. (Marzo de 2015). Aplicación de las salvaguardias. *Telerama*. (J. Segarra, Entrevistador) Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=RDAh1-6Svv8>
- Ballantyne, J. (Febrero de 2016). *Quora*. Obtenido de <https://www.quora.com/What-are-the-main-advantages-and-disadvantages-of-multilateral-free-trade-agreements>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Febrero de 2018). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Barrera, M. (2001). “*Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado Internacional*”. Montevideo: CAPEIPI.
- Billock, J. (Abril de 2017). *Asicentral*. Obtenido de <https://www.asicentral.com/news/web-exclusive/april-2017/the-future-of-manufacturing-in-the-promo-industry/>
- Bureau of Western Hemisphere Affairs . (Agosto de 2016). *U.S Department of State*. Obtenido de <https://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/35761.htm>
- Calero, J. (2013). *Ecuador*. Obtenido de http://www.ecuadoracolors.com/ed2013_ago/pages/nac07.html
- Camara de Comercio Ecuatoriano-China. (2016). *Camara de Comercio Ecuatoriano-China*. Obtenido de <http://camarachina.ec/preguntas-frecuentes/>
- Carolina Enriquez. (2014). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/900convenios-sustituir-importaciones-ecuador.html>
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2000). *Universidad Nacional del Mar del Plata*. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1831/1/logistica_empresarial.pdf
- Center for Global Development. (2003). *CGD*. Obtenido de https://www.cgdev.org/sites/default/files/2853_file_GLOBAL_TRADE_DEV1_0.pdf

- CEPAL. (2013). *Plataforma de Seguridad Alimentaria y Nutricional*. Obtenido de <http://plataformacelac.org/politica/4>
- CNBC. (16 de Mayo de 2017). *CNBC*. Obtenido de <http://www.cnbc.com/2017/05/16/us-industrial-production-april-2017.html>
- CNN. (Abril de 2017). *Expansión*. Obtenido de <http://expansion.mx/economia/2017/04/10/el-fmi-la-omc-y-la-ocde-se-unen-contra-el-proteccionismo>
- Collinson, S. (4 de Julio de 2017). *CNN*. Obtenido de <http://edition.cnn.com/2017/07/04/politics/world-looks-past-donald-trump/index.html>
- COMEX. (Marzo de 2015). *COMEX*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Resoluci%C3%B3n-011-2015.pdf>
- COMEX. (2016). *COMEX*. Obtenido de <http://www.barrerascomerciales.es/Documentos%20Pases/Resolucion%20COMEX%20.%20pr%C3%B3rroga%20salvaguardias%20abril%202016.pdf>
- Comité de Comercio Exterior. (1 de Febrero de 2017). *Resolución 001-2017*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones: <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/02/Resolucio%CC%81n-001-2017.pdf>
- Comunidad de Madrid. (Noviembre de 2017). *Comunidad de Madrid*. Obtenido de http://www.madrid.org/cs/StaticFiles/Emprendedores/Analisis_Riesgos/pages/pdf/proyecciones_financieras_es.pdf
- Congreso Nacional. (9 de Junio de 1997). *Universidad Simon Bolivar*. Obtenido de http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/LEY_DE_COMERCIO_EXTERIOR_E_INVERSIONES_LEXIS.pdf
- Correa, R. (30 de Enero de 2017). "España y Ecuador dan ejemplo de cómo tratar a extranjeros". (A. EFE, Entrevistador) Obtenido de <http://elcomercio.pe/mundo/actualidad/espana-ecuador-dan-ejemplo-tratar-extranjeros-233406>
- Cortés, S. B. (14 de Junio de 2013). *Forbes*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/que-uso-tiene-y-como-se-calcula-el-coste-de-capital-promedio-ponderado/>
- Datos Macro. (2016). *Datos Macro*. Obtenido de <https://www.datosmacro.com/smi/usa>
- David. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*. Mexico: Pearson.
- Díaz, P. (21 de Julio de 2017). *Ingenio*. (J. Proaño, Entrevistador)
- Diego Sánchez de la Cruz. (Marzo de 2015). *LibreMercado*. Obtenido de <http://www.libremercado.com/2015-03-15/ecuador-dispara-un-45-los-aranceles-a-los-productos-de-primera-necesidad-1276542887/>
- Dinero. (Julio de 2015). *Dinero*. Obtenido de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pais/articulo/analisis-economia-ecuador-2015/212452>
- Economia48. (2009). *Economia48*. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/proteccionismo/proteccionismo.htm>
- Economipedia. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/proteccionismo.html>
- Ecuavisa. (2014). *Ecuavisa*. Obtenido de http://www.ecuadorenvivo.com/economia/85-sp-651/10050-al-sector-importador-se-le-ha-puesto-una-pistola-en-la-cabeza-para-bajar-importaciones-segun-penaherrera.html#.WWrhV4g1_IV
- Ekos. (2012). *Revista Ekos*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1229>

- El Comercio. (Enero de 2015). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/resolucion-116-estrategica-cambiar-matriz.html>
- El Productor. (Mayo de 2017). *El Productor*. Obtenido de <https://elproductor.com/2017/05/03/ecuador-la-importacion-desde-junio-va-por-recuperar-las-compras/>
- El Telegrafo. (10 de julio de 2012). *El Telegrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/1/auspicio-de-la-usaid-violaria-el-articulo-405-de-constitucion>
- El Telégrafo. (2014). *El telégrafo*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/1/sustitucion-y-restriccion-de-importaciones>
- El Telegrafo. (Octubre de 2015). *El Telegrafo*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-aplicacion-de-las-salvaguardias-redujo-en-cerca-de-3-000-millones-las-importaciones-en-8-meses>
- El Tiempo. (Noviembre de 2016). *El Tiempo*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/402978/ecuador-tiene-menos-impuestos-que-el-promedio-de-america-latina-y-el-mundo-segun-banco-mundial-y-pwc>
- El Universo. (Febrero de 2014). *El Universo*. Recuperado el Junio de 2017, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/02/01/nota/2120246/ecuador-preve-sustituir-6000-millones-importaciones-hasta-2017>
- El Universo. (Abril de 2017). *El Universo*. Recuperado el Junio de 2017, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/04/01/nota/6118328/hoy-arranca-plan-eliminar-salvaguardias>
- Enciclopedia Multimedia Virtual Interactiva. (2015). *Emvi*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/1a.htm>
- Entrepreneur. (30 de Noviembre de 2017). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/263582>
- Evan, R. (2008). *Observatorio Virtual Asia Pacífico*. Obtenido de http://asiapacifico.utadeo.edu.co/wp-content/files/impacto_china_ecuador.pdf
- Ew world economy team. (2 de Junio de 2013). *Economy Watch*. Obtenido de http://www.economywatch.com/world_economy/usa
- Expreso. (Abril de 2017). *Expreso Ecuador*. Obtenido de <http://www.expreso.ec/economia/economia-ecuador-proteccionismo-fmi-guerracomercial-BY1256443>
- FIONDA, S. R. (Enero de 2014). *Panampost*. Obtenido de <https://es.panampost.com/sofia-ramirez-fionda/2014/01/13/proteger-el-proteccionismo-la-estrategia-de-ecuador/>
- FMI. (Abril de 2000). *FMI*. Obtenido de <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm>
- Fuente, H. D. (2016). *CEPAL*. Obtenido de <https://www.cepal.org/publicaciones/xml/6/4496/duran.htm>
- Gallerano, M. V. (25 de Enero de 2015). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/indicadores-financieros-para-la-evaluacion-de-proyectos-de-inversion/>
- Garzón, N., Kulfas, M., Palacios, J. C., & Tamayo, D. (2016). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/SECTOR%20MANUFACTURERO.pdf>

- Gestiopolis. (Enero de 2015). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/indicadores-financieros-para-la-evaluacion-de-proyectos-de-inversion/>
- Glass, J., Alvarado, V., León, S., & Parra, J. C. (2016). *Ministerio de Industrias y Productividad*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/01/politicaIndustrialweb-16-dic-16-baja.pdf>
- Global Security. (2016). *Global Security*. Obtenido de <http://www.globalsecurity.org/military/world/ecuador/forrel-prc.htm>
- Gómez Bernal, J. A. (2016). *Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/14498/1/GomezBernalJorgeAlexander2016.pdf>
- Gonzales Burgos, E. J. (2015). *Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Obtenido de [file:///C:/Users/Jessica%20Proa%C3%B1o/Downloads/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-81%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Jessica%20Proa%C3%B1o/Downloads/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-81%20(1).pdf)
- Grupo Banco Mundial. (Agosto de 2016). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/>
- Iaste. (2015). *Economy*. Obtenido de <http://www2.econ.iastate.edu/classes/econ355/choi/ho.htm>
- Ibáñez Martínez, L. M. (Febrero de 2016). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/gestion-procesos-mejoramiento-la-logistica-empresarial/>
- Icontainers. (17 de Mayo de 2017). *iContainer*. Obtenido de <https://www.icontainers.com/es/2017/05/17/top-10-puertos-estados-unidos/>
- Illingworth, R. (15 de Enero de 2014). Ecuador desempolva un modelo de los 70. (Expreso, Entrevistador)
- International Standardization Organization. (2015). *International Standardization Organization*. Obtenido de <http://www.nueva-iso-14001.com/pdfs/FDIS-14001.pdf>
- International Trade Centre. (Enero de 2017). *Trade Map*. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=1|218|||96||2|1|1|1|1|2|1|1
- Irwin, N. (Julio de 2017). *New York Times*. Obtenido de https://www.nytimes.com/2017/07/04/upshot/confidence-boomed-after-the-election-the-economy-hasnt.html?rref=collection%2Ftimestopic%2FUnited%20States%20Economy&action=click&contentCollection=timestopics®ion=stream&module=stream_unit&version=latest&conte
- Itamaraty. (2017). *Itamaraty*. Obtenido de <http://www.itamaraty.gov.br/es/politica-externa/diplomacia-economica-comercial-e-financeira/6473-las-reglas-del-sistema-multilateral-de-comercio>
- Jr., M. D. (2011). *IPP DIGITAL*. Obtenido de <http://ipdigital.usembassy.gov/st/spanish/article/2011/08/20110817132244x0.7540814.html#axzz4V7wkY78g>
- Kotkin, J. (Junio de 2016). *Forbes*. Obtenido de <https://www.forbes.com/sites/joelkotkin/2016/06/21/the-u-s-cities-where-manufacturing-is-thriving/#7adabfda93f1>
- Kronfle, H. (Febrero de 2015). Ecuavisa. (L. Arteaga, Entrevistador) Obtenido de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/99649-sector-empresarial-advierde-sobre-consecuencias-salvaguardias>
- Legarda, D. (agosto de 2017). Plan Económico. (Ecuavisa, Entrevistador)

- Legarda, D., & Alarcón, P. (2017). La aplicación de salvaguardias cumple dos años. (E. Comercio, Entrevistador)
- Maldonado, P. (31 de Octubre de 2016). *Revista Lideres*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/mipymes-sostenibilidad-empresarios-ecuador-negocios.html>
- Maldonado, P. (6 de Junio de 2016). *Revista Lideres*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/patricioalarcon-empresas-iva-leysolidaria.html>
- Markgraf, B. (2012). *La Voz*. Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/las-tres-etapas-de-la-teoria-del-ciclo-de-vida-del-producto-internacional-5660.html>
- Mateos, S. M. (16 de Mayo de 2017). <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>.
- Matthews, C. (Marzo de 2016). *Fortune*. Obtenido de <http://fortune.com/2016/03/31/united-states-manufacturing-china/>
- McKenzie, B. (Enero de 2017). *Lexology*. Obtenido de <http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=460e02da-25ee-402e-83f5-4f20ce1a4d55>
- Mind Tools. (Diciembre de 2015). *Mind Tools*. Obtenido de https://www.mindtools.com/pages/article/newTMC_05.htm
- Ministerio Coordinador de Producción Empleo y Competitividad. (2015). *Ministerio Coordinador de Producción Empleo y Competitividad*. Obtenido de <http://www.produccion.gob.ec/sustitucion-selectiva-de-importaciones-ecuador-produce-con-calidad/>
- Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. (2016). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2014). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/07/Plan-Estrategico-Institucional-2014-2017-4.pdf>
- Ministerio del Ambiente. (Noviembre de 2002). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/programa-pngids-ecuador/>
- Muñoz, R. (2015). *Marketing XXI*. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-ciclo-de-vida-del-producto-36.htm>
- N-Direct. (2016). *N-Direc*. Obtenido de <http://www.n-direct.gift/en/uslgi/proizvodstvo-suvenirov-v-kitae/>
- Nutting, R. (Marzo de 2016). *Market watch*. Obtenido de <http://www.marketwatch.com/story/us-manufacturing-dead-output-has-doubled-in-three-decades-2016-03-28>
- OCDE. (2005). *Handbook on Economics*. Paris: OCDE.
- OECD. (2015). *OECD*. Obtenido de <http://atlas.media.mit.edu/en/profile/country/chn/>
- Office of the United States Trade Representative. (2014). *USTR*. Obtenido de <https://ustr.gov/issue-areas/economy-trade>
- OMC. (2000). *OMC*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/historywto_02_s.pdf
- OMC. (2005). *OMC*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tpr_s/tp248_s.htm
- OMC. (2015). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact3_s.htm
- Ortiz, S. (15 de Enero de 2018). Costos Producción Maletteria. (J. Proaño, Entrevistador)

- OTCA. (Mayo de 2017). *Oficina de Tratados Comerciales Agrícolas*. Obtenido de <http://www.otcasea.gob.do/lider-omc-defiende-libre-comercio/>
- Papachina. (Julio de 2017). *Papachin*. Obtenido de <https://www.papachina.com/>
- Portelles, Y. (Julio de 2015). *ANDES*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/autoridades-evaluan-positivamente-impacto-salvaguardias-aplicadas-ecuador.html>
- Ramos, A. M. (Agosto de 2012). *SENA Centro de Servicios Financieros*. Obtenido de <https://cfsbusiness.files.wordpress.com/2012/08/sena-estado-de-fuentes-y-usos.pdf>
- Ramos, H. (2016). *El Telegrafo*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/2/la-alianza-de-china-con-ecuador-marca-la-pauta-estrategica-para-toda-la-region>
- Revista Ecuador Inmediato. (junio de 2012). *Ecuador Inmediato*. Obtenido de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=176166&umt=ecuador_evalua_resultados_proyectos_ejecutados_con_cooperacion_estadounidense
- Rivadeneira, M. A. (Septiembre de 2015). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/cartas/impacto-salvaguardias-comex-importaciones-colombia.html>
- Rojas Alva, J. G. (2007). *Universidad Anahuac México*. Obtenido de http://web.uas.mx/negocios/gestione/Desp_Arts.asp?titulo=92
- Romero, M. F. (Junio de 2016). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/SENAE-REGIMENES.pdf>
- Rovira, J. B. (Noviembre de 2009). *Generalitat de Catalunya*. Obtenido de http://economia.gencat.cat/web/.content/70_economia_catalana/arxiu/jordi_banos_ne_99_esp.pdf
- Salazar, J. E. (2016). *UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA*. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/7333/628445P438.pdf?sequence=1>
- Santander. (2010). *Santander Trade*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/banca/incoterms-2010>
- Sedeenchina. (2015). *Sede en China*. Obtenido de http://www.sedeenchina.com/Docs/%20Informe_ImportacionesChina_Espanya.pdf
- Select Usa. (2016). *Select Usa*. Obtenido de <https://www.selectusa.gov/industries>
- SENAE. (2016). *SENAE*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action
- SENAE. (Diciembre de 2017). *Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/novedades/tributos-recaudados/>
- SENPLADES. (2012). *Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Senplades. (2013). *Senplades*. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/senplades-entrega-el-nuevo-plan-nacional-para-el-buen-vivir-al-presidente-de-la-republica/>
- Servicios de Rentas Internas. (2017). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/32>
- Smart Draw. (Marzo de 2016). *Smart Draw*. Obtenido de <https://www.smartdraw.com/swot-analysis/#SWOTExamples>
- Sparshott, J. (Mayo de 2017). *Fox Business*. Obtenido de <http://www.foxbusiness.com/features/2017/05/16/u-s-industrial-production-surged-in-april-update.html>

- Standar & Poors. (2017). *S&P Global*. Obtenido de https://www.standardandpoors.com/es_LA/web/guest/regulatory/ratings-definitions
- Suranovic, S. (31 de Junio de 2006). *International Trade Theory and Policy*. Obtenido de <http://internationalecon.com/Trade/Tch60/T60-8.php>
- Tecnológico de Monterrey. (2011). *Trade & Logistics innovation center*. Obtenido de <http://www.ciltec.com.mx/es/infraestructura-logistica>
- The University of North Carolina. (2002). *UNC*. Obtenido de http://www.unc.edu/~toatley/poli140/Chapter_2.pdf
- Thompson, I. (2011). *Promonegocios*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/producto/ciclo-vida-producto.html>
- Trade Map. (2016). Obtenido de <https://www.trademap.org/Index.aspx?lang=es&AspxAutoDetectCookieSupport=1>
- Trump, D. (14 de Marzo de 2016). Disappearing middle class needs better deal on trade. (U. TODAY, Entrevistador) Obtenido de <https://www.usatoday.com/story/opinion/2016/03/14/donald-trump-tpa-trade-american-manufacturing-jobs-workers-column/81728584/>
- Universitat de Barcelona. (2005). *Universitat de Barcelona*. Obtenido de http://www.comercioexterior.ub.edu/fpais/ecuador/politica_comercial_del_ecuador.htm
- USAID. (2011). *USAID*. Obtenido de https://www.usaid.gov/sites/default/files/documents/1862/FolletoHistoriaUSAID_2011_FOR_WEB_FINAL.pdf
- Vasconez, J. (Enero de 2016). *Cámara de Comercio de Quito*. Obtenido de http://www.lacamaradequito.com/media/com_lazypdf/pdf/Guia_General_del_Importador_r_.pdf
- Velasquez, E. (2012). *Red Tercer Milenio*. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf
- Vélez, I., & Dávila, R. (s.f.). *Universidad Javeriana*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/decisiones/analfin/capitulo4.pdf>
- Vernon, R. (Mayo de 1996). *JSTOR*. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/1880689>
- Workman, D. (2017). *Worlds Top Exports*. Obtenido de <http://www.worldstopexports.com/chinas-top-10-exports/>
- Xinhua. (2016). *America Economia*. Obtenido de <http://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/omc-pide-sus-miembros-oponerse-al-proteccionismo-y-promover-el-comercio>
- Xinhuanet. (Noviembre de 2016). *Xinhuanet*. Obtenido de http://news.xinhuanet.com/english/2016-11/16/c_135834457.htm
- Zák, K. (2014). *Andes*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/consiste-cambio-matriz-productiva-ecuador.html-0>

ANEXOS

ANEXO 1 CRONOGRAMA DE DESUANIZACIÓN

Año 2017			
Sobretasa	Abril	Mayo	Junio
15%	10,0%	5,0%	0,0%
35%	23,3%	11,7%	0,0%

ANEXO 2
TABLA DE PAGOS

CARGO	HORAS SUPLEMENTARIAS	HORAS EXTRAORDINARIAS	SUELDO	VALOR HORAS SUPLEMENTARIAS Y EXTRAORDINARIAS		FONDOS DE RESERVA	TOTAL INGRESOS	APOORTE IESS			TOTAL EGRESOS	SUELDO A PAGAR
	50%	100%		BONO/COMISIONES	PAGADOS	PERSONAL (9.45%)		ANTICIPO QUINCENA	Prestamos - Imp. Renta			
Jefe de Producción	\$ -	\$ -	\$ 700.00	\$ -		\$ 58.31	\$ 700.00	\$ 66.15	\$ 350.00	\$ 84.71	\$ 500.86	\$ 199.14
Ayudante			\$ 350.00	\$ -		\$ -	\$ 350.00	\$ 33.08	\$ 175.00	\$ -	\$ 208.08	\$ 141.93
	\$ -	\$ -	\$ 1,050.00	\$ -	\$ -	\$ 58.31	\$ 1,050.00	\$ 99.23	\$ 525.00	\$ 84.71	\$ 708.94	\$ 341.07
Gerente General	\$ -	\$ -	\$ 2,654.00	\$ -		\$ -	\$ 2,654.00	\$ 467.10	\$ 100.00	\$ 355.52	\$ 922.62	\$ 1,731.38
Gerente de Ventas	\$ -	\$ -	\$ 2,100.00	\$ -		\$ 349.86	\$ 2,274.93	\$ 198.45	\$ -	\$ 1,044.54	\$ 1,242.99	\$ 1,031.94
SECRETARIA	\$ -	\$ -	\$ 500.00	\$ -		\$ 83.30	\$ 541.65	\$ 47.25	\$ 150.00	\$ 150.72	\$ 347.97	\$ 193.68
	\$ -	\$ -	\$ 5,254.00	\$ -	\$ -	\$ 433.16	\$ 5,470.58	\$ 712.80	\$ 250.00	\$ 1,550.78	\$ 2,513.58	\$ 2,957.00
	\$ -	\$ -	\$ 6,304.00	\$ -	\$ -	\$ 491.47	\$ 6,520.58	\$ 812.03	\$ 775.00	\$ 1,635.49	\$ 3,222.52	\$ 3,298.07

**ANEXO 3
PROYECCIÓN DE COSTOS E INGRESOS**

Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Unidades a vender	78,000	79,560	81,151	82,774	84,430	86,118	87,841	89,597	91,389	93,217
Rubros										
Costo Importación	\$ 13,440.60	\$ 13,843.82	\$ 14,259.13	\$ 14,686.91	\$ 15,127.51	\$ 15,581.34	\$ 16,048.78	\$ 16,530.24	\$ 17,026.15	\$ 17,536.93
Mano de Obra Directa	\$ 12,600.00	\$ 12,978.00	\$ 13,367.34	\$ 13,768.36	\$ 14,181.41	\$ 14,606.85	\$ 15,045.06	\$ 15,496.41	\$ 15,961.30	\$ 16,440.14
Suministros y Materiales	\$ 2,742.86	\$ 2,825.15	\$ 2,909.90	\$ 2,997.20	\$ 3,087.11	\$ 3,179.73	\$ 3,275.12	\$ 3,373.37	\$ 3,474.57	\$ 3,578.81
Reparación y Mantenimiento	\$ 403.22	\$ 415.31	\$ 427.77	\$ 440.61	\$ 453.83	\$ 467.44	\$ 481.46	\$ 495.91	\$ 510.78	\$ 526.11
Depreciación										
Muebles y enseres	\$ 3,362.50	\$ 3,362.50	\$ 3,362.50	\$ 3,362.50	\$ 3,362.50	\$ 3,362.50	\$ 3,362.50	\$ 3,362.50	\$ 3,362.50	\$ 3,362.50
Equipos de computación	\$ 9,053.62	\$ 9,053.62	\$ 9,053.62	\$ 9,053.62	\$ 9,053.62	\$ 9,053.62	\$ 9,053.62	\$ 9,053.62	\$ 9,053.62	\$ 9,053.62
Vehículos	\$ 28,484.38	\$ 28,484.38	\$ 28,484.38	\$ 28,484.38	\$ 28,484.38	\$ 28,484.38	\$ 28,484.38	\$ 28,484.38	\$ 28,484.38	\$ 28,484.38
Maquinaria y Equipo	\$ 3,507.36	\$ 3,507.36	\$ 3,507.36	\$ 3,507.36	\$ 3,507.36	\$ 3,507.36	\$ 3,507.36	\$ 3,507.36	\$ 3,507.36	\$ 3,507.36
Amortización										
Seguros	\$ 1,138.17	\$ 1,172.32	\$ 1,207.49	\$ 1,243.71	\$ 1,281.02	\$ 1,319.45	\$ 1,359.04	\$ 1,399.81	\$ 1,441.80	\$ 1,485.06
TOTAL COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN	\$ 74,732.71	\$ 75,642.46	\$ 76,579.49	\$ 77,544.64	\$ 78,538.75	\$ 79,562.67	\$ 80,617.32	\$ 81,703.60	\$ 82,822.47	\$ 83,974.91
Gastos Administrativos	\$ 72,528.72	\$ 74,704.58	\$ 76,945.72	\$ 79,254.09	\$ 81,631.71	\$ 84,080.66	\$ 86,603.08	\$ 89,201.18	\$ 91,877.21	\$ 94,633.53
COSTO TOTAL	\$ 147,261.43	\$ 150,347.04	\$ 153,525.21	\$ 156,798.73	\$ 160,170.46	\$ 163,643.34	\$ 167,220.40	\$ 170,904.78	\$ 174,699.69	\$ 178,608.44
Costo Unitario	\$ 1.89	\$ 1.89	\$ 1.89	\$ 1.89	\$ 1.90	\$ 1.90	\$ 1.90	\$ 1.91	\$ 1.91	\$ 1.92
Precio Venta	\$ 2.25	\$ 2.30	\$ 2.34	\$ 2.39	\$ 2.44	\$ 2.48	\$ 2.53	\$ 2.58	\$ 2.64	\$ 2.69
Total Ingresos	\$ 175,500.00	\$ 182,590.20	\$ 189,966.84	\$ 197,641.50	\$ 205,626.22	\$ 213,933.52	\$ 222,576.43	\$ 231,568.52	\$ 240,923.89	\$ 250,657.22
PORCENTAJE DIFERENCIA	19.2%	21.4%	23.7%	26.0%	28.4%	30.7%	33.1%	35.5%	37.9%	40.3%

ANEXO 4 ANÁLISIS FINANCIERO

Año	#	Ingresos	Costos	Inversión	Depreciación	Valor Residual	Utilid. Antes de trabajadores e imp.	Reparto trabajadores 15%	Utilidad antes de imp.	Utilidad neta	FNF	VAN FNFact	TM	tm2	Inversión actualizada	Ingresos actualizados	Costos actualizados
2017	0			\$ 147,261.43							\$ (147,261.43)	\$ (147,261.43)	\$ (147,261.43)	\$ (147,261.43)	\$ 147,261.43	0	0
2018	1	\$ 168,750.00	\$ 134,174.71		\$ 44,407.86		\$ 34,575.29	\$ 5,186.29	\$ 29,389.00	\$ 29,389.00	\$ 73,796.86	\$ 71,591.83	\$ 69,454.30	\$ 16,049.81		\$ 136,088.71	\$ 108,205.41
2019	2	\$ 175,567.50	\$ 136,867.72		\$ 44,407.86		\$ 38,699.78	\$ 5,804.97	\$ 32,894.82	\$ 32,894.82	\$ 77,302.68	\$ 72,752.13	\$ 68,472.63	\$ 3,656.44		\$ 141,586.69	\$ 89,013.86
2020	3	\$ 182,660.43	\$ 139,641.51		\$ 44,407.86		\$ 43,018.92	\$ 6,452.84	\$ 36,566.08	\$ 36,566.08	\$ 80,973.94	\$ 73,930.23	\$ 67,503.92	\$ 832.99		\$ 147,306.80	\$ 73,240.19
2021	4	\$ 190,039.91	\$ 142,498.52		\$ 44,407.86		\$ 47,541.39	\$ 7,131.21	\$ 40,410.18	\$ 40,410.18	\$ 84,818.04	\$ 75,126.06	\$ 66,547.73	\$ 189.77		\$ 153,257.99	\$ 60,273.11
2022	5	\$ 197,717.52	\$ 145,441.24		\$ 44,407.86		\$ 52,276.28	\$ 7,841.44	\$ 44,434.84	\$ 44,434.84	\$ 88,842.70	\$ 76,339.57	\$ 65,603.65	\$ 43.23		\$ 159,449.61	\$ 49,611.13
2023	6	\$ 205,705.31	\$ 148,472.24		\$ 44,407.86		\$ 57,233.07	\$ 8,584.96	\$ 48,648.11	\$ 48,648.11	\$ 93,055.97	\$ 77,570.71	\$ 64,671.32	\$ 9.85		\$ 165,891.38	\$ 40,842.77
2024	7	\$ 214,015.80	\$ 151,594.17		\$ 44,407.86		\$ 62,421.63	\$ 9,363.24	\$ 53,058.38	\$ 53,058.38	\$ 97,466.24	\$ 78,819.44	\$ 63,750.41	\$ 2.24		\$ 172,593.39	\$ 33,630.30
2025	8	\$ 222,662.04	\$ 154,809.76		\$ 44,407.86		\$ 67,852.28	\$ 10,177.84	\$ 57,674.44	\$ 57,674.44	\$ 102,082.30	\$ 80,085.73	\$ 62,840.62	\$ 0.51		\$ 179,566.16	\$ 27,696.50
2026	9	\$ 231,657.59	\$ 158,121.82		\$ 44,407.86		\$ 73,535.77	\$ 11,030.37	\$ 62,505.40	\$ 62,505.40	\$ 106,913.26	\$ 81,369.55	\$ 61,941.66	\$ 0.12		\$ 186,820.64	\$ 22,813.75
2027	10	\$ 241,016.55	\$ 161,533.24		\$ 44,407.86	\$ 29,452.29	\$ 79,483.32	\$ 11,922.50	\$ 67,560.82	\$ 67,560.82	\$ 141,420.96	\$ 104,416.64	\$ 77,112.77	\$ 0.03		\$ 218,120.03	\$ 18,795.12
		\$ 202,979.27	\$ 147,315.49							\$ 473,142.06	\$ 799,411.51	\$ 644,740.44	\$ 520,637.58	\$ (126,476.43)	\$ 147,261.43	\$ 1,660,681.40	\$ 524,122.14