



**Pontificia Universidad
Católica del Ecuador**

Seréis mis testigos

ESMERALDAS

ÁREA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO DEL PROYECTO

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE CERRADURAS
INTELIGENTES Y PANELES DE PARED 3D DESDE EL MERCADO CHINO PARA LA
COMERCIALIZACIÓN EN EL MERCADO ESMERALDEÑO

AUTORA:

DAYANA ESTHEFANÍA SANTO CHICAIZA

ASESORA:

MGT. MÓNICA VERGARA

ESMERALDAS, 2023

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

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

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

LECTOR 1

Mgt. Andrea Dueñas

LECTOR 2

Mgt. Isabel Maldonado

COORDINADORA DE ÁREA

Mgt. Andrea Dueñas

ASESORA DE TESIS

Mgt. Mónica Vergara

ESMERALDAS, 2023

AUTORÍA

Yo, **Dayana Esthefanía Santo Chicaiza** portadora de la cédula de ciudadanía N° 0550030423, declaro ser autora de la presente investigación, que lleva por título “Análisis de factibilidad para la importación de cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D desde el mercado chino para la comercialización en el mercado esmeraldeño” es absolutamente original, auténtica y personal.

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

Dayana Esthefanía Santo Chicaiza

C.I.: 0550030423

AGRADECIMIENTO

Le agradezco, primero que nada, infinitamente a Dios por cuidarme, por darme la fuerza para continuar, por guiarme en todo momento y por permitirme finalizar otra etapa más de mi vida.

A mi madre, por estar siempre a mi lado y brindarme siempre su apoyo incondicional. Gracias por ser mi fortaleza en mis momentos de debilidad, por darme la oportunidad de tener una excelente educación, por impulsarme a seguir adelante y superarme cada día.

A mi familia, su confianza, presencia y aliento me han motivado para siempre buscar la excelencia. Especialmente a mis hermanos y cuñados por ser modelos inspiradores y a mis sobrinos por siempre creer en mí.

A Dayko, por ser mi compañero fiel, cuidar de mi corazón y llenar mi vida de alegría.

A mis amigos del colegio, cada broma y palabra de aliento me ayudaron a continuar y llegar a este punto.

A mi grupo de la universidad: María José, Nicole, Joel y Dylan. Cada proyecto en grupo, exposición, debate y tarea realiza no hubiese sido posible si no nos hubiéramos apoyado mutuamente. Agradezco sinceramente la amistad que hemos desarrollado y los innumerables momentos que hemos compartido.

A todos mis profesores de la carrera de Negocios Internacionales, quienes han desempeñado un rol fundamental en el desarrollo de mi formación profesional a través un entorno de aprendizaje enriquecedor.

A mi asesora de tesis, Mónica Vergara, por guiarme durante todo este proceso con paciencia y dedicación y alentarme a continuar.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por darme las fuerzas para seguir adelante y por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, por ser el pilar más importante de mi vida. Quien a veces no dormía tranquilamente esperando que termine mis deberes a altas horas de la madrugada.

A Akari, quien en vida me brindó su amor incondicional y cuando sentía que había alcanzado mis límites, su presencia y afecto fueron una fuente inquebrantable de consuelo. Ahora desde el cielo, es un faro de luz que ilumina mi camino y me da fuerzas para seguir adelante.

RESUMEN

Este proyecto de investigación tuvo como objetivo analizar el nivel de factibilidad de una importación de cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D desde el mercado chino para la posterior comercialización en la ciudad de Esmeraldas.

Para evaluar el nivel de factibilidad de la importación y comercialización de estos productos, se desarrolló un estudio de mercado, a través de una encuesta y focus group, para conocer la intención de compra y preferencias de los habitantes de la ciudad de Esmeraldas hacia estos productos. Además, se identificaron a los proveedores adecuados a través de una plataforma digital y posteriormente se realizaron fichas técnicas para analizar la información recabada. También se realizó una inteligencia de los productos donde se determinó la partida arancelaria de los productos y se identificaron las barreras arancelarias y no arancelarias asociadas a las mercaderías. Por último, la investigación implicó una evaluación de los costos que conllevaría el proceso de importación.

Al finalizar todos estos procesos de investigación, los resultados demostraron fehacientemente que la importación y posterior comercialización de las cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D es factible. Se reveló que el mercado esmeraldeño mostró un interés positivo hacia estos productos, y que, mediante la selección adecuada de proveedores y un detallado análisis de costos, los productos podrían ingresar al país a precios competitivos.

Palabras clave: Factibilidad, cerraduras inteligentes, paneles de pared 3D, importación.

ABSTRACT

The objective of this research project was to analyze the feasibility of importing intelligent locks and 3D wall panels from the Chinese market for subsequent commercialization the city of Esmeraldas.

To evaluate the feasibility of importing and marketing these products, a market study was carried out through a survey and focus group to determine the purchase intention and preferences of the inhabitants of the city of Esmeraldas for these products. In addition, suitable suppliers were identified through a digital platform and then technical data sheets were prepared to analyze the information collected. Product intelligence was also developed, where the tariff heading of the products was determined and the tariff and non-tariff barriers associated with the goods were identified. Finally, the investigation involved an evaluation of the costs associated with the import process.

At the end of all these research processes, the results demonstrated reliably that the importation and subsequent commercialization of smart locks and 3D wall panels is feasible. It was revealed that the Esmeraldas market showed a positive interest in these products, and that, with the proper selection of suppliers and a detailed cost analysis, the products could enter the country at competitive prices.

Keywords: Feasibility, smart locks, 3D wall panels, import.

Índice de contenido

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	1
Descripción del problema a estudiar	1
Justificación del estudio	3
Delimitación de objetivos	4
CAPÍTULO 1. Marco Teórico	5
1.1. Estructura de las bases conceptuales	5
1.2. Antecedentes	12
1.3. Marco legal	14
CAPÍTULO 2. Metodología	17
2.1. Método de investigación	17
2.2. Enfoque de investigación	17
2.3. Alcance de investigación	17
2.4. Tipo de investigación	18
2.5. Muestra y población	18
2.6. Operacionalización de variables a investigar	20
2.7. Técnicas de investigación	21
CAPÍTULO 3. Análisis e interpretación de resultados	23
3.1. Estudio de mercado	23
3.1.1. Resultados de encuesta	23
3.1.2. Resultados de focus group	29
3.2. Identificación de proveedores internacionales	33
3.3. Identificación de barreras arancelarias y no arancelarias	35
4.4. Costos de importación	40
4.5. Discusión de resultados	43
CAPÍTULO 4. Conclusiones y Recomendaciones	47
4.1. Conclusiones	47
4.2. Recomendaciones	48
5. Bibliografía	50
6. ANEXOS	55

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables	20
Tabla 2 Rango de sueldo que perciben los encuestados	24
Tabla 3 Nivel de importancia que los encuestados le dan a la seguridad en sus hogares	26
Tabla 4 Nivel de satisfacción de los encuestados después de haber usado productos de origen chino	28
Tabla 5 Ficha técnica de proveedor de paneles de pared 3D en Alibaba; Error! Marcador no definido.	
Tabla 6 Ficha técnica de proveedor de cerraduras inteligentes en Alibaba	34
Tabla 7 Clasificación arancelaria de las cerraduras inteligentes	35
Tabla 8 Clasificación arancelaria de los paneles de pared 3D	37
Tabla 9 Detalle de los productos	40
Tabla 10 Costos Arancelarios	41
Tabla 11 Costos Logísticos	42
Tabla 12 Utilidad y costo total de la importación	43

Índice de figuras

Figura 1 Género	23
Figura 2 Rango de edad de los encuestados	24
Figura 3 Tipo de cerraduras que se usan en los hogares de los encuestados	24
Figura 4 Características importantes al momento de seleccionar una cerradura	25
Figura 5 Opiniones acerca de las innovaciones en el sector de la seguridad	26
Figura 6 Dispositivos que dan seguridad a los hogares de los encuestados	26
Figura 7 Nivel de interés por parte de los encuestados sobre las cerraduras inteligentes	27
Figura 8 Rango de precios que los encuestados están dispuestos a pagar por una cerradura..	28

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

Descripción del problema a estudiar

Ecuador es un país que aún no cuenta con la capacidad de manufacturación de productos industrializados, ya que estos requieren una gran cantidad de mano de obra, maquinaria con tecnología avanzada y una serie de encadenamientos productivos que ayudarían a mejorar la competitividad y alcanzar a satisfacer las necesidades de los habitantes del país. Mientras que China, es un país fabricante y distribuidor de productos industrializados ya que cuentan con una gran ventaja competitiva como es la gran cantidad de mano de obra presente en el país, así como maquinaria especializada que les permite lanzar al mercado productos tecnológicos de calidad con precios competitivos (Miller Magazine, 2020), lo que lo hace atractivo para diferentes economías como por ejemplo Ecuador. China es el segundo destino favorito de las importaciones de Ecuador (Banco Central, 2022) y las principales razones son los precios que ofrece y la facilidad para encontrar proveedores.

Dentro del mercado chino se comercializan diferentes productos con tecnología pensada para satisfacer las necesidades de sus consumidores (Perrenoud, 2022). Las cerraduras inteligentes son presentadas como una alternativa innovadora para fortalecer la seguridad en los hogares. Así mismo, los paneles de pared 3D se introducen bajo un concepto moderno para la decoración de paredes en espacios internos dentro del hogar.

La situación en la ciudad de Esmeraldas con respecto a las cerraduras inteligentes y los paneles de pared 3D es interesante y particular. Por un lado, las cerraduras inteligentes actualmente están fuera del alcance económico de muchos esmeraldeños debido a sus precios elevados. Mientras que se observa que los paneles de pared 3D se encuentran principalmente disponibles en ciudades más grandes del país, lo que dificulta aún más su adquisición en la ciudad. Esta limitación

de accesibilidad podría deberse a varios factores. Uno de ellos podría ser la falta de competencia en el mercado local, lo que permite que los precios se mantengan en niveles elevados.

Partiendo de la información anteriormente mencionada, se formula la siguiente interrogante:

¿En qué medida resulta factible importar cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D desde el mercado chino para su comercialización en la ciudad de Esmeraldas?

Justificación del estudio

Actualmente debido a factores como la inseguridad social y la idea de proponer una diferente forma de decoración en el hogar, se ha pensado en presentar al mercado esmeraldeño unas cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D.

Se considera oportuno realizar la presente investigación en la ciudad de Esmeraldas debido al interés que existe en descubrir que tan factible es realizar la importación de estos productos de acuerdo con la aceptación del mercado que se presente.

Dentro del mercado esmeraldeño existen distribuidoras que ofrecen a sus clientes cerraduras inteligentes con precios que no son asequibles para los diferentes niveles económicos. Mientras que para la venta de paneles de pared 3D se pudo identificar distribuidoras que ofrecen este producto en otras ciudades.

Esta investigación tiene por finalidad, dotar de información que ayude a la toma de decisiones para empresas que se encuentren interesadas en la adquisición de estos artículos para una posible comercialización de los mismos dentro del mercado esmeraldeño. Por otro lado, también podría ser una oportunidad para quienes quieran emprender y que aún no han identificado un producto que resulte de interés para los esmeraldeños, puesto que se busca evidenciar el nivel de aceptación y la acogida que tendrá el producto y saber si podrá ingresar al mercado con un precio competitivo, lo que determinará si merece la pena introducir el producto al mercado esmeraldeño.

Delimitación de objetivos

Objetivo General

Evaluar la factibilidad de importar cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D desde el mercado chino para la comercialización en el mercado esmeraldeño.

Objetivo Específico

- Desarrollar un estudio de mercado para conocer la intención de compra de cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D en el mercado esmeraldeño.
- Identificar proveedores internacionales que cumplan las especificidades necesarias para el proceso de importación.
- Determinar las barreras arancelarias y no arancelarias de los productos a importar (cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D) desde el mercado chino.
- Determinar los costos en los que incurre la importación de cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D

CAPÍTULO 1. Marco Teórico

1.1. Estructura de las bases conceptuales

El comercio internacional es un pilar fundamental para el desarrollo de un país y la compra, venta e intercambio de bienes y servicios forman parte de este. Según López (2018) el comercio internacional es una actividad económica que está relacionada con el intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo.

El comercio internacional es considerado como un factor clave para el desarrollo de la economía mundial, y parte desde el hecho que ningún país es capaz de producir todo lo que sus habitantes necesitan para seguir desarrollándose. Así, la única opción que tienen los países es importar diferentes productos de distintos países que sí los producen.

En las últimas décadas, muchos países han logrado un importante crecimiento económico gracias a la industrialización. Se conoce que una economía industrializada presenta características como que su economía está apoyada en el desarrollo industrial, donde se evidencia un mayor nivel de crecimiento y desarrollo, en comparación a otros países, su proceso de manufactura presenta un valor agregado, así mismo, dentro de estas economías se puede apreciar una mayor innovación y modernización en los productos que fabrican y luego comercializan (Morales, 2020).

Cabe destacar que la nueva era de la industrialización se ha visto beneficiada por el dinamismo que presentan los medios de transporte, la liberalización de los intercambios y considerando que la tecnología está en plena etapa de apogeo.

Actualmente, existe una mayor demanda en diferentes productos, lo que presiona a los países exportadores o fabricantes a trabajar arduamente para poder suplir con las necesidades ofreciendo productos de calidad, aunque gracias a los procesos automatizados, existe una mayor

facilidad para ajustarse a estos cambios y demandas (Ripani, 2021). La creciente demanda de diversos productos en el mercado global es una tendencia que ha estado en constante evolución. Esta demanda puede ser impulsada por una serie de factores, como cambios en las preferencias del consumidor, avances tecnológicos, eventos globales, o incluso cambios estacionales. En este contexto, los países exportadores y fabricantes se enfrentan a la presión de adaptarse y responder de manera efectiva para satisfacer estas necesidades cambiantes.

China figura como la primera potencia demográfica del planeta y también se identifica como el nuevo candidato al club de los países ricos industrializados. El despegue de la revolución industrial china se lleva adelante con tres particularidades principales como son: la originalidad de su modelo económico –“hipercapitalismo”, el tamaño de su población, y el momento de su despegue (Nieto, 2010).

Uno de los países que ha logrado desarrollar este crecimiento industrial es china, que se ha convertido en la fábrica del mundo y uno de los más grandes mercados. Este país posee una gran cantidad de mano de obra y así mismo cuenta con una gran cantidad de compradores.

Por otro lado, están los países en vía de desarrollo que son aquellos que poseen costados industrializados, pero que luchan todavía con la pobreza y la marginalidad de un importante sector de sus poblaciones (Editorial Etecé, 2021).

Algunos de los países que pertenecen a este grupo se encuentran en algunas naciones de África, en ciertos países en el Sudeste Asiático y también se encuentran países ubicados en América del sur. Normalmente este grupo de países no cuenta con mano de obra abundante o especializada y presentan escasas de tecnología e innovación en sus producciones.

Debido a esto, estos países se ven en la necesidad de importar de otros países muchos productos. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2021) describe a la importación como la acción de ingresar mercaderías al país siempre y cuando se cumplan con las obligaciones aduaneras correspondientes. Esencialmente, una importación tiene como objetivo que un país adquiera cualquier tipo de bien y/o servicio que no está disponible en su territorio.

Ecuador forma parte de este grupo de países puesto que por el momento no cuenta con suficiente maquinaria o mano de obra que puedan innovar en la producción de productos industriales como artefactos tecnológicos.

Hoy en día, el reto es crear una cultura de la innovación y poner en marcha procesos estructurados y sistemáticos en la organización para garantizar una innovación continua y un rendimiento eficaz en un mercado difícil (Garcia, 2012).

Luna & Chaves (2001) exponen que iniciar un proyecto representa inversión de recursos como tiempo, dinero, materia prima, etc. Por lo que realizar un estudio de factibilidad es imprescindible para tomar buenas decisiones, ya que son tomadas a base de evidencia que justifica el grado de éxito que desempeñará el negocio.

Los estudios de factibilidad permiten determinar la probabilidad de desarrollar algún tipo de proyecto que se considere poner en funcionamiento en algún momento. Así como a precisar estrategias que ayuden a tomar la mejor decisión para ese proyecto.

Sin embargo, es importante también entender cómo se puede ofrecer de forma correcta un producto y dirigirlo al mercado correcto. El marketing es un proceso social y de gestión en el que grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean produciendo, entregando y compartiendo

un producto valioso con los demás. En otras palabras, se trata de entender lo que apoya, motiva e impulsa las ventas (Jaimes, 2022).

Cuando se habla de marketing se hace referencia a aquellas acciones o estrategias que buscan impulsar las ventas satisfaciendo las necesidades de las personas y para esto se debe hacer análisis para conocer las necesidades que debe satisfacer el producto.

Una buena forma de hacerlo es a través de la investigación de mercado, que puede ayudarle a identificar información valiosa que puede ayudar a saber si es beneficioso o no ingresar a un mercado o que se debe cambiar para tener una buena aceptación.

Kotler (2002) define a la investigación de mercado como la actividad de desarrollar, recopilar, analizar y presentar sistemáticamente datos y resultados relacionados con situaciones específicas de marketing.

El auge de la tecnología ha revolucionado muchas áreas de la vida moderna, y el sector de la seguridad del hogar no es una excepción. Las cerraduras inteligentes son un ejemplo claro de cómo la tecnología está transformando la forma en que protegemos nuestros hogares y accedemos a ellos. Estas cumplen con la misma función que la cerradura tradicional de proteger los hogares, pero se le añade características como que ya no es necesario usar una llave, ya que algunas de estas cerraduras inteligentes se abren mediante contraseñas, huellas dactilares, entre otras (Baintex, 2021).

Otro producto moderno, pero esta vez direccionado para la decoración del hogar, son los paneles de pared 3D. Estos paneles no solo ofrecen una solución estética atractiva, sino que también incorporan una serie de beneficios que los hacen especialmente atractivos para quienes buscan una forma única de embellecer sus espacios interiores (TeknoStep, 2021).

Una vez determinados los productos que se quieren importar, es importante saber que antes de importar mercancías a Ecuador, se deben seguir ciertos pasos importantes para garantizar el cumplimiento de las normas de comercio exterior del país. El primer paso es estar registrado como Operador de Comercio Exterior en el sistema ECUAPASS, para esto es importante contar con un RUC y un TOKEN o firma digital. El procedimiento por seguir es el siguiente:

Inscripción en el Registro Único Tributario (RUC):

En primer lugar, de acuerdo con el SRI (2023), toda persona natural o jurídica, ecuatoriana o extranjera, que haga negocios en Ecuador debe inscribirse ante las autoridades tributarias en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), que sirve como número único de identificación para todos los contribuyentes que hacen negocios en Ecuador. Este es un requisito básico para cualquier empresa o individuo que desee realizar negocios en el extranjero, incluidas las importaciones.

Obtención de TOKEN o firma digital:

La Aduana del Ecuador exige a los importadores contar con TOKEN o firma digital que garantice una interacción segura y certificada con los sistemas gubernamentales, incluido el ECUAPASS. Esta autenticación digital garantiza la integridad y confidencialidad de las transacciones y comunicaciones electrónicas durante el proceso de importación.

En Ecuador el TOKEN se utiliza principalmente en el: Sistema Nacional de Pagos (SNP) del Banco Central del Ecuador (BCE), Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), Ministerio de Salud Pública (MSP), Servicio de Rentas Internas (SRI), entre otros. (Ricaurte, 2022)

Registro ECUAPASS:

Una vez obtenido el RUC y el TOKEN se puede realizar el registro como OCE en el sistema ECUAPASS, que es un sistema electrónico creado por el gobierno ecuatoriano para gestionar y regular las transacciones de comercio exterior. Toda persona natural o jurídica que desee importar o exportar mercancías debe registrarse en ECUAPASS como Operador de Comercio Exterior (OCE) (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2022). El solicitante debe proporcionar la información necesaria, como información de la empresa, datos del representante legal, información de representante de Comercio Exterior y luego adjuntar la documentación correspondiente. La información proporcionada debe ser comprobada y verificada por la Aduana ecuatoriana antes de conceder la autorización.

Una vez realizados los trámites y obtenidos los registros y permisos necesarios, las empresas y particulares pueden importar a Ecuador de acuerdo con la normativa de comercio exterior del país. Es importante mantenerse al tanto de los cambios y modificaciones normativas para garantizar la transparencia y legalidad en el comercio exterior. (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2022)

Así mismo, es importante realizar una inteligencia del producto, pues desempeña un papel crucial en la importación de mercancías a un país, ya que implica un análisis exhaustivo realizado antes del ingreso de las mercancías. El objetivo principal de la inteligencia de producto es determinar la clasificación de las partidas arancelarias adecuadas e identificar cualquier barrera no arancelaria que pueda aplicarse a las mercancías que se importan. (Parra, 2021)

El comercio internacional sirve de importante catalizador para el crecimiento económico de las empresas, ya que ofrece oportunidades de expansión y diversificación. Sin embargo, para garantizar una competencia leal y salvaguardar diversos intereses, es esencial establecer barreras que mitiguen los riesgos asociados a un mercado abierto, especialmente en lo que respecta a las

mercancías que entran desde el extranjero. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

En el contexto de Ecuador, el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, (2010) señala dos tipos de medidas clave: las barreras arancelarias y las barreras no arancelarias.

Las barreras arancelarias se refieren a la aplicación de aranceles específicos a las mercancías importadas. Existen tres tipos principales de aranceles que son: Ad-Valorem, específicos y mixtos.

Los aranceles Ad-Valorem se calculan como un porcentaje del valor de las mercancías importadas en función de la clasificación de las mercancías. Los aranceles específicos no se basan en el valor, sino que están predefinidos para determinadas mercancías o categorías de productos. Y, por último, los aranceles mixtos combinan elementos tanto de los aranceles Ad-Valorem como de los aranceles específicos.

Mientras que las barreras no arancelarias abarcan una amplia gama de medidas y procedimientos aplicados por un país para restringir o regular la entrada o salida de mercancías de su territorio. Estas medidas no están relacionadas con el valor monetario de las mercancías, pero pueden tener un impacto significativo en el comercio. Entre los casos específicos en los que pueden establecerse barreras no arancelarias se incluyen:

Medidas aplicadas para garantizar la seguridad y la protección de los ciudadanos, que podrían implicar restricciones a determinadas mercancías que podrían suponer riesgos para el bienestar público. Así mismo se pueden incluir limitaciones a la importación de artículos específicos que puedan considerarse perjudiciales para la seguridad o los intereses nacionales. También están consideradas medidas para la preservación del medio ambiente, la vegetación y la

fauna del país, controlando la importación de mercancías que puedan tener repercusiones ecológicas adversas. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010)

1.2. Antecedentes

A partir de estudios de factibilidad relacionados con el tema de la importación y comercialización de cerraduras inteligentes y de paneles de pared 3D, se mostrarán los datos más relevantes que se hayan encontrado en diferentes países y esto servirá para analizar la metodología, las técnicas y los instrumentos aplicados dentro de aquellos estudios.

En la investigación realizada por Cabrera et al., (2018) relacionada con la importación y comercialización de paneles adhesivos para pared con textura 3D procedente de China se observó que la técnica utilizada fue la encuesta a 384 habitantes de Lima Metropolitana enfocándose en la zona norte teniendo como perfil de consumidor a propietarios de casas e inmobiliarias y constructoras. Esta investigación arrojó que el plan de negocios propuesto por ellos es rentable debido a que el sector en el que se enfocaron está presentando un gran crecimiento, además llamó la atención de las personas esta propuesta de decoración debido a la facilidad de su instalación.

La segunda investigación realizada por Bedoya y Estrada (2020) presenta un plan de negocio para la importación de cerraduras de seguridad biométrica donde su mercado objetivo son aquellos sectores de la economía de Medellín-Colombia que van en expansión como la hotelería, la salud y la construcción, es por esto que ven como potenciales compradores a constructoras, hoteles, hospitales y residencias. Al final de la investigación se concluyó que era una propuesta de negocio sólida, un proyecto viable, rentable y que es sostenible con el tiempo.

La tercera investigación realizada por Hernandez et al., (2019) presenta una idea de negocio que se centra en la producción local de cerraduras inteligentes bajo una marca peruana y como

ofrecerla en la ciudad de Lima. Su público objetivo fueron personas de ambos sexos en el rango de edades de 25 a 44 años, para comprender de forma profunda sus actitudes, opiniones y percepciones se utilizaron a las encuestas y focus group como instrumentos de recolección de datos. La investigación concluyó que las cerraduras inteligentes son consideradas interesantes e innovadoras por el público objetivo. Así mismo, se realizaron análisis de rentabilidad, liquidez y solvencia, y los resultados fueron favorables. A largo plazo buscan expandir su mercado a otros distritos y provincias.

La cuarta investigación de Cañizares (2018) se basó en un plan de negocios en Quito para la importación y comercialización de paneles decorativos en 3D desde China. Su público objetivo, que abarca personas de 35 a 63 años, expresaron una percepción positiva del producto, considerándolo ecológico, moderno e innovadores, así mismo, mostraron disposición a comprarlo y recomendarlo. Se identificó una oportunidad en el mercado debido a que existe un nicho relativamente poco explotado en la ciudad lo que brinda la posibilidad a la empresa de llenar este vacío. Existen pocas grandes empresas que se enfocan en ofrecer estos productos a un público de clase social media-alta o alta con alto poder adquisitivo. Esto indica que existe un espacio para productos con precios accesibles. La investigación arrojó resultados financieros favorables que demuestran la viabilidad del proyecto desde una perspectiva económica y de inversión.

Todas las investigaciones arrojaron resultados positivos, sus investigaciones fueron realizadas en ciudades grandes de países distintos. Se presentan dos productos innovadores distintos con distintos mercados, pero ambos revelan viabilidad y rentabilidad en los proyectos. A pesar de que los escenarios en los que se presentan ambos productos son distintos al mercado que se tiene como objetivo en la presente investigación, es un hecho que ambos productos llaman la atención de las personas, lo que podría demostrar que hay factibilidad en la importación de

cerraduras inteligentes y paneles de pared, siempre y cuando se presente al público objetivo correcto.

1.3. Marco legal

Agente de Aduana

De acuerdo con el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010) definido en el Art. 227, el Agente de Aduana es la persona natural o jurídica que está autorizada a gestionar el despacho de las mercancías y debe firmar las declaraciones aduaneras según lo establecido en el reglamento. Así mismo, está comprometido a responder ante el SENAE por toda la información que este consignada en los documentos.

Declaración Aduanera de Importación (DAI)

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2022) define a la DAI como un formulario donde se registra toda la información que está relacionada con la mercancía sujeta a una importación. Para realizar una importación se debe hacer llegar la Declaración Aduanera de Importación a través de un Agente de Aduana y se puede presentar de forma física o electrónica hasta 15 días antes y hasta 30 días después de la llegada de la mercancía.

Regímenes de Importación

El Régimen aduanero es el tratamiento que recibe la mercancía y de acuerdo con el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010) los regímenes que se aplican a la importación son los siguientes:

- › Art. 147 Importación para el consumo: Bajo este régimen aduanero las mercancías que fueron importadas desde el extranjero o una ZEDE podrán permanecer de forma definitiva en el país.
- › Art. 148 Admisión temporal para reexportación en el mismo estado: Este régimen aduanero autoriza el ingreso de mercancía, ser usadas para un fin determinado y posteriormente ser reexportadas siempre y cuando no se haya realizado algún tipo de modificación.
- › Art. 149 Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo: Este régimen aduanero autoriza que ingresen mercancías con el fin de ser exportadas nuevamente después de que se realice una operación de perfeccionamiento. Estas mercancías serán suspendidas del pago de impuestos a la importación.
- › Art. 150 Reposición de mercancías con franquicia arancelaria: Bajo este régimen aduanero se permiten ingresar mercancías que sean idénticas o similares a las que estén en libre circulación y se hayan utilizado para conseguir mercancías exportadas anteriormente de forma definitiva.
- › Art. 151 Transformación para control aduanero: Bajo este régimen aduanero se introducen mercancías que serán sometidas a procesos que modifiquen su estado para luego ser importadas para el consumo con las modificaciones realizadas. Estas mercancías serán suspendidas del pago de impuestos a la importación.
- › Art. 152 Depósito aduanero: Bajo este régimen no se pagan impuestos ni recargos debido a que las mercancías son almacenadas durante un tiempo determinado y en un lugar habilitado por la Aduana.

- › Art. 153 Reimportación en el mismo estado: Bajo este régimen aduanero se autoriza el ingreso de mercancías que han sido exportadas posteriormente y no se ha realizado algún tipo de transformación en el extranjero.

Para esta importación, las cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D ingresaran al país bajo el régimen aduanero de importación al consumo.

Modalidades de aforo

El Reglamento COPCI (2010) menciona que para despachar mercancías que necesiten una Declaración Aduanera se debe aplicar una modalidad de aforo y su selección se basa en el análisis de perfil de riesgo según lo establecido por el SENA. Se puede aplicar las siguientes modalidades:

El aforo automático se aplica por medio de la validación electrónica de la Declaración Aduanera teniendo en cuenta los perfiles de riesgo del sistema informático. El aforo documental se basa en verificar y contrastar la información de la Declaración Aduanera junto a los documentos de acompañamiento y de soporte con la información registrada en el sistema del SENA, esto se realiza con el objetivo de comprobar que se realice una correcta liquidación de tributos declarados. El aforo físico consiste en reconocer físicamente las mercancías, con el fin de verificar que su naturaleza, cantidad, peso y/o clasificación arancelaria, sea la misma registrada en el sistema del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Reglamento COPCI, 2010)

CAPÍTULO 2. Metodología

2.1. Método de investigación

En la presente investigación se aplicó un método inductivo debido que se parte desde un plan de importación y la observación de casos pasados relacionados a la investigación que luego permitió generalizar los resultados para tener una idea del camino que se debe tomar para tener resultados positivos.

2.2. Enfoque de investigación

Para esta investigación se aplicó un enfoque mixto, dado que se emplearon métodos de investigación cualitativa y cuantitativa. Por un lado, mediante el enfoque cuantitativo fue posible entender diferentes aspectos o fenómenos a través de la recopilación de datos numéricos haciendo uso de un muestreo representativo de la población. A su vez, el enfoque cualitativo nos ayudó a comprender otros fenómenos a través de particularidades sociales y experiencias del público objetivo, que llevó a desarrollar ideas a partir de los datos obtenidos. Aquí se usó una muestra pequeña para poder comprender con más profundidad su opinión y esto se hizo mediante grupos focales.

2.3. Alcance de investigación

El alcance de la investigación fue descriptivo debido a que se pretendió revelar las características del mercado en la ciudad de Esmeraldas, así mismo, se buscó recoger los datos más relevantes para conocer el comportamiento de los consumidores a la hora de escoger una cerradura inteligente o un panel de pared 3D.

2.4. Tipo de investigación

El tipo de investigación fue no experimental de tipo descriptiva puesto que no se pretende manipular las variables de estudio.

2.5. Muestra y población

De acuerdo con el INEC (2010), en Esmeraldas la población total según la división política administrativa es de 534.092 habitantes, de los cuales solo 203.454 habitantes representan a la Población Económicamente Activa (PEA).

El público objetivo al cual esta investigación se dirigió fueron personas que vivan en la ciudad de esmeraldas con un rango de edad de entre 20 y 55 años con poder adquisitivo medio que estén interesados en comprar cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D para sus hogares.

Para el cálculo de la muestra finita Marín (2017) establece la siguiente formula:

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

Donde:

n= tamaño de la muestra

N= Población total

Z= Distribución normalizada. Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

p= Proporción de aceptación deseada para el producto

e= Porcentaje deseado de error

Datos

n=?

N= 203.454

Z= 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95 %

p= 0,5

e= 7% 0.07

$$n = \frac{203.454 \times 1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{(203.454-1) \times 0,07^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)} = 195 \text{ es el tamaño de la muestra}$$

La encuesta se planeó para que se realizará a 195 personas, entre ellas mujeres y hombres de entre 20 y 55 años residentes de la ciudad de Esmeraldas. Sin embargo, al final la encuesta fue respondida por 175 personas.

Para el focus group se tomó en cuenta a un grupo de personas entre 20 y 55 años, con un poder adquisitivo medio.

2.6. Operacionalización de variables a investigar

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Importación	Acción de ingresar mercaderías al país siempre y cuando se cumplan con las obligaciones aduaneras correspondientes (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).	Estudio de mercado Opciones para adquisición de productos Logística Internacional	Intención de compra Proveedores internacionales Barreras arancelarias y no arancelarias Costos de Importación	Calidad, Diseño, Innovación, Procedencia Tiempo de experiencia en el mercado, perfil de la empresa, cumplimiento de los estándares de calidad, facilidades de pago que ofrezca, localización, relación precio-calidad, capacidad de suministro. Impuestos (barrera arancelaria) Normas de Origen, Licencias de importación, Normas Sanitaria y fitosanitarias (barreras no arancelarias) Valor del flete, seguro, transporte, gastos de aduana y tipo de Incoterm,	Focus Group Encuestas Fichas técnicas	Consumidores de Esmeraldas INEC Plataformas de comercio electrónico internacional Arancel Nacional de Importación del Ecuador Empresas de logística

2.7. Técnicas de investigación

En este estudio se utilizaron tres técnicas, que son: encuestas, focus group y fichas técnicas. Estas técnicas proporcionaron información importante para determinar la viabilidad de la importación y comercialización de cerraduras inteligentes y los paneles de pared 3D en Esmeraldas.

Las encuestas ayudaron a conocer el nivel de aceptación que tendrán las cerraduras inteligentes y los paneles de pared 3D en el mercado esmeraldeño, se aplicó un cuestionario on-line con 12 preguntas. La encuesta se planeó para que se realizara a 195 personas, sin embargo, el número de respuestas obtenidas fueron 175, de las cuales, 169 respuestas fueron útiles para la investigación.

Por otro lado, para el focus group se reunieron a 6 personas que habitan en la ciudad de Esmeraldas, con edades comprendidas entre 23 y 50 y el objetivo fue recabar opiniones y puntos de vista sobre las características de estos productos en comparación con otros de características similares.

Se recopilaron datos de proveedores a través de fichas técnicas para seleccionar a los más adecuados, centrándose en cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D. La plataforma que se eligió fue Alibaba debido a su enfoque en facilitar transacciones entre empresas. Sin embargo, dada la diversidad de vendedores en la plataforma, se requiere una evaluación cuidadosa de los proveedores potenciales. Los criterios clave para esta evaluación incluyen el análisis del perfil de la empresa, la duración de su presencia en la plataforma para evaluar su confiabilidad, la verificación de su autenticidad como proveedor, entre otros.

A su vez, a través de estas fichas se detalló la clasificación de los productos, sus aranceles correspondientes, y se especificaron aspectos legales para la importación. Esta clasificación se realizó a través del Arancel de Importaciones del Ecuador-Pudeleco, donde,

una vez identificadas las subpartidas arancelarias correspondientes a cada producto, es posible determinar los aranceles Ad-Valorem, aranceles específicos, FODINFA, IVA, ICE, prohibiciones o algún tipo reglamento correspondiente. De esta forma se puede evitar cualquier tipo de irregularidad o contratiempo.

Los valores de la tabla de los costos de la importación se calculan haciendo uno de los valores de la factura proforma proporcionada por los proveedores, los porcentajes de los aranceles correspondientes a la partida arancelaria y valores proporcionados por una empresa logística de la ciudad de Guayaquil.

Instrumentos de recolección de datos

Para esta investigación, se aplicó un cuestionario on-line con 12 preguntas que ayudaron a identificar: información demográfica, tipos de cerraduras y otros dispositivos de seguridad que poseían en sus hogares, nivel de interés en las cerraduras inteligentes y su relación con productos de origen chino. Además, se hizo uso de los formularios de Google para poder realizar la encuesta de forma virtual y para procesar los datos, una vez finalizadas las encuestas, se usó Excel y sus herramientas para tabular y graficar los resultados obtenidos.

Así mismo, el focus group estuvo segmentado en cuatro secciones: la primera sección se basó en conocer la información personal, demográfica y socioeconómica de los participantes, la segunda sección se trató de sensibilización y familiarización con los productos, la tercera sección ayudó a comprender los comportamientos de compra y, por último, la cuarta sección contribuyó en la evaluación de conceptos después de hablar de las características de ambos productos. Para la realización del focus group, Google Meet fue la herramienta que se usó para llevar a cabo la reunión.

CAPÍTULO 3. Análisis e interpretación de resultados

3.1. Estudio de mercado

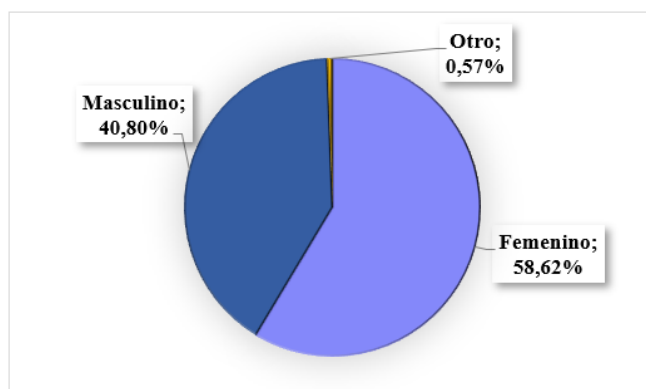
3.1.1. Resultados de encuesta

Partiendo de un universo de 203.454 habitantes en la ciudad de Esmeraldas y haciendo uso de una fórmula de muestra finita se planteó dirigir el cuestionario a una muestra de 196 personas. Sin embargo, el número de respuestas obtenidas fueron 175, de las cuales, 169 respuestas fueron útiles para la investigación. Esas respuestas correspondían al público objetivo planteado que eran personas que residan en Esmeraldas, de 20 a 55 años, con un poder adquisitivo medio que estén interesados en la seguridad de su hogar.

En la figura 1 se puede observar qué, de todas las personas encuestadas, las mujeres obtuvieron un mayor porcentaje, sin embargo, el porcentaje de los hombres no es tan bajo, por lo que no se los debería descartar del público objetivo.

Figura 1

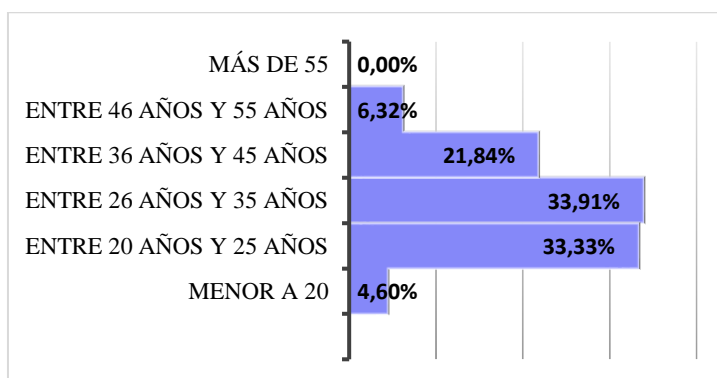
Género



La figura 2 muestra que la mayor parte de las personas que respondieron esta encuesta rondan entre los 20 y 35 años. No obstante, las personas ubicadas en un rango entre 36 y 45 años representan un porcentaje significativo para la investigación.

Figura 2

Rango de edad de los encuestados



Es importante analizar los ingresos de las personas, de esto depende que el producto pueda ser adquirido por el mercado objetivo, además permite conocer cuánto estarían dispuestos a pagar por estos productos. La tabla 2 muestra que el mayor porcentaje de sueldo de las personas encuestadas está entre \$250 y \$750. Haciendo que sean considerados como potenciales consumidores.

Tabla 2

Rango de sueldo que perciben los encuestados

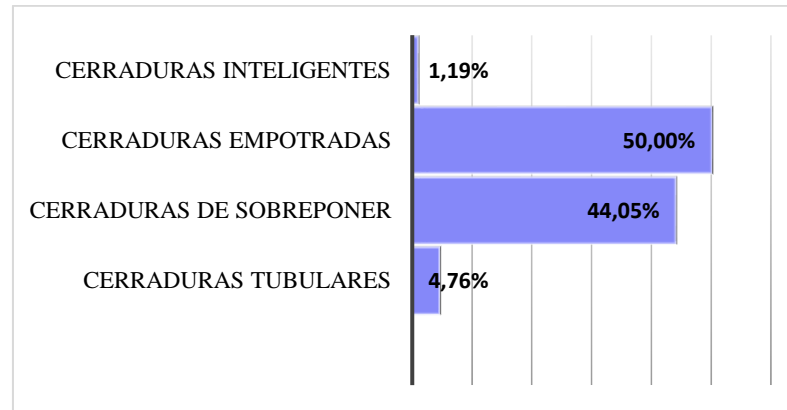
Respuesta	%
No percibo un sueldo	13,7%
\$100 a \$250	7,7%
\$250 a \$500	28,0%
\$500 a \$750	38,7%
\$750 a \$1000	8,3%
Superior a \$1000	3,6%

La mayoría de las personas busca tener un hogar seguro, es por esto que buscan cerraduras resistentes. De acuerdo con la figura 3, las cerraduras empotradas y de sobreponer

manejan un mayor porcentaje de uso en los hogares esmeraldeños, puesto que son consideradas las más seguras.

Figura 3

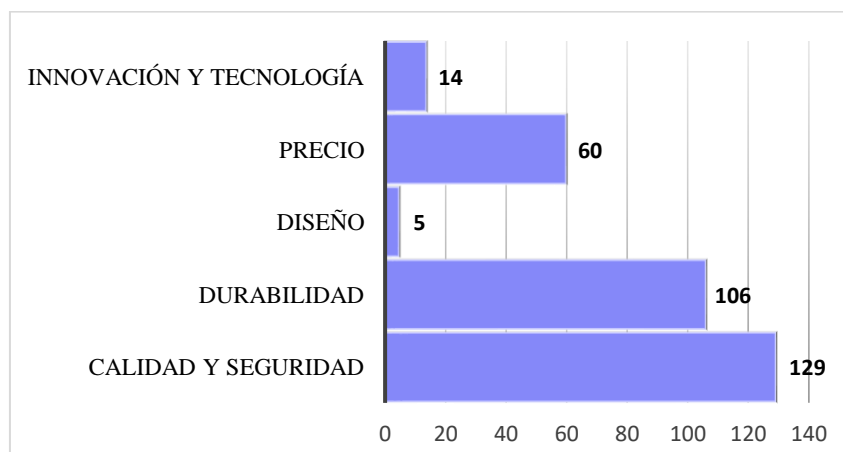
Tipo de cerraduras que se usan en los hogares de los encuestados



A la hora de escoger una cerradura, entran en juego varios factores, entre los que destacan la calidad, seguridad y durabilidad, como se puede visualizar en la figura 4. Los encuestados se aseguran de garantizar una buena compra que proteja eficazmente sus hogares a largo plazo. Invertir en una cerradura de calidad superior garantiza que funcionará de forma óptima y proporcionará una sólida defensa contra futuros intentos de robo.

Figura 4

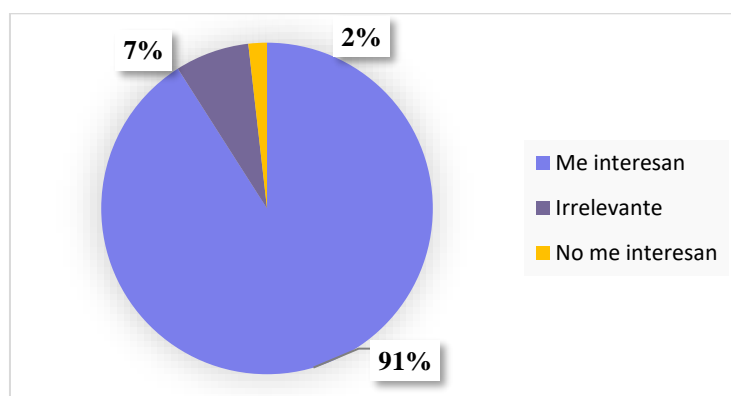
Características importantes al momento de seleccionar una cerradura



La continua aparición de nuevas innovaciones en el sector de la seguridad en el mercado ha despertado un gran interés en un amplio número de personas. Como muestra la figura 5, las personas están interesadas en buscar formas de mejorar la seguridad en sus hogares.

Figura 5

Opiniones acerca de las innovaciones en el sector de la seguridad



La tabla 3 permite mostrar la percepción de los encuestados sobre la protección, principalmente, debido a factores como la creciente inseguridad en la ciudad.

Tabla 3

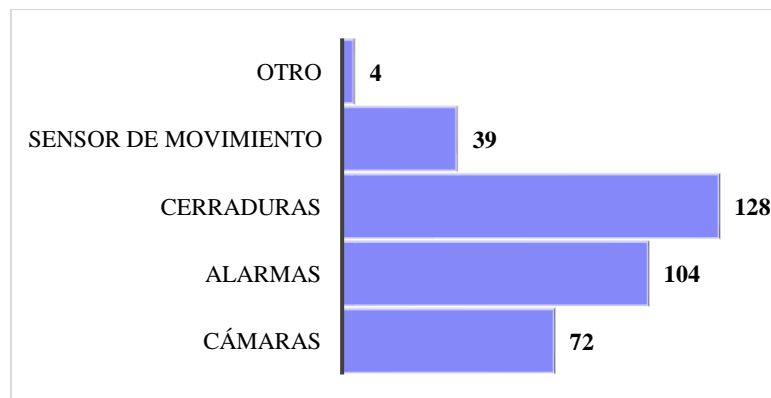
Nivel de importancia que los encuestados le dan a la seguridad en sus hogares

Respuesta	%
Totalmente importante	68,5%
Muy importante	26,8%
Importante	4,8%
Poco importante	0,0%
Nada importante	0,0%

Cuando se trata de seguridad en el hogar, existe una amplia gama de dispositivos disponibles. La figura 6 muestra que las personas tienden a confiar en las cerraduras, alarmas y cámaras como componentes clave, debido a que desempeñan un papel fundamental a la hora de proporcionar medidas de seguridad y tranquilidad.

Figura 6

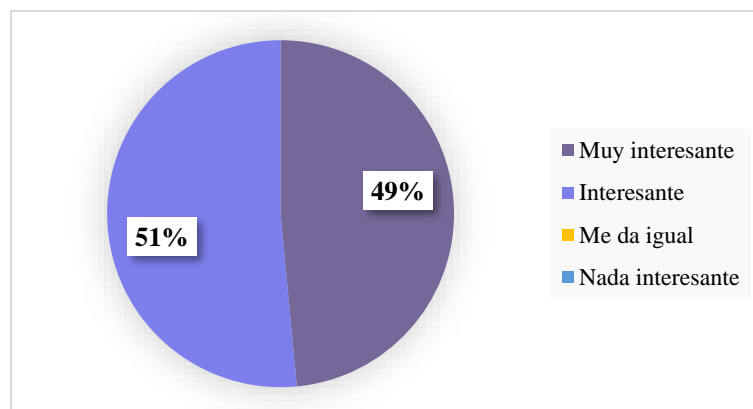
Dispositivos que dan seguridad a los hogares de los encuestados



Al analizar los datos de la figura 7, resulta evidente mencionar que todos los encuestados mostraron interés en el concepto de cerraduras inteligentes.

Figura 7

Nivel de interés por parte de los encuestados sobre las cerraduras inteligentes



Un gran número de personas se sintieron muy satisfechos después de haber utilizado productos de origen chino (ver tabla 4). Sin embargo, otra gran parte de los encuestados indicaron que tienen una posición más neutral. Esta opinión sobre el origen de un producto puede ser un factor importante al momento de ofrecer productos de origen chino en el mercado esmeraldeño.

Tabla 4

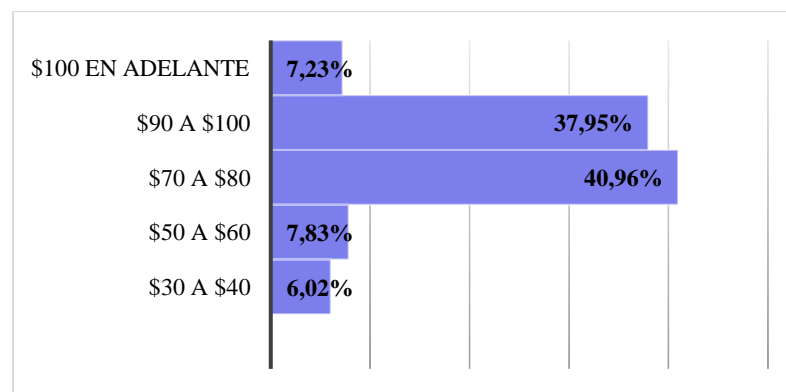
Nivel de satisfacción de los encuestados después de haber usado productos de origen chino

Respuesta	%
Totalmente satisfecho	21,0%
Muy satisfecho	46,1%
Neutral	32,9%
Poco satisfecho	0,0%
Nada satisfecho	0,0%

La mayoría de los encuestados respondieron que estarían dispuestos a pagar de entre \$70 a \$100 por este producto, esto puede relacionarse a las características que presenta.

Figura 8

Rango de precios que los encuestados están dispuestos a pagar por una cerradura



3.1.2. Resultados de focus group

Otro de los instrumentos que se aplicó dentro de la investigación fue el focus group.

El objetivo general de este focus group fue:

Analizar los hábitos de compra al momento de escoger cerraduras y decoración para pared de los hogares esmeraldeños. Explorar diversos aspectos de las cerraduras inteligentes y los paneles de pared 3D, como sus características, facilidad de uso y diseño

Recabar opiniones y puntos de vista de un grupo de personas que ayuden a identificar las características, funcionalidades, aspectos de diseño clave que los usuarios consideran deseables y evaluar la demanda de estos productos en el mercado esmeraldeño. Lo que permitirá identificar perspectivas que pueden servir de base para estrategias de marketing que podrían aplicarse para una mayor participación en el mercado dentro del segmento especificado para la categoría.

Al igual que con la encuesta, para el focus group se reunieron a 6 personas que habitan en la ciudad de Esmeraldas, con edades comprendidas entre 23 y 50 años con un nivel de ingreso medio que están interesados en incrementar la seguridad para sus hogares.

› Sección 1: Información personal, demográfica y socioeconómica

Las personas que participaron de este focus group actualmente viven en Esmeraldas y se muestran verdaderamente preocupados por la situación que está pasando la ciudad debido a la inseguridad. Más de la mitad de las personas están casados y tienen hijos, se dedican al comercio, son emprendedores y trabajan en el sector inmobiliario en otras ciudades. La mitad restante de los participantes son estudiantes universitarios y a la vez tienen trabajos a tiempo parcial que les ayuda a solventar sus gastos y proporcionar ingresos extras en sus respectivos hogares. Entre las actividades que disfrutaban hacer en su tiempo libre se destacan: hacer deporte, cocinar, pasar tiempo de calidad con su familia, salir a caminar a la playa, leer, entre otros.

› **Sección 2: Sensibilización y familiarización**

Cerraduras inteligentes

Dos de las participantes tenían conocimiento de estas cerraduras inteligentes debido a que miembros de su familia y amigos las tienen instaladas en sus respectivos hogares. Uno de los aspectos que valoraron sobre las cerraduras inteligentes fue que no dejan de funcionar en caso de cortes de luz en la zona, sin embargo, mencionaron que existen otras características de estas cerraduras que llamaron su atención al ser un producto tan innovador.

Por otra parte, los otros participantes no han visto de manera física una de estas cerraduras, sino únicamente en programas de televisión y en películas de otros países, opinan que las características son funcionales y muy innovadoras. Creen que debería introducirse, poco a poco, en el mercado ecuatoriano.

Por último, todos los participantes piensan que la disponibilidad de herramientas o dispositivos de prevención de robos pueden mejorar las medidas de seguridad en los hogares y esto les permitiría responder rápidamente y precaver incidentes, además de que la presencia de estos dispositivos les crearía una sensación de seguridad y tranquilidad.

Paneles de pared 3D

Los participantes comentaron que han notado la presencia de estos paneles en diversos entornos, como viviendas, hoteles y hospitales, esto indica que la aplicación de estos paneles no se limita a un tipo específico de ambiente y que puede ser adaptable según la necesidad de cada persona. Adicionalmente explicaron que la presencia de estos paneles de pared creaba un ambiente distinto y que no es muy habitual ver este tipo de decoración en la ciudad, creando una sensación de singularidad y novedad que puede resultar visualmente atractiva. Finalmente, los participantes consideran que podría servir como una alternativa al momento de decorar un

hogar o darle vida a una pared manchada, ya que podrían ahorrar en pintura y los mantenimientos que suelen realizarse tiempo después.

› **Sección 3: Comportamientos de compra**

Una parte de los participantes admitieron que existen situaciones donde se ven influenciados en sus elecciones de compra por factores externos como las redes sociales y recomendaciones de personas de confianza.

Comentaron que normalmente suelen comprar las cerraduras convencionales en ferreterías, por otro lado, indicaron que no saben dónde se podrían comprar los paneles de pared 3D.

Un aspecto que dos participantes destacaron las ventajas de las redes sociales y las plataformas de compra en línea, ya que les facilitan la adquisición de los productos que desean debido a varias razones, como que ya no necesitan salir de casa para realizar estas compras y que pueden tener productos que no están disponibles en la ciudad.

› **Sección 4: Evaluación de conceptos**

Después de haberles presentado unas imágenes y videos de las cerraduras y paneles de pared 3D se preguntó acerca de la opinión que tenían sobre estos y estos fueron sus comentarios:

Cerraduras inteligentes

Les gustó mucho el concepto y las características que poseía, especialmente debido a la inseguridad y el temor que sienten de que sus hogares sean asaltados. Confesaron que las cerraduras convencionales podrían no ofrecer una protección adecuada en el contexto en el que viven y hubo algunos participantes que admitieron tener varios tipos de cerradura en una misma

puerta para sentirse seguros. Les gustó que estas cerraduras puedan ser instaladas en diferentes tipos de puertas, ya que no deberían adquirir algún tipo de puerta especial.

Comentaron que les gustaría que una vez comprada la cerradura se brindara algún tipo de servicio de instalación o que se recomiende a una persona capacitada para realizar la instalación de este tipo de cerraduras y apreciarían la idea de recibir instrucciones sobre el uso adecuado de cada una de las funciones que tiene la cerradura para evitar cualquier posible mal uso o funcionamiento incorrecto.

También tomaron en cuenta del valor de una cerradura convencional de buena calidad y están conscientes que al ser una cerradura inteligente con avanzada tecnología y a las diversas funciones que posee su precio será más elevado. A pesar de esto, los participantes mencionaron que estarían dispuestos a invertir en estas cerraduras.

Un participante con experiencia en el sector inmobiliario mencionó que tener estas cerraduras inteligentes podría aumentar el valor de arriendo o venta ya que la seguridad que brinda un lugar es un aspecto que todos toman en cuenta los posibles inquilinos o compradores.

Paneles de pared 3D

Los participantes observaron un video donde se mostraba el proceso de instalación de estos paneles y mencionaron que no parecía requerir habilidades especializadas más allá de los que poseería un albañil de confianza, lo que hace que sea más accesible de incorporar en sus hogares.

Indicaron que quedaron impresionados por la amplia gama de diseños, colores y texturas disponibles para estos paneles de pared, lo que los hace más versátiles y capaces de adaptarse a diversas preferencias personales y estilos. Haciéndolo más llamativo en relación con otras opciones de decoración que suelen tener un valor más elevado.

3.2. Identificación de proveedores internacionales

A continuación, se presentan fichas técnicas donde se recopilaron todos los datos de los proveedores seleccionados de Alibaba que mejor se adaptaron al perfil buscado.

Tabla 5

Ficha técnica de proveedor de paneles de pared 3D en Alibaba

Proveedor: "Haining Chenyu Import & Export Trading Co., Ltd."	
Indicador	Detalle
Perfil de la empresa	Haining Chenyu Import and Export Trade Co., Ltd, fundada en 2008, es una empresa integral con más de 15 años de experiencia, iniciando con la fabricación y venta de paneles de techo de PVC, paneles de WPC, paneles de pared y paneles UV, anteriormente conocida como Haining Chenyu Plastic Co., Ltd. A lo largo de los años, la empresa ha ampliado gradualmente su capacidad de producción hasta más de 20 líneas de producción para adaptarse a las nuevas demandas del mercado actual y seguir siendo competitiva en el mercado global. Su valor de producción anual está entre 2,5 millones de dólares estadounidenses y 5 millones de dólares estadounidenses.
Años en la plataforma	4 años
Proveedor verificado	Si
Nº de trabajadores	De entre 51 a 100 personas trabajando para la empresa
Historial de pedido	Más de 10 transacciones
Mercados principales	América del Sur (25%), África (20%), Centroamérica (15%), Medio Oriente (15%), Europa del este (10%)
Principales tipos de clientes	Mayoristas, minoristas y para uso privado.
Capacidad de producción	Tamaño de fábrica 10,000-30,000 metros cuadrados Nº de Líneas de Producción Por encima de 20
Condiciones de entrega y modalidades de pago	Condiciones de entrega: FOB, CFR, CIF, EXW Modalidad de pago: T/T, L/C
Monedas de pago aceptadas	Dólar estadounidense, Yuan

Plazo medio de entrega	20 días
-------------------------------	---------

Puerto cercano	Puerto de Shanghái
-----------------------	--------------------

Fuente: Alibaba (*Haining Chenyu Import & Export Trading Co., Ltd.*)

Tabla 6

Ficha técnica de proveedor de cerraduras inteligentes en Alibaba

Proveedor: "Doorplus Hardware Co., Limited"	
Indicador	Detalle
Perfil de la empresa	<p>Doorplus Hardware Co. Limited es una empresa muy conocida en el campo de las cerraduras inteligentes para puertas. La empresa está ubicada en el distrito de Jianghai de la ciudad de Jiangmen, en la provincia de Guangdong, China.</p> <p>La empresa lleva más de 10 años centrada en la industria de las cerraduras de seguridad y se dirige a los sectores de construcción e inmobiliaria de su país. Conscientes de su reputación, siempre se centran en desarrollar conceptos nuevos e innovadores para todas las líneas de sus productos.</p>
Años en la plataforma	3 años
Proveedor verificado	Si
Nº de trabajadores	Más de 20 trabajadores a tiempo completo
Historial de pedido	Más de 60 transacciones
Mercados principales	Medio oriente (35%), Sudeste de Asia (30%), América del Norte (5%), América del Sur (5%)
Principales tipos de clientes	Minorista, Ingeniero, Mayorista, Negocio de marca, Para uso privado, Fabricante

Capacidad de producción	5 líneas de producción, 50 máquinas para la producción
Condiciones de entrega y modalidades de pago	Condiciones de entrega: FOB, CIF, EXW, CFR Modalidades de pago: L/C, TT, Tarjeta de Crédito, Efectivo, West Union, MoneyGram, PayPal, Moneybookers
Monedas de pago aceptadas	Dólar estadounidense, Euro, Yuan
Plazo medio de entrega	30 días
Puerto cercano	Puerto de Guangzhou, Puerto de Shenzhen, Puerto de Shanghái y Puerto de Qingdao

Fuente: Alibaba (*Doorplus Hardware Co., Limited*)

3.3. Identificación de barreras arancelarias y no arancelarias

A continuación, se presentan unas fichas técnicas detallando la clasificación arancelaria de las cerraduras inteligentes y de los paneles de pared 3D.

Tabla 7

Clasificación arancelaria de las cerraduras inteligentes

Indicador	Detalle
Nombre del producto	Cerradura inteligente
Características del producto	La cerradura es de aluminio, puede conectarse a través de WIFI y Bluetooth y puede desbloquearse mediante huella digital, contraseña, tarjeta y una llave manual.
Función	Así como las cerraduras convencionales, su función es mantener puertas cerradas y asegurar una protección. Con un sistema más electromecánico.
Sección	SECCIÓN XV: METALES COMUNES Y MANUFACTURAS DE ESTOS METALES

Capítulo	Capítulo 83: Manufacturas diversas de metal común
Partida	8301 - Candados, cerraduras y cerrojos (de llave, combinación o eléctricos), de metal común; cierres y monturas cierre, con cerradura incorporada, de metal común; llaves de metal común para estos artículos (+).
Subpartida	8301.40 que corresponde a - - Las demás cerraduras; cerrojos
Nota explicativa	<p>Esta partida comprende un conjunto de dispositivos de cierre cuyo mecanismo es accionado por una llave (incluidos, por ejemplo: los dispositivos de seguridad de cilindro, de palanca o de vueltas) o mediante una combinación de cifras o de letras (llamados de combinación).</p> <p>Se clasifican aquí igualmente las cerraduras que se abren o cierran eléctricamente (para puertas exteriores de inmuebles o para ascensores, principalmente). Estas cerraduras pueden funcionar, por ejemplo: mediante la introducción de una tarjeta magnética, componiendo un código en un teclado electrónico o por una señal de radio.</p> <p>Estos dispositivos de cierre comprenden:</p> <p>B) Las cerraduras de cualquier clase, así como los cerrojos de seguridad, para puertas de edificios, cercas, buzones, cajas de caudales, muebles, pianos, baúles, maletas, cofres, estuches, artículos de marroquinería (bolsos (carteras) de dama, portafolios, bolsos de mano (carteras), etc.), para vehículos (automóviles, vagones de ferrocarril, tranvías, etc.) para ascensores, cortinas de cierres metálicos, etc.</p>
Arancel Ad-Valorem	0%
Arancel Especifico	\$0,00
FODINFA	0,50%
IVA	12%
ICE	0%
	NO

Liberación Tributaria	
Prohibición	Prohibida importación de Corea del Norte, según Resolución No. 2397 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas
Reglamentos INEN	REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 166 (1R) "CERRADURAS MECÁNICAS Y ELECTROMECAÓNICAS PARA PUERTAS"

Fuente: *Arancel de Importaciones del Ecuador – PUDELECO*

Tabla 8

Clasificación arancelaria de los paneles de pared 3D

Indicador	Detalle
Nombre del producto	Panel de pared 3D
Características del producto	Panel decorativo (70 x 77cm x 6mm) para paredes, con material impermeable, a prueba de humedad y moho con aislamiento térmico.
Función	Los paneles de pared 3D ofrecen mejorar la decoración de un espacio (casa, hotel, centro comercial, oficina, etc.), dándole un efecto moderno e interactivo.
Sección	Sección VII: PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS; CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS
Capítulo	Capítulo 39: Plástico y sus manufacturas
Partida	39.18 - Revestimientos de plástico para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas; revestimientos de plástico para paredes o techos, definidos en la Nota 9 de este Capítulo.
Subpartida	3918.90 - De los demás plásticos

La segunda parte de la partida, cuyo alcance está definido en la Nota 9 de este Capítulo, comprende los revestimientos de plástico para paredes o techos, incluso los que tienen un soporte de materias textiles. Se excluyen los revestimientos similares de papel, recubiertos o revestidos de plástico y se clasifican en la partida 48.14.

Hay que observar que esta partida comprende los artículos con impresiones o ilustraciones que no tengan un carácter accesorio en relación con su utilización principal (véase la Nota 2 de la Sección VII).

Nota 2 de la Sección.

Nota explicativa

Los artículos de la partida 39.18 (revestimientos para el suelo, revestimientos de plástico para paredes o techos) y de la partida 39.19 (placas, etc., autoadhesivas, de plástico), incluso con impresiones o ilustraciones que no tengan un carácter accesorio en relación con su utilización principal, no se clasifican en el Capítulo 49, sino que permanecen clasificados en las partidas mencionadas anteriormente. Por el contrario, todos los demás artículos de plástico o de caucho de los tipos de los descritos en esta Sección se clasifican en el Capítulo 49 cuando las impresiones o ilustraciones de las que están recubiertos no tengan un carácter accesorio en relación con su utilización principal.

Arancel Ad-Valorem 0%

Arancel Especifico \$0,00

FODINFA 0,50%

IVA 12%

ICE 0%

Liberación Tributaria NO

Prohibición Prohibida importación de Corea del Norte, según Resolución No. 2397 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas

Reglamentos INEN No requiere ninguna Norma INEN

Fuente: *Arancel de Importaciones del Ecuador – PUDELECO*

3.4. Costos de importación

Tabla 9

Detalle de los productos

Ítems	Cantidad	Descripción de productos	Unidad de Medida	FOB Total	FOB Unitario	Peso Bruto
1	100	Cerradura Inteligente Doorplus	UN	8300,00	83,00	160
2	500	Paneles de pared 3D azul	UN	310,00	0,62	70
3	500	Paneles de pared 3D café	UN	310,00	0,62	70
TOTAL	1100			8920,00		300

Flete	CFR	Base imponible Seguro	CIF	VAM
2.951,00		118,71		
1573,87	9873,87	98,74	9972,61	8398,74
688,57	998,57	9,99	1008,55	319,99
688,57	998,57	9,99	1008,55	319,99
2951,00	11871,00	118,71	11989,71	9038,71

Fuente: Proveedores (Haining Chenyu Import & Export Trading Co., Ltd.) (Doorplus Hardware Co., Limited)

Tabla 10

Costos Arancelarios

AD VALOREM		ACUERDO COMERCIAL			ESPECIFICO			FONDINFA	
% AD V	AD V	% PREFERENCIA	PREFERENCIA	ADV A PAGAR	ESPECIFICO	CANTIDAD	ESP. CALCULADO	% FONDINFA	FONDINFA CALCULADO
0%	0,00	0	0	0,00	0%	100	0	0,50%	41,99
0%	0,00	0	0	0,00	0%	500	0	0,50%	1,60
0%	0,00	0	0	0,00	0%	500	0	0,50%	1,60
0,00		0,00			1100				

ICE			IVA			TOTAL TRIBUTOS ADUANA	ISD			TOTAL TRIBUTOS S + ISD
BASE ICE	% ICE	ICE CALCULADO	BASE IVA	% IVA	IVA CALCULADO		% ISD	BASE ISD	ISD CALCULADO	
12518,25	0%	0,00	10014,60	12%	1201,75	1243,75	3,75%	9873,87	370,27	1614,02
1262,69	0%	0,00	1010,15	12%	121,22	122,82	3,75%	998,57	37,45	160,26
1262,69	0%	0,00	1010,15	12%	121,22	122,82	3,75%	998,57	37,45	160,26
						1489,38				1934,54

Fuente: Arancel de Importaciones del Ecuador – PUDELECO

Tabla 11

Costos Logísticos

COSTOS LOGISTICOS									TOTAL COSTOS LOGISTICOS
\$ 560,00	\$ 35,60	\$ 756,00	\$ 53,52	\$ 133,80	\$ 580,00	\$ 745,48	\$ 210,00	\$ 5.300,00	
Agente Aduana	Almacenamiento	Gastos Locales	Despacho de carga	Aforo y mov. de contenedor	Custodia	Transporte	Descarga Fabrica	OTROS	
50,91	3,24	68,73	4,87	12,16	52,7272727	67,77	19,09	481,818182	761,31
254,55	16,18	343,64	24,33	60,82	263,636364	338,85	95,45	2409,09091	3806,55
254,55	16,18	343,64	24,33	60,82	263,636364	338,85	95,45	2409,09091	3806,55
560	35,6	756	53,52	133,8	580	745,48	210	5300	8374,40

Fuente: (Contecon Guayaquil, 2023)

Tabla 12*Utilidad y costo total de la importación*

COSTOS TOTAL IMP	COSTO TOTAL IMP/UNIT	UTILIDAD		P.V	P.V.U
		% UTILIDAD	UTILIDAD CALCULADA		
12347,93	123,48	15%	1852,19	14200,12	142,00
4975,36	9,95	15%	746,30	5721,67	11,44
4975,36	9,95	15%	746,30	5721,67	11,44
22298,65	20,27			22298,65	

Como se puede visualizar en la tabla 12, después de haber calculado todos los costos que conlleva una importación y asignado un margen de ganancia del 15%, se consiguió determinar un precio de \$142 para las cerraduras inteligentes y \$11.44 para los paneles de pared 3D. Teniendo en cuenta el valor que las personas estarían dispuestas a pagar (entre \$70 y \$100 para las cerraduras), estos valores podrían considerarse más altos de lo que se esperaba. Sin embargo, se podría considerar viable teniendo en cuenta que son productos innovadores y modernos que llaman la atención del público. Otro factor importante para considerar es que, si se aumentan el número de unidades compradas, el precio final a pagar puede disminuir.

3.5. Discusión de resultados

La evaluación de la factibilidad de importar cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D desde el mercado chino con el propósito de comercializarlos en el mercado esmeraldeño se convierte en un paso crucial para identificar oportunidades y desafíos en este ambicioso proyecto empresarial.

Tal y como lo explican Luna & Chaves (2001), los estudios de factibilidad son indispensables cuando se desea iniciar un proyecto, ya que ayudan a determinar su viabilidad en función de evidencia. El estudio de factibilidad para la importación de cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D desde el mercado chino para la comercialización en el

mercado esmeraldeño mostró resultados positivos en función del análisis exhaustivo de los resultados obtenidos.

De acuerdo con el estudio de mercado y los resultados que arrojó, se determinó que es viable realizar la importación debido al interés que mostraron los participantes en ambos productos, impulsado por sus características innovadoras y propuesta de diseño cautivadoras.

En el ámbito de la gestión de compras y la cadena de suministro, el análisis de los proveedores desempeña un papel fundamental en la determinación de las condiciones comerciales entre las empresas y sus proveedores elegidos. Estos proveedores suministran los productos e insumos que constituyen la base de la oferta de la empresa a los consumidores.

El proceso de análisis de proveedores sirve como una herramienta para examinar e investigar meticulosamente los diversos tipos de proveedores disponibles en el mercado, para posteriormente seleccionar a los más adecuados que ayuden a satisfacer eficazmente las necesidades de los clientes y alcanzar los objetivos planteados.

Determinar las barreras arancelarias y no arancelarias de los productos a importar desde el mercado chino contribuyó en la evaluación de factibilidad de la importación, donde se establecieron los aranceles y medidas que corresponden a cada producto.

Comprender los costes que conlleva el proceso de importación fue un aspecto fundamental de la evaluación de la viabilidad. Esto permitió conocer el precio final al que se podrían ofrecer los productos en el mercado esmeraldeño. Teniendo en cuenta que el aumento de la cantidad de productos comprados a los proveedores podría dar lugar a descuentos, lo que repercutiría positivamente en el precio final para los consumidores.

Estos resultados se pueden comparar con la conclusión de la investigación de Cabrera, León y Ramos (2018), donde mencionan que su plan de negocios relacionado a los paneles de pared 3D en Lima, es rentable, específicamente donde se menciona el interés por parte de su

público objetivo hacia los paneles de pared 3D debido a que lo consideran un producto con diseños novedosos e innovadores. Al igual que la presente investigación, donde después haber realizar una encuesta y un focus group se demostró que existe un interés en adquirir este producto debido a su fácil instalación y variedad de diseños.

Asimismo, tenemos la investigación de Estrada y Bedoya (2020) que habla sobre la comercialización de cerraduras inteligentes en Medellín y donde indican que su investigación está dirigida específicamente a los sectores hoteleros y bancarios de la ciudad. Sin embargo, al ser un producto con un precio no necesariamente económico, los clientes van a ser sensibles al precio y a su cambio. Mientras que para esta investigación no se planteó centrarse específicamente en un sector particular. Del mismo modo, se estableció que el precio final para la comercialización puede ser algo elevado, no obstante, sigue siendo un producto innovador y llamativo que se puede ofrecer a un mercado diferente como sectores hoteleros o de construcción e inmobiliarias.

Por otro lado, la investigación realizada por Hernandez et al., (2019) no se enfoca en importar cerraduras inteligentes, ambas investigaciones comparten la conclusión de que existe un interés positivo por parte de los consumidores hacia este tipo de productos innovadores. Aunque su enfoque en la fabricación local podría tener ventajas en términos de control de calidad y costos a largo plazo, la propuesta de importación desde China podría ofrecer una entrada rápida al mercado con productos ya existentes y probados, lo que podría ser especialmente ventajoso en un mercado emergente como Esmeraldas.

La investigación llevada a cabo por Cañizares (2018) se presenta como un recurso valioso para orientar la iniciativa de importar paneles decorativos en 3D desde China a Ecuador. La identificación de un nicho poco explotado en el mercado de Quito es un aspecto crítico que sugiere un potencial prometedor para la entrada en este sector de negocio, ya que al

parecer hasta en la capital del país no hay mucha competencia, lo que abre posibilidades de oportunidades en Esmeraldas.

Ahora bien, es importante tener en cuenta que Esmeraldas es una ciudad pequeña en comparación con Lima, Medellín y Quito, lo que puede influir en el número de compradores potenciales comparando con ambas investigaciones.

Por otra parte, cabe mencionar que tres de las investigaciones buscan realizar una importación desde China. Y esta decisión está bien fundamentada, considerando que China es un país industrializado que cuenta con tecnología avanzada y mano de obra capacitada, lo que lo hace un mercado atractivo para buscar proveedores de diferentes productos, entre ellos las cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D.

CAPÍTULO 4. Conclusiones y Recomendaciones

4.1. Conclusiones

- 1) Una vez terminada esta investigación, se llegó a la conclusión de que es factible realizar la importación de cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D desde China para la comercialización en la ciudad de Esmeraldas. Es viable realizar la importación desde China, debido a la consolidada condición de este país como nación industrializada con la capacidad de fabricar productos innovadores con precios competitivos.
- 2) El estudio de mercado demostró que los habitantes de la ciudad de Esmeraldas muestran interés por las cerraduras inteligentes y están dispuestos a invertir en productos que aumenten la seguridad en sus hogares, ya que la presencia de estos les crea una sensación de seguridad y tranquilidad.
- 3) Asimismo, se reveló que para los participantes del focus group, los paneles de pared 3D tienen un factor novedoso y atractivo. Ambos productos responden a la evolución de las preferencias de los consumidores por soluciones sofisticadas, tecnológicamente integradas y estéticamente agradables.
- 4) Las fichas técnicas ayudaron a recabar información que permitió seleccionar proveedores que cumplieran las especificidades necesarias para el proceso de importación de cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D. Estos proveedores proporcionaron facturas proformas y packing list que permitió continuar con la investigación y determinar los costos de la importación.
- 5) A través de la inteligencia del producto se determinaron las barreras arancelarias no arancelarias que presentan los productos, en el caso de la cerradura inteligente requiere un certificado INEN.

- 6) Después de calcular los costos en los que incurriría la importación se evidenció que los precios finales de los productos podrían considerarse más altos de lo que se esperaba. Sin embargo, se podría tener en cuenta que son productos innovadores que llaman la atención del público. También se puede considerar que, si se aumentan el número de unidades compradas, el precio final a pagar puede disminuir.

4.2. Recomendaciones

- › Se recomienda profundizar en la recolección de información a través de nuevas encuestas y focus groups, puesto que de este modo se podrá tener acceso a nueva y mucha más información sobre las preferencias y requerimientos de los potenciales consumidores para poder aplicar mejores estrategias que se ajusten a sus expectativas y posicionar a los productos dentro del mercado.
- › Pensar en la hotelería y construcción inmobiliaria como mercados objetivos potenciales para las cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D, ya que estos dos sectores abarcan un gran potencial para adoptar estos productos/elementos innovadores. Por un lado, las cerraduras se ajustan a las exigencias de los turistas o nuevos compradores que buscan mayor seguridad y comodidad, mientras que los paneles de pared 3D permiten crear nuevos espacios visualmente atractivos y modernos. De esta forma, ambos productos se convertirían en una interesante propuesta de valor para estos sectores.
- › Es fundamental que los futuros consumidores cuenten con un asesoramiento adecuado para el correcto uso y mantenimiento de estos productos innovadores. Se podría considerar crear una página en línea con información completa como guías para una correcta instalación y tutoriales donde se muestren las configuraciones

disponibles y prácticas de mantenimientos. También se podría solicitar a los proveedores de los productos que proporcionen videos explicativos que ayuden a los consumidores a sentirse más cómodos a la hora de usar estos productos. Además, con cada compra se debería entregar un manual en español con una guía de usuario detallando instrucciones de uso, precauciones de seguridad, etc. Todo esto ayudará a crear una relación fuerte con el cliente y se reducirán las posibilidades de que surjan problemas en el futuro.

- › Aprovechando la creciente tendencia de las compras en línea, sería factible pensar en nuevas estrategias de difusión aprovechando el poder de las redes sociales y el marketing online para poder tener una base de clientes más amplia.

5. Bibliografía

- Baintex. (20 de Diciembre de 2021). *Baintex*. Obtenido de <https://www.baintex.com/es/blog/post/que-es-cerradura-inteligente-como-funciona>
- Banco Central. (2022). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/Indices/m2044062022.htm>
- Bedoya, S., & Estrada, J. G. (09 de junio de 2020). <https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/2087/1/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20FINAL.pdf>. Obtenido de <https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/2087/1/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20FINAL.pdf>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2010). *CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/CODIGO-ORGANICO-DE-LA-PRODUCCION-COMERCIO-E-INVERSIONES.pdf>
- Contecon Guayaquil. (2023). *Tarifario 2023*. Obtenido de <https://www.cgsa.com.ec/wp-content/uploads/tarifas-2023.pdf>
- Doorplus Hardware Co., Limited. (2023). *Alibaba*. Obtenido de <https://doorplus.en.alibaba.com/minisiteentrance.html?spm=a2700.details.cordpanyb.2.565c13a5cHVbiZ&from=detail&productId=1600642297635>
- Editorial Etecé. (05 de agosto de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/paises-en-vias-de-desarrollo/>

- Haining Chenyu Import & Export Trading Co., Ltd. (2023). *Alibaba*. Obtenido de <https://cyjck.en.alibaba.com/minisiteentrance.html?spm=a2700.details.0.0.3e3646c5Sp7QGs&from=detail&productId=1600301403661>
- INEC. (2010). «*Censo de Población y Vivienda 2010*». Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/esmeraldas.pdf>
- Jaimes, X. (15 de febrero de 2022). *RD Station*. Obtenido de <https://www.rdstation.com/es/blog/mercadotecnia/>
- Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing Conceptos Esenciales. En P. Kotler, *Dirección de Marketing Conceptos Esenciales* (pág. Pág. 65). Prentice Hall.
- López, J. F. (01 de diciembre de 2018). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>
- Luna, R., & Chaves, D. (Marzo de 2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Obtenido de https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf
- Miller Magazine. (28 de Febrero de 2020). *Molinero* . Obtenido de <https://millerspanish.com/blog/china-la-economia-agricola-mas-grande-del-mundo-332>
- Morales, F. C. (09 de junio de 2020). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/pais-industrializado.html>
- Parra, A. (21 de 03 de 2021). *QUESTIONPRO*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/inteligencia-de-mercado/>

Perrenoud, D. (2022). *We Nomad*. Obtenido de <https://wenomad.marketing/comercializar-con-china/>

Reglamento COPCI . (29 de Diciembre de 2010). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2022/11/REGLAMENTO-AL-TITULO-DE-LA-FACILITACION-ADUANERA-PARA-EL-COMERCIO-DEL-LIBRO-V-DEL-COPCI.pdf>

Ricaurte, A. (19 de Enero de 2022). *ECUAFIRMA*. Obtenido de <https://ecuafirma.com/que-es-el-token/#:~:text=Es%20un%20dispositivo%20f%C3%ADsico%20de,de%20tener%20conocimientos%20t%C3%A9cnicos%20complejos.>

Ripani, L. (18 de Febrero de 2021). *BID*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/trabajo/es/el-impacto-de-la-automatizacion-mas-alla-de-las-fronteras/>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Noviembre de 2021). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20una%20Importaci%C3%B3n%3F,que%20se%20haya%20sido%20declarado.>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (18 de 01 de 2022). *Portal Único de Trámites Ciudadanos*. Obtenido de Registro de la Declaración Aduanera de Importación: <https://www.gob.ec/senae/tramites/registro-declaracion-aduanera-importacion>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (05 de 04 de 2022). *Pórtal Único de Trámites Ciudadanos*. Obtenido de <https://www.gob.ec/senae/tramites/aprobacion-registro-oce-importadorexportador-sistema-informatico-ecuapass/#:~:text=Todas%20las%20personas%20naturales%20o,por%20la%20Servicio%20Nacional%20de>

SRI. (2023). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/ruc-personas-naturales>

TeknoStep. (03 de Julio de 2021). *TeknoStep Designer*. Obtenido de <https://tekno-step.com/que-son-los-paneles-y-muros-3d/#:~:text=Un%20panel%203D%20es%20una,poliestireno%20y%20metal%2C%20entre%20otros.>

Cabrera, T., León Rohny, & Ramos, J. L. (2018). *Importación y comercialización de paneles adhesivos para pared con textura 3D procedente de China*. <https://1library.co/document/q05mx8gy-importacion-comercializacion-paneles-adhesivos-pared-textura-procedente-china.html>

Cañizares, H. (2018). *Plan de negocios para la importación, comercialización e instalación de paneles decorativos en 3D a base de fibra de bambú desde China*. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/10018/1/UDLA-EC-TINI-2018-103.pdf>

Estrada, J. G., & Bedoya, S. (2020, June 9). *Plan de negocio para la importación de cerraduras de seguridad biométrica*. [https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/2087/1/PLAN DE NEGOCIO FINAL.pdf](https://repositorio.esumer.edu.co/bitstream/esumer/2087/1/PLAN_DE_NEGOCIO_FINAL.pdf)

García, F. (2012). *CONCEPTOS SOBRE INNOVACIÓN “PLAN ESTRATÉGICO 2013-2020” ASOCIACION COLOMBIANA DE FACULTADES DE INGENIERÍA FERNANDO GARCIA GONZÁLEZ OCTUBRE 2012*. https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf

Hernandez, K., Huerta, L., Miranda, M., Pantigoso, J., & Rocha, M. (2019). *CERRADURA ELECTRÓNICA INTELIGENTE PARA EL HOGAR*. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d13c574c-9741-418f-bee8-395048765899/content>

Marín, C. (2017). Cálculo del tamaño óptimo de una muestra. In *Repositorio Ucc*.

Nieto, N. (2010). *Cuando China cambia el mundo*. Política y Cultura.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-77422010000100010

6. ANEXOS

Encuesta

Instrucciones:

Lea cuidadosamente cada pregunta y responda con toda transparencia a las preguntas formuladas.

Esta encuesta se realiza únicamente con fines investigativos y servirá como instrumento de recolección de datos para el desarrollo de una tesis de grado de la carrera de Negocios Internacionales en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas.

Además, toda la información brindada será manejada con confidencialidad y anonimato.

1. Sexo

- Hombre
- Mujer
- Otro

2. ¿Cuál es tu edad?

- Menor a 20
- Entre 20 años y 25 años
- Entre 26 años y 35 años
- Entre 36 años y 45 años
- Entre 46 años y 55 años
- Más de 55

3. ¿Usted vive en Esmeraldas?

- Si
- No

4. ¿Cuál es el rango de sueldo que percibe al mes?

- \$100 a \$250
- \$250 a \$500

- \$500 a \$750
- \$750 a \$1000

5. ¿Qué tipo de cerradura usa en el hogar?

- Cerraduras tubulares
- Cerraduras de sobreponer
- Cerraduras empotradas
- Cerraduras inteligentes

6. ¿Cuál es la característica más importante a la hora de comprar una cerradura?

- Calidad y seguridad
- Durabilidad
- Diseño
- Precio
- Innovación y tecnología

7. ¿Qué opina de las nuevas innovaciones que están saliendo al mercado referente a seguridad?

- Me interesan
- Irrelevante
- No me interesan

8. Nivel de importancia que le da a la seguridad de su hogar

- Totalmente importante
- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Nada importante

9. Dispositivos que dan seguridad al hogar

- Cámaras
- Alarmas
- Cerraduras

- Sensor de movimiento

10. ¿Qué tan interesante le resulta saber que hay en el mercado cerraduras inteligentes que poseen una cámara, alarma, acceso mediante huella o contraseña y sensor de movimiento?

- Muy interesante
- Interesante
- Me da igual
- Nada interesante

11. ¿Cuál es su nivel de satisfacción luego usar productos de origen chino?

- Totalmente satisfecho
- Muy satisfecho
- Neutral
- Poco satisfecho
- Nada satisfecho

12. ¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por estas cerraduras inteligentes?

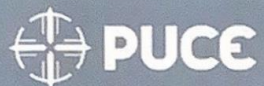
- \$30 a \$40
- \$50 a \$60
- \$70 a \$80
- \$90 a \$100
- \$100 en adelante


FORMULARIO DE VALIDACIÓN

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

Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

Sede Esmeraldas
Escuela de Comercio Exterior



C.I:	0803558253
Firma:	
Fecha:	16-6-2023

FORMULARIO DE VALIDACIÓN

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	x		x			x	x			x		
2	X		X			X	X			X		
3	X		X			X	X			X		
4	X		X			X	X			X		
5	X		X			X	X			X		
6	X		X			X	X			X		
7	X		X			X	X			X		
8	X		X			X	X			X		
9	X		X			X	X			X		
10	X		X			X	X			X		
11	x		x			x	x			x		
ASPECTOS GENERALES										SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										x		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										x		No se evidencia preguntas filtro, si se va a aplicar al segmento o de forma virtual. Siempre es bueno que estas preguntas estén al inicio, especialmente si ya se tiene establecido el segmento y muestra.
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia										x		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir										x		
VALIDEZ												
APLICABLE:						X		NO APLICABLE:				

Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

Sede Esmeraldas
Escuela de Comercio Exterior



APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:		
Validado por:	Mgt. Mario Armas Arias	
C.I:	0503270506	
Firma:		
Fecha:	14-06-2023	

GUÍA DE DISCUSIÓN PARA FOCUS GROUP

Objetivo general:

Analizar los hábitos de compra al momento de escoger cerraduras y decoración para pared de los hogares esmeraldeños. Explorar diversos aspectos de las cerraduras inteligentes y los paneles de pared 3D, como sus características, facilidad de uso y diseño.

Recabar opiniones y puntos de vista de un grupo de personas que ayuden a identificar las características, funcionalidades, aspectos de diseño clave que los usuarios consideran deseables y evaluar la demanda de estos productos en el mercado esmeraldeño. Esto permitirá identificar perspectivas que pueden servir de base para estrategias de marketing que podrían aplicarse para una mayor participación en el mercado dentro del segmento especificado para la categoría.

Presentación:

“Bienvenidos al focus group de hoy sobre cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D, gracias por asistir. Mi nombre es Dayana Santo, soy estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas y guiaré el debate.

Hablemos ahora de los objetivos de este focus group. Hoy queremos recabar sus opiniones, puntos de vista y experiencias en relación con las cerraduras inteligentes y paneles de pared 3D. Así como su utilidad, sus ventajas, sus posibles preocupaciones y cualquier otra idea u opinión que tengan sobre estos productos. Sus comentarios nos ayudarán a comprender las perspectivas y preferencias de ustedes, los consumidores. El debate se dividirá en varios temas, y les guiaré a través de cada uno de ellos.

Cabe recalcar que esta sesión se grabará únicamente con fines de investigación y toda la información que nos brinden será confidencial. Por favor, no duden en expresar abiertamente sus opiniones y recuerden que no hay respuestas correctas o incorrectas, quiero escuchar sus opiniones sinceras.”

Primera sección: Información personal, demográfica y socioeconómica

Para comenzar me gustaría conocerlos un poco, cuéntenme ...

- › ¿Cómo se llaman? ¿Qué edad tienen? ¿En qué parroquia viven?
- › ¿Están casados? ¿Tienen hijos? ¿Cuántos? ¿Con quienes viven en casa?

- › ¿A que se dedican? ¿Trabajan, estudian o se dedican a tareas del hogar? ¿realizan alguna otra actividad?
- › ¿En que trabajan? Si estudian, - ¿Qué carrera siguen? ¿En qué semestre se encuentran?
- › ¿Qué actividades les gusta realizar en sus tiempos libres?

Segunda sección: Sensibilización y Familiarización

Cerraduras inteligentes

- › Para empezar, hablemos de su nivel de conocimiento y familiaridad con las cerraduras inteligentes. ¿Cuántos de ustedes conocen las cerraduras inteligentes? ¿Han utilizado alguna? ¿Qué saben de sus funciones y características?
- › Ahora vamos a explorar la facilidad de uso y la comodidad de las cerraduras inteligentes. Quienes hayan utilizado cerraduras inteligentes, ¿cómo describirían su experiencia? ¿Cuáles son las ventajas de utilizar cerraduras inteligentes en comparación con las cerraduras tradicionales? ¿Hay alguna función específica que le resulte especialmente útil o cómoda? Comparta su opinión.
- › La seguridad y la privacidad son consideraciones importantes cuando se trata de cerraduras inteligentes. ¿Qué opina de la seguridad que ofrecen las cerraduras inteligentes? ¿Le preocupa la seguridad de estos dispositivos?
- › Las cerraduras inteligentes suelen integrarse con otros dispositivos o sistemas, como asistentes virtuales. ¿Alguno de ustedes ha utilizado cerraduras inteligentes junto con otros dispositivos o plataformas? ¿Cómo fue la experiencia de integración? ¿Ha tenido algún problema de compatibilidad? ¿Qué opina de las posibilidades de integración de las cerraduras inteligentes en sus hogares?
- › Por último, hablemos de posibles mejoras o funciones que le gustaría ver en futuras tecnologías de cerraduras inteligentes. ¿Hay alguna funcionalidad específica que crea que falta en la oferta actual? ¿Qué haría que las cerraduras inteligentes fueran aún más atractivas o útiles para usted? Comparta sus ideas y sugerencias.

Paneles de pared 3D

- › Hablemos de su nivel de conocimiento y familiaridad con los paneles de pared 3D. ¿Cuántos de ustedes conocen los paneles de pared 3D? ¿Los han utilizado en sus propios espacios? ¿Qué saben de su diseño y funcionalidad?

- › Exploremos ahora los aspectos estéticos y de diseño de los paneles de pared 3D. Quienes hayan utilizado o visto paneles pared 3D, ¿cómo describirían su impacto visual? ¿Cuáles son las ventajas de utilizar paneles de pared 3D en comparación con las paredes planas tradicionales? ¿Hay algún diseño, textura o acabado que le resulte especialmente atractivo o versátil? Comparta su opinión.
- › La instalación y el mantenimiento de los paneles de pared 3D puede ser un aspecto crucial de su uso. ¿Alguno de ustedes ha instalado o trabajado antes con paneles de pared 3D? ¿Cómo fue el proceso de instalación? ¿Hubo algún reto o consideración a tener en cuenta?
- › Los paneles de pared 3D pueden utilizarse en diversos entornos, como viviendas, oficinas, locales comerciales, etc. ¿Ha visto o utilizado paneles de pared 3D en distintos entornos? ¿Hay algún espacio o área específicos en los que crea que los paneles de pared 3D podrían destacar?

Tercera sección: Comportamientos de compra

- › Quisiera que me hablen sobre los lugares donde suelen comprar las cerraduras y artículos para decorar sus hogares
- › También hablemos de precios, ¿Cuánto ha pagado por las cerraduras inteligentes si los ha adquirido? ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por una cerradura inteligente y paneles de pared 3D? ¿Les gustaría tener algunos de estos productos en sus hogares? Más adelante voy a hablarles un poco de unas cerraduras inteligentes y unos modelos de paneles de pared 3D que les podría interesar
- › ¿Por lo general tienen un lugar en específico donde suelen comprar estos artículos? ¿O suelen mirar las novedades que ofrecen diferentes locales?
- › ¿Se sienten conformes con las características que les ofrecen sus actuales cerraduras? ¿se sienten conformes con el diseño de sus paredes en su hogar?

Cuarta sección: Evaluación de conceptos

A continuación, me gustaría enseñarles unos productos que están relacionados a lo que estuvimos hablando durante la reunión (**mostrar imágenes o videos y explicar las características que ofrecen ambos productos**)

- › ¿Hubo algo que no quedó claro? ¿Hubo algo que les llamó la atención?
- › ¿Qué cosas les gustaron? ¿Hay algo que no les gustó? ¿Por qué?

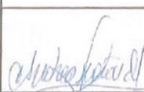
- › ¿Les resultó interesante estos productos presentados? ¿Por qué?
- › ¿Se animarían a comprarlos? ¿Qué factores influirían en su decisión de comprar una cerradura inteligente? ¿Por comodidad, seguridad o una combinación de ambas?
- › ¿Se animarían a comprarlos? ¿Qué factores influirían en su decisión de comprar paneles de pared 3D? ¿Sería sus diseños, su funcionalidad o algún otro aspecto?
- › ¿conocen algún producto similar en el mercado esmeraldeño que conozcan? ¿Dónde lo venden?
- › ¿Siente que existe algún beneficio para usted al adquirir alguno de estos productos? ¿Por qué? ¿Qué aspecto o situación les detendría a no comprarlo?
- › ¿Te sientes seguro con alguno de estos productos?

Con esto llegamos al final de este focus group.

Gracias a todos por sus valiosas aportaciones y opiniones. Antes de terminar, ¿hay algo más que quieran añadir o alguna reflexión final que quieran compartir?


FORMULARIO DE VALIDACIÓN

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	X		X			X	X			X	X	
2	X		X			X	X			X	X	
3	X		X			X	X			X	X	
4		X	X			X	X			X	X	Explicar que si estudia...
5	X		X			X	X			X	X	
6	X		X			X	X			X	X	
7	X		X			X	X			X	X	
8	X		X			X	X			X	X	
9	X		X			X	X			X	X	
10	X		X			X	X			X	X	
11	X		X			X	X			X	X	
12	X		X			X	X			X	X	
13	X		X			X	X			X	X	
14	X		X			X	X			X	X	
15	X		X			X	X			X	X	
16		X	X			X	X			X	X	Completar
17	X		X			X	X			X	X	
18	X		X			X	X			X	X	
19	X		X			X	X			X	X	
20	X		X			X	X			X	X	

21	X		X			X	X		X	X	
22	X		X			X	X		X	X	
23	X		X			X	X		X	X	
24	X		X			X	X		X	X	
25	X		X			X	X		X	X	
26	X		X			X	X		X	X	
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									X		
VALIDEZ											
APLICABLE:						NO APLICABLE:					
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:						X					
Validado por:			Andrea Dueñas M								
C.I:			0803558253								
Firma:											
Fecha:			24-06-2023								

FORMULARIO DE VALIDACIÓN

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3	X		X			X	X		X			
4	x		x			x	x		x			
5	X		X			X	X		X			
6	X		X			X	X		X			
7	X		X			X	X		X			
8	X		X			X	X		X			
9	X		X			X	X		X			
10	X		X			X	X		X			
11	X		X			X	X		X			
12	X		X			X	X		X			
13	X		X			X	X		X			
14	X		X			X	X		X			
15	X		X			X	X		X			
16	X		X			X	X		X			
17	X		X			X	X		X			
18	X		X			X	X		X			
19	X		X			X	X		X			
20	X		X			X	X		X			
21	X		X			X	X		X			
22	X		X			X	X		X			
23	X		X			X	X		X			
24	X		X			X	X		X			
25	X		X			X	X		X			
26	X		X			X	X		X			
ASPECTOS GENERALES										SI	NO	OBSERVACIONES

El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. Encaso de ser negativas su respuesta sugiera los ítems a añadir	X		
VALIDEZ			
APLICABLE:	X	NO APLICABLE:	
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:			
Validado por:	Mario Armas Arias		
C.I:	0503270506		
Firma:			
Fecha:	26-06-2023		

Proforma de Cerraduras Inteligentes


DOORPLUS HARDWARE CO.,LTD



Add: No 19 Dongning Road, Jianghai Dist,
 Jiangmen City, Guangdong, China 529075
 Telephone: +86-18088898491 www.doorplus.net

To Customer: **No.:** 20230613
Tel: **Date:** Jun 13, 2023
Add:
ATTN: Dayana Santo

PROFORMA INVOICE

Item	Picture	Description	Color	Unit	Quantity	FOB Guangzhou Unit Price(USD)	Total Price(USD)
JX01S		Size: 330*37*65 Zinc alloy material fingerprint/password/card/ key Optional function: Tuya or TTlock	black/gold/silver/ anti copper	PC	100	US\$83.00	\$8,300.00
TOTAL AMOUNT USD:							\$8,300.00

PRICE: FOB GUANGZHOU PRICE IN USD CURRENCY.
DELIVERY TIME: ABOUT 30 DAYS AFTER ORDER CONFIRMATION
PAYMENT TERMS: T/T, FULL PAYMENT BEFORE DELIVERY

SELLER'S SIGNATURE:
 Jiangmen Doorplus Hardware Co.,Ltd

BUYER'S SIGNATURE:
 Dayana Santo

Proforma de Paneles de Pared 3D

海宁市晨宇进出口贸易有限公司

Haining Chenyu Import & Export Trading Co., LTD

Tel:+86-573-87283166

7F,3# Zhonghai blding,No.426,hangchang rd
Haining Zhejiang Province
China

Fax:+86-573-87283177

Website:

Mob:+86-13456212123

www.pvcceilings.net

Contact: Alan

zhou

Email: sales1@cnchenyu.com

PROFORMA INVOICE



TO MESSRS:

CONTRACT NO:

PAYMENT: BY T/T

INVOICE NO: PI230629

DATE:2023-06-29

Marks &No:	Description of Goods:	Quantity : PCS	QTY : cartons	FOB: Unit Price USD/SQM	Amount:
	70*77*6mm	500	5	\$0,620	US\$310,00
	70*77*7mm	500	5	\$0,620	US\$310,00
TOTAL:					US\$620,00

TOTAL: SIX HUNDRED AND TWENTY DOLLARS

PAYMENT:30% deposite before production

Packing List de Paneles de Pared 3D

海宁市晨宇进出口贸易有限公司

Haining Chenyu Import & Export Trading Co., LTD

Tel:+86-573-87283166

7F,3# Zhonghai blding,No.426,hangchang rd

Fax:+86-573-87283177

Haining Zhejiang Province China

Mob:+86-13456212123

Website: www.pvcceilings.net

Contact: Alan

Email: sales1@cnchenyu.com

zhou

PACKING LIST



TO MESSRS:

CONTRACT NO:

PAYMENT: BY T/T

INVOICE NO: PI230629

DATE:2023-06-29

Marks &No:	Description of Goods:	Quantity : PCS	QTY : cartons	WEIGHT:KGS	MEASUREMENT: M3
	70*77*6mm	500	5	70	1,6
	70*77*6mm	500	5	70	1,6
TOTAL:		1000	10	140	3,2

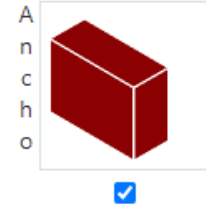
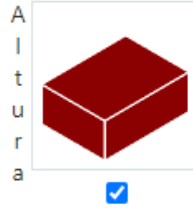
Cubicaje (SEARATES)

Espacio de carga en el contenedor

Seleccione posición(es) aceptable según el tipo de carga. Si introduce límites al tamaño de la carga puede afectar negativamente el llenado.

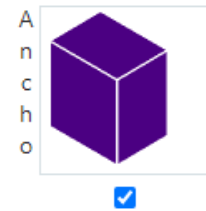
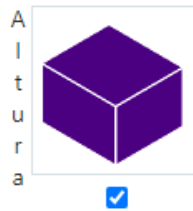
Carga: **Carga1**
Cantidad: 17 unidades

Peso: 19 kg.
Longitud: 610 mm.
Ancho: 460 mm.
Altura: 250 mm.



Carga: **Carga2**
Cantidad: 10 unidades

Peso: 140 kg.
Longitud: 720 mm.
Ancho: 790 mm.
Altura: 550 mm.



[Volver](#)

[Siguiete](#)

Results

Contenedores	Carga del embalaje
<p>Todos los contenedores:</p> <p>20' dv: 1 unidades</p>	<p>27e paquetes totales. Packed: 27e paquetes. (100%)</p>
	<p>Contenedor N°1 (20' dv 1 unidades)</p> <p>Packed: 27 packages: (100%). Including:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Carga1 - 17 paquetes (100%) ■ Carga2 - 10 paquetes (100%) <p>Cargo volume: 4.32 m³ (13% of volume)</p> <p>Cargo weight: 1723 kg. (6% of max payload)</p> <p> Muestre los paquetes por bloques Muestre el empaquetado paso a paso Muestre las imágenes de carga del palet </p>

Informe de Turnitin

Tesis final

por Dayana Santos

Tesis final

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

xdoc.mx

Fuente de Internet

2%

2

www.scribd.com

Fuente de Internet

1%

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 1%