



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

LICENCIATURA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Plan de Importación de Caviar y Ensalada Congelada de Calamar del
Mercado Chino**

Asesora

Mgt. Isabel Chila

Estudiante:

Salomé Génesis Díaz Quevedo

Esmeraldas, 2022

AUTORÍA

Yo, Salomé Génesis Díaz Quevedo, declaro que el presente trabajo '**Plan de Importación de Caviar y Ensalada Congelada de Calamar**', es de mi autoría; el cual no sea presentado anteriormente para logra la obtención de un título profesional.

Díaz Quevedo Salomé Génesis

CI: 1004575153

AGRADECIMIENTO

Al concluir este trabajo me apetece aprovechar este espacio para dar las gracias a Dios por todas sus bendiciones.

Para llegar hasta este momento, existieron muchos seres amados, en la tierra y en el cielo, que me brindaron todo su apoyo y confianza.

Mis Padres, quienes apostaron todo por mí, ellos que, a pesar de algunas dificultades, siempre estuvieron ahí conmigo.

A mis abuelas, que me apoyaron incondicionalmente y no dudaron de mi capacidad y responsabilidad.

Mis hermanas que siempre fueron esa voz de impulso para llegar hasta acá.

Mis amigas que siempre me apoyaron y ayudaron en esas situaciones en las que yo ya dejaba de creer en mí.

A la universidad y a mis profesores, que hicieron que Salomé Génesis, la chica toda tímida e insegura vaya desapareciendo poco a poco, y se convierta en una mujer con más confianza y segura de todo lo que está haciendo, estos 4 años en la Universidad, provocaron un gran cambio en mí.

Vaya poco a poco convirtiéndose en una mujer con más confianza y muy segura en todo lo que hace.

DEDICATORIA

Este dulce final se lo dedico con todo mi corazón, a toda mi familia, que con sus rezos, bendiciones, oraciones y sacrificios hicieron posible este sueño mío.

Este gran logro me lo dedico a mí misma, porque en medio de la obscuridad y de neblinas, pude encontrar un paraíso lleno de Nubes color Perla, que me dieron la fortaleza para seguir adelante y seguir escalando por esos sueños que quiero alcanzar y que voy a cumplir en compañía de mis seres más queridos.

Resumen

Este proyecto de investigación aplicada fue con el objetivo de conocer cuan factible es importar el caviar y la ensalada congelada de calamar desde el mercado chino para la comercialización en el mercado esmeraldeño. Para percibir la factibilidad del plan de importación se planteó los respectivos objetivos específicos, los cuales ayudaron a reconocer los principales factores para la viabilidad de la importación de los productos. La metodología utilizada para examinar la viabilidad de estos productos fue un enfoque mixto, utilizando Focus Groups y las respectivas encuestas, para conocer cuáles eran los gustos y la impresiones que sentía la población al escuchar y ver sobre este producto. Para la identificar al proveedor correcto se empleó la ficha de cotejo, donde se colocó los respectivos datos necesarios, para la selección del proveedor. Para la inteligencia de productos, se manejó la ficha de cotejo en la cual se ubicó la clasificación arancelaria, los impuestos que se paga por cada producto, y también si la mercancía es de prohibida importación. Como último se presentó los costos logísticos y arancelarios con los que incurre la importación, dando como resultado factible la importación de la ensalada congelada de Calmar.

Abstract

The objective of this applied research project was to determine the feasibility of importing caviar and frozen squid salad from the Chinese market for commercialization in the esmeraldeño market. To perceive the feasibility of the import plan, the respective specific objectives were proposed, which helped to recognize the main factors for the feasibility of importing the products. The methodology used to examine the feasibility of these products was a mixed approach, using Focus Groups and the respective surveys, to know what were the tastes and impressions that the population felt when hearing and seeing about this product. In order to identify the right supplier, a checklist was used, where the necessary data was entered for the selection of the supplier. For the product intelligence, we used the checklist in which we located the tariff classification, the taxes paid for each product, and also if the merchandise is forbidden to import. Lastly, the logistic and tariff costs incurred by the importation were presented. The result was the feasibility of importing Calmar's frozen salad.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
Descripción del problema	1
Justificación	1
Delimitación de objetivos.....	2
General	2
Específicos	3
CAPÍTULO 1. Marco teórico	3
1.1 Bases conceptuales	3
1.2 Antecedentes	8
1.3 Bases legales.....	10
CAPÍTULO 2. Metodología	11
2.1 Delimitación espacio temporal de estudio.....	11
2.2 Tipo de investigación.....	11
2.3 Métodos de investigación	12
2.4 Población.....	12
2.5 Técnicas de investigación.....	13
2.6 Instrumentos de recolección de datos.....	13
2.7 Técnicas de procesamiento de datos.....	14
2.8 Normas éticas.....	14
CAPÍTULO 3. Resultados.....	14
Descripción del producto 1 (Ensalada congelada de calamar).....	24
Descripción del producto 2 (Caviar).....	26
CAPÍTULO 4. Conclusiones y recomendaciones.....	37
ANEXOS.....	40

1. Encuesta	40
2. Focus group.....	45
3 Operacionalización de variables.....	49
4. Fichas de clasificación arancelaria del producto.....	50
5. Ficha de clasificación arancelario del producto	51
5. Instrumentos de aplicación para la investigación (Búsqueda de proveedores) 52	
6. Costeo.....	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Datos de la importación	24
Tabla 2 Perfil de la empresa.....	25
Tabla 3 Descripción producto.....	27
Tabla 4 Ficha de clasificación arancelario del producto.....	28
Tabla 5 Ficha de clasificación arancelario del producto.....	28
Tabla 6 Costos.....	30
Tabla 7 <i>Costos</i>	30
Tabla 8 AD-VALOREM.....	31
Tabla 9 FODINFA	31
Tabla 10 ISD	31
Tabla 11 Costos logísticos	32
Tabla 12 Costos total de impuestos	32
Tabla 13 Costos solo de la ensalada congelado (10000 unidades)	33
Tabla 14 <i>Costos</i>	33
Tabla 15 <i>FODINFA</i>	34
Tabla 16 ISD	34
Tabla 17 <i>Costos logísticos</i>	35
Tabla 18 <i>Costos totales de impuestos</i>	35
Tabla 19 Operacionalización de variable.....	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Respondientes por parroquias	14
Figura 2 Nivel de ingresos	15
Figura 3 Importancia de los mariscos	16
Figura 4 Razones por las cuales no consumen marisco.....	16
Figura 5 Razones por las cuales consume el marisco.....	17
Figura 6 Consideración de beneficio de marisco.....	18
Figura 7 Razones que toman en cuenta al elegir marisco.....	18
Figura 8 Beneficios del marisco respecto de otras proteínas.....	19
Figura 9 Probabilidad de comprar productos del mar importados	19
Figura 10 Consideración de tener como primera opción.....	20
Figura 11 Flujo del proceso	26

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

Descripción del problema

Sobre el tema de acuicultura, Saavedra (2003) expresa que “Es una de las mejores técnicas ideadas por el hombre para incrementar la posibilidad de alimento y se presenta como una nueva alternativa para la administración de los recursos acuáticos”.

Desde la antigüedad la pesca y la acuicultura han sido importante para la economía y la alimentación de las personas, y aunque actualmente este mercado sea uno de los principales ingresos económicos de algunos países como China, Indonesia, EEUU, Perú, Rusia, India, Vietnam, entre otros, se está viendo sobrexplotado por todos los factores externos que ocurren en el mundo, como la contaminación de fuentes hídricas, el alza de costo al combustible, el derrame de combustible por partes de los barcos, el calentamiento global, las basuras y vertidos de aguas fecales.

Según el aporte de INFOPECA (2018), la producción de caviar procede de la acuicultura, donde la sobrepesca ha llevado a la extinción a muchas especies de esturión, por lo que su captura ha sido prohibida en gran parte de países, pero a partir del 2000 esta producción ha aumentado principalmente en los mercados de China.

La presencia comercial de estos productos es escaso en Ecuador y principalmente en la ciudad de Esmeraldas, no son productos posicionados en la mente de los esmeraldeños, el caviar, es un producto que en los últimos tres años ha ganado posicionamiento en el mercado ecuatoriano, pero en el mercado esmeraldeño su presencia o posicionamiento es mínima, y la ensalada congelada de calamar, el producto congelado seleccionado para importar, sería un producto innovador y nuevo, el tipo de presentación del producto no se logra visualizar en las perchas de los supermercados, tienda, mercado, etc. ¿Es factible importar ensalada congelada de calamar y caviar desde el mercado chino?

Justificación

Ecuador es un país con condiciones climatológicas favorables, por ello, en la balanza comercial, el atún es el pescado más exportado como materia prima y preservado en lata, pero en nuestro país se desperdician las gónadas de atún que se podrían producir a partir de ellas, como es el caviar, ya que no es un producto exportable debido a que no se lo procesa ni comercializa como un producto terminado.

Para cada producto o servicio antes de ser comercializado al público se realiza un estudio de mercado para contemplar qué tan viable, factible, y acogedor resulta ser el negocio ante el público, para no malgastar dos factores importantes que son el dinero y el tiempo. Es necesario para tener una visión clara y actualizada de comportamiento del mercado.

La importancia de esta investigación se centró en las diferentes características que presentan los productos (caviar y ensalada congelada de calamar) debido a la necesidad que pueden tener los esmeraldeños, tanto por salud ya que son ricos en Omega 3, y porque se convertirían en productos innovadores.

Se considera novedoso debido a que no existe un estudio parecido en la ciudad de Esmeraldas, así como de la importación de los productos descritos para ese mercado de consumo. A partir del estudio de factibilidad, cualquier empresa podría tomar los datos para aplicarlo como emprendimiento.

Los productos a importar lograrían ser innovadores dentro de la ciudad de Esmeraldas, aunque teniendo en cuenta que es una ciudad costera, y productora de marisco, estos productos en cuestión no resultan ser comercializados dentro de la ciudad, es una mercancía innovadora y nueva que los esmeraldeños no suelen ver o escuchar en los lugares que suelen realizar las compras de estos productos, el alto crecimiento de las transacciones comerciales entre China y Ecuador, y el creciente interés de las personas por su cultura ha hecho que muchos países logren relacionarse para crear o generar vínculos o lazos comerciales.

Delimitación de objetivos

General

Analizar la factibilidad de importación de caviar y ensalada congelada de calamar desde China.

Específicos

- Aplicar un estudio de mercado para determinar la aceptación del producto.
- Identificar proveedores internacionales que cumplan con los criterios requeridos
- Identificar las barreras arancelarias y no arancelarias de los productos a importar (Inteligencia de producto).
- Especificar los costos asociados a la importación de los productos.

CAPÍTULO 1. Marco teórico

1.1 Bases conceptuales

Para sentar las bases conceptuales del trabajo de investigación, se presentan a continuación aquellas definiciones sobre la temática investigada.

Regímenes aduaneros y términos de importación

Los regímenes aduaneros es la manera en cómo se tratan a las mercancías tanto para exportar como para importar, en nuestro país, como lo expresa Dután y Tacuri (2019) “las importaciones juegan un papel muy importante dentro del estado en que su economía se

encuentra, es por eso que usar uno u otro régimen incide mucho en el impacto final de los productos motivo de importación” (p. 16)

Así mismo, para la SENA (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador 2018) el tratamiento que se aplica a toda mercancía, solicitado por el declarante y bajo este sentido se clasifican o se catalogan en: Regímenes de importación, exportación, otros regímenes aduaneros, regímenes de excepción y culminación del régimen.

En este sentido según el Art. 120 del Reglamento COPCI, el régimen de importación a consumo (Régimen 10) es:

El régimen aduanero de ingreso definitivo de mercancías al país, cuyos procedimientos para su aplicación serán establecidos por el director general del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Las mercancías ingresadas bajo este régimen podrán circular libremente en el Territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera. (COPCI, 2010, p. 42)

Así mismo, se considera importación a la acción de ingresar mercancías extranjeras al país llevando a cabo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que se haya sido declarado (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, n.d.).

Por otro lado, un importador es la persona natural o jurídica interesada en adquirir bienes y/o servicios que son elaborado en el exterior para luego ser comercializados en el país comprador (SENAE, 2013).

Mientras que el agente de aduanas es la persona natural o jurídica con licencia otorgada por el Gerente General de la Corporación Aduanera que le autoriza a gestionar el envío de mercancías de forma periódica, debiendo firmar la declaración aduanera a tal efecto (CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA, 2008).

Se debe de tener presente que, existe una clasificación arancelaria que se trata de un código, el cual permite identificar la mercancía que se importa, para este caso con la finalidad de fijar impuestos, derechos y obligaciones, facilitando las negociaciones a nivel internacional, así como el orden de los productos.

Comercio internacional

El comercio internacional se describe como la compra y venta de bienes, productos y servicios entre varios países o regiones económicas. Con ello se puede realizar las

transacciones mediante las clasificaciones arancelarias que son los códigos que permiten identificar la mercancía que se importa o exportan con el objetivo de colocar impuestos, derechos y obligaciones, lo que facilita un ordenamiento de las negociaciones internacionales.

Los medios necesarios para el traslado de la mercancía o servicio debe hacerse mediante la logística y, dentro de ella se encuentran conceptos como el Incoterm que son las normas que se emplean en los contratos de compraventa internacional, para determinar en qué momento de la compra se pasa el riesgo y responsabilidad sobre las mercancías tanto al comprador como al vendedor (Oficina ExportAr Mar del Plata, 2016).

Además, se considera dentro de este proceso al arancel que es el impuesto aplicado a los bienes que van a ser importados o exportados, a continuación, se detallan los aranceles más utilizados:

Arancel cobrado a las mercancías (AD-VALOREM): estos son determinado por la autoridad competente, este porcentaje se coloca sobre el valor de la mercancía, la suma del costo, seguro y flete, específico que es un recargo fijo, se aplica en base a varias situaciones de las mercancías como volumen, el peso, etc.

Derechos arancelarios mixtos que se forman del Impuesto al valor agregado (IVA), corresponde al 12% sobre la base imponible más AD-VALOREM, más el Fondo de desarrollo para la infancia (FODINFA), más el Impuesto al consumo especial (ICE) que grava a varios bienes nacionales o importados y servicios (Olivo Bermeo y Hernandez Lucin 2019).

Estudio de mercado

En marketing, “la investigación de mercado puede definirse como la reunión, procesamiento, reporte e interpretación de la información de los mercados”. (Longenecker et. al., 2009, p. 147) y se realiza con la finalidad de conocer la factibilidad de ingresar al mercado un producto, bien o servicio.

Por otro lado, Taylor y Kinnear (1998) consideran al estudio de mercado como el “proceso sistemático de recopilar, registrar y analizar aquellos datos relacionados con los problemas de comercialización de bienes y servicios que sirve a la empresa para la toma de decisiones” (p. 37)

Otro concepto lo define como “la primera parte importante en la evaluación y preparación de un proyecto, pues con la información que de él se obtiene, se proyectan los niveles aproximados de oferta y demanda que tiene un producto o servicio en un lugar específico en el que se lo pretende introducir” (Sapag, 21, p. 16).

En este orden de conceptos, es necesario analizar el mercado para precisar de una forma técnica si un bien o servicio tendrá éxito de ventas. Es importante como lo indica Izurieta (2007) llevar a cabo un proceso sistemático que establezca las fases de una investigación de mercado. La obtención de la información será útil para la elección a tiempo observando y aplicando las etapas del proceso.

Por otro lado, la segmentación de mercado es “aquella actividad que permite la clasificación de clientes en base a ciertas características, comportamientos o necesidades con el propósito de aprovechar al máximo los niveles del marketing mix” (Prieto, 2011, p. 31)

Así mismo, a más de segmentar el mercado al cual nos vamos a dirigir, hay que realizar un análisis de la oferta, que es “la determinación de las cantidades en las que diversas empresas o economías ponen a disposición de los clientes y consumidores un producto o un servicio, teniendo en la investigación de campo, una herramienta de estudio profundo de los factores” (Baca, 2013, p. 42).

Innovación

La innovación juega un papel muy importante, debido a que permite introducir productos novedosos a los mercados, con el fin de satisfacer las demandas que subsisten en ellos, también permite que haya un incremento económico en el lugar donde se comercializa dicho producto. La innovación que es absolutamente necesaria para la duración de una compañía en el mercado. Las empresas que no invierten en innovación están poniendo en riesgo su futuro. A menos que no busquen soluciones creativas a los problemas actuales que enfrentan la sociedad y los clientes, su negocio no prosperará, tendrá pocas posibilidades de competir y terminará perdiendo productividad (García, 2012).

Comercialización

Es el proceso de hacer que un producto esté disponible para el consumidor final en el formato tiempo y ubicación apropiado, y realizar todas las transformaciones y servicios vinculados con el flujo del producto desde el punto de elaboración original hasta el

usuario destinatario, ya sea el público en general o el comprador de un producto (Meulenberg, 1986).

En este contexto, la comercialización es la actividad en la que hace que los países interactúen, porque todos los países se necesitan, un país puede tener lo que otro no tiene e intercambian beneficios, y satisfacen necesidades del consumidor.

Canales de comercialización

Para Philip Kotler y Armstrong (2003) un canal de distribución se considera como “un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial”

Así también Morales (2009) expresa que los canales de distribución están compuestos por organizaciones independientes que intervienen en el proceso de colocar un producto o servicio para su uso o consumo (Morales Castro, 2009).

Intermediarios

Son proveedores o empresas que aparecen en el canal entre el fabricante y el consumidor. A través de la especialidad los intermediarios son capaces de cumplir ocupaciones de una manera mucho más eficaz de lo que lo podría realizar el fabricante (anonimo, n.d.).

Tipos de canales de distribución

Para (Morales Castro, 2009), los canales de distribución se dividen en:

- ✓ **Productores-consumidores:** El fabricante vende directamente al consumidor.
- ✓ **Productores-minoristas-consumidores:** Solo existe un intermediario entre el comprador y el productor.
- ✓ **Productores-mayoristas-minoristas-consumidores:** El mayorista vende o despacha al minorista y posteriormente este vende al consumidor.
- ✓ **Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores:** Si la empresa tiene mayor cobertura de mercado, es mayor el canal de comercialización utilizado.

1.2 Antecedentes

A continuación, se presentan algunos estudios realizados por otros autores, tanto a nivel internacional, nacional y local que sirvieron de guía para realizar la investigación sobre el tema del estudio de factibilidad para importar caviar y ensalada congelada de marisco desde el mercado chino hacia el mercado esmeraldeño.

No se encontraron estudios iguales sobre la temática planteada, pero algunos similares se detallan dividiéndolos en estudios de factibilidad de importación.

En el estudio realizado por Rivadeneira y Juiña (2012) tuvo como objetivo conocer la factibilidad de instalar una microempresa destinada a la producción y comercialización de tilapia en la parroquia Guayllabamba en función del estudio de mercado técnico y de rentabilidad económica. Se realizó mediante un tipo de estudio cuantitativo con el levantamiento de información mediante una encuesta a una muestra de la población según el censo del INEC y la aplicación de la matriz FODA. Como resultados se obtuvo que existe una demanda insatisfecha a la cual podrán ofertar el producto con buenos resultados ya que los flujos de efectivo mostraron valores positivos.

Otro estudio realizado por Zambrano (2014) presentó como objetivo estudiar la posibilidad y factibilidad de exportación de productos del mar de interés comercial por parte de las PYMES ecuatorianas y establecer, qué productos tendrían la mayor acogida en dicho mercado a través del estudio de mercado de pesca chino y ecuatoriano, con el propósito de incentivar y optimizar el aumento de la exportación de productos del mar hacia China mediante la innovación del sector pesquero y un plan de comercialización y marketing eficiente. Se aplicó una metodología cualitativa, descriptiva y prospectiva longitudinal, aplicado a una población importadora y otra exportadora con una muestra de participantes del sector pesquero a quienes se les aplicó técnicas de observación, entrevista y grupos focales. Se demostró que el proyecto es viable sin incurrir en una gran inversión, también se mostró cuáles son los importantes productores-exportadores, cuáles son las especies que en este momento se están distribuyendo en el mercado chino y cuáles son los principales importadores, para de esta manera conseguir dar todo el conocimiento global del mercado de estos productos.

Se presenta asimismo la investigación realizada por Cáceres (2021) tuvo como propósito determinar los procesos para la importación de productos de consumo masivo en época

navideña para la empresa “El Familión” apoyando al desarrollo económico de la provincia de Esmeraldas. Se aplicó una metodología cuali-cuantitativa con alcance descriptivo utilizando técnicas como la entrevista, observación científica y análisis documental. Sus resultados indicaron que para realizar una importación se debe analizar proveedores y establecer una negociación, realizar la clasificación arancelaria de cada producto y que frente a todos los aspectos que intervienen en realizar una importación hay que tomar como referencia la parte operativa, logística y financiera, así como los costos legales de tributos, la importación es 100% factible que se efectúe ya que tiene un margen de ganancia superior al que obtiene comprando a proveedores nacionales y de esta manera optimiza su utilidad para poder generar más plazas de trabajo para la provincia de Esmeraldas.

En el estudio de Salazar (2016), buscó examinar la factibilidad de empezar a importar y comercializar productos de belleza y maquillaje para el cuidado de la piel; la metodología utilizada fue de tipo descriptivo y cuantitativo. Se aplicaron encuestas a una muestra de 400 personas de la ciudad de Quito. También se aplicó una propuesta metodológica de segmentación para analizar los gustos y preferencias de clientes, y proponer estrategias de posicionamiento con las principales dimensiones estratégicas y atributos primordiales que investigan los consumidores de productos de belleza, maquillaje y cuidado de la piel. Con ello se estableció la factibilidad de importar y comercialización de la línea de productos como: rimel, delineadores, polvos compactos, cremas y bloqueadores solares de las marcas: Maybelline, Eucerin y Clinique. Siendo estas marcas y productos los más demandados en las tiendas de productos cosméticos.

Corredor et al (2019) realizaron una publicación de viabilidad para la importación de catéteres en espiral para la inseminación de porcinos desde China, distinguiendo las características del distribuidor, las condiciones para la importación y el análisis financiero, lo que permite a la empresa evaluar la conveniencia del proceso en relación a su proveedor nacional, por lo cual utilizó una investigación de tipo exploratoria y descriptiva. Las técnicas utilizadas fueron obtenidas de la base de datos históricos de las ventas del producto de la empresa analizada desde el año 2014, haciendo una proyección hasta el año 2023, a través del método polinómico, la totalidad de clientes y el precio. En los resultados se comprobó que las importaciones deberían hacerse de China ya que es una economía de escala con los precios más bajos del mercado valorado.

El estudio realizado por Ramírez (2017) tuvo como objetivo efectuar un estudio de factibilidad para la importación de perfiles de aluminio para acrecentar la rentabilidad de la empresa vidriería PATOVID. La metodología aplicada fue de campo, levantando la información mediante encuestas a una muestra de 188 personas. Los principales resultados se demostró la viabilidad y rentabilidad del proyecto, con indicadores positivos como tasa interna de retorno del 39.90%, un VAN de \$137789.50 y un costo beneficio de \$1.20, que repercutan positivamente en la empresa.

1.3 Bases legales

Para esta investigación se tomaron los artículos en los que se basa la Ley de Importación de productos alimenticios, así como la FAO.

El Artículo 13 expresa el derecho a alimentación en el mundo que tienen las personas y colectividades sobre alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales (FAO, 2010).

Código orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI (2010).

Título preliminar, del objeto y ámbito de aplicación

El Art. 1 indica que se rigen por esta normativa todas las personas naturales o jurídicas y demás organizaciones que se dediquen a actividades productivas en cualquier parte del territorio nacional.

Los regímenes aduaneros aplicables a las importaciones en el Ecuador constan en los Art. 107 de la obligación tributaria aduanera como tratamiento a las que se someten las mercancías, y estos son solicitados por el declarante y obligación tributaria aduanera que es el vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías que quedan sometidas a potestad aduanera, prestación de tributos de verificación; y Art. 147 sobre la importación para el consumo que es el régimen aduanero bajo el cual las mercancías importadas del exterior o de la Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, para permanecer allí de manera permanente COPCI (2010)

El Art. 63 sobre declaración aduanera, la cual debe presentarse de forma electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y formatos establecidos por la SENA. Una sola Declaración Aduanera, contiene las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y los demás documentos complementarios que determinen si se trata de una importación o exportación (Código Organico de la Producción, 2013)

Art. 120 sobre la importación para el consumo, que es el régimen de ingreso definitivo de mercancías al país, el procedimientos para su aplicación serán determinados por el director general del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, las mercancías ingresadas para este régimen podrán circular libremente en el territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera. Esta es una modalidad de envío que se efectúa mediante la validación electrónica de la Declaración Aduanera a través del sistema informático con la aplicación de perfiles de riesgo determinados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (Código Organico de la Producción, 2013)

CAPÍTULO 2. Metodología

2.1 Delimitación espacio temporal de estudio

La presente investigación se realizó en las parroquias urbanas del cantón Esmeraldas, Ecuador en el año 2021.

2.2 Tipo de investigación

Se realizó un tipo de investigación cuantitativa, cualitativa y descriptiva. Cuantitativa porque se presentaron los datos de los instrumentos aplicados de forma estadística que permitan hacer análisis y comparaciones, cualitativa porque mediante la opinión de los grupos focales se pudo establecer gustos y preferencias del producto

Descriptiva porque consideró temas de investigación o asuntos que no se hayan investigado completamente, que sean problemáticos o que se hayan discutido antes. O si desea abordar el problema desde una nueva perspectiva (Arias, 2013). Razón por la cual este tema abordó la característica no haber sido investigado a fondo aquí en Esmeraldas y sus resultados y conclusiones aportarán a posteriores estudios.

2.3 Métodos de investigación

Método inductivo

El método utilizado fue el inductivo, como lo expresa Castellanos (2018) es el razonamiento interno humano puede pasar de principios generales a hechos concretos, que es esencialmente un análisis de los principios generales de un tema en particular. Una vez que se valida y se verifica que un principio en particular es válido, se aplica a un contexto particular.

Por lo tanto, se aplicó este método en la investigación debido a que se partió de lo general sobre el tema de importación del caviar y del congelado de ensalada de calamar hasta la presentación de la viabilidad y factibilidad del proyecto aplicado en la ciudad de Esmeraldas.

2.4 Población

La población con la que se trabajó fueron los habitantes de las parroquias urbanas del cantón Esmeraldas que se encuentran en como población de interés para la investigación, se asumió una categoría de edad entre los 20 años a 69 años que se considera que forman parte de la población económicamente activa; alcanzando 115.326 ciudadanos.

Al ser una población muy amplia se implementó un muestreo probabilístico, porque cada uno de los individuos que pertenecen a la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados, esto se obtiene definiendo la población y el tamaño de la muestra, mediante una selección aleatoria (López y Fachelli, 2015).

Fórmula

$$n = \frac{Nz^2px(1-p)}{(N-1)xe^2 + z^2px(1-p)}$$

de 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= 115.326

Z= 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95 %

p= 0,5

e=1,96

$$n = \frac{115.326 \times 1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{(115.326-1) \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)} = 383 \text{ es el tamaño de la muestra}$$

2.5 Técnicas de investigación

Las técnicas de investigación que se aplicaron fueron: La encuesta para indagar los gustos, preferencias de compra de los habitantes de las parroquias urbanas del cantón Esmeraldas con la finalidad de realizar un estudio de mercado sobre los productos a importar. Otra técnica utilizada para ampliar este estudio de mercado fue el grupo focal a una selección de personas para este fin. Se realizaron tres grupos con seis integrantes. Así mismo se aplicó la técnica de la revisión documental y de observación para indagar sobre los proveedores más acordes frente a la importación de los productos y los costos arancelarios al momento de importar desde China.

2.6 Instrumentos de recolección de datos

En este estudio se utilizaron como instrumentos un cuestionario con preguntas cerradas para aplicar la técnica de la encuesta, un cuestionario con preguntas abiertas para aplicar la técnica del grupo focal y listas de cotejo para recolectar lo que se observó mediante la técnica de observación y revisión documental.

2.7 Técnicas de procesamiento de datos

Para el procesamiento de los datos recolectados en la aplicación de los instrumentos se utilizó el programa informático Microsoft Excel, el cual permitió tabular la información extraída de la aplicación en línea mediante el cuestionario de Forms. A partir de ello se realizó la estadística para presentar los resultados mediante porcentajes detallados en gráficos que el sistema permitió realizar.

2.8 Normas éticas

Se estableció un consentimiento informado de las personas encuestadas y de las que participaron del grupo focal de las parroquias urbanas del cantón de Esmeraldas con el fin de informarles el estudio que se está realizando y a su vez para solicitar su autorización y ser partícipe de esta investigación, la información recolectada sirvió para uso académico, protegiendo siempre la privacidad de la fuente de información.

CAPÍTULO 3. Resultados

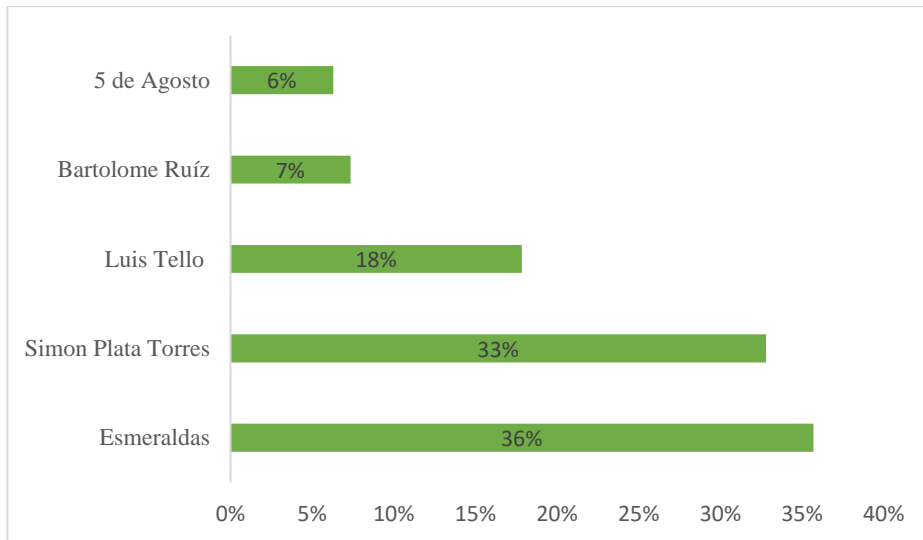
Una vez aplicados los instrumentos a la muestra definida, se presentan a continuación los resultados de la investigación cuyo objetivo fue analizar la factibilidad de importar caviar y ensalada de calamar desde el mercado chino a Esmeraldas, con la finalidad de adquirir los productos.

Hábitos y preferencias de consumo de productos acuícolas en el mercado esmeraldeño

De las encuestas aplicadas el mayor número de respondientes fue de género femenino con un 61% y masculino con el 39%. La edad comprendida de 30 a 40 años fue del 40%, seguido de 41 a 50 años con el 28%, 20 a 29 años el 20%, y mayor a 51 años el 12%.

En la figura 1 se muestra la población de respondientes por parroquias urbanas del cantón Esmeraldas, donde se observa que mayoritariamente son de la parroquia Esmeraldas, seguido de la parroquia Simón Plata Torres y Luis Tello.

Figura 1
Respondientes por parroquias



En la Figura 2 se presentan los ingresos de la población estudiada, en mayor porcentaje están los ingresos de \$401 a \$600 con el 39%, luego ingresos alrededor de \$ 400 con el 18% y entre \$ 601 y \$ 1000 con el 26% y un grupo minoritario del 17% con ingresos de \$ 801 a 1000 dólares.

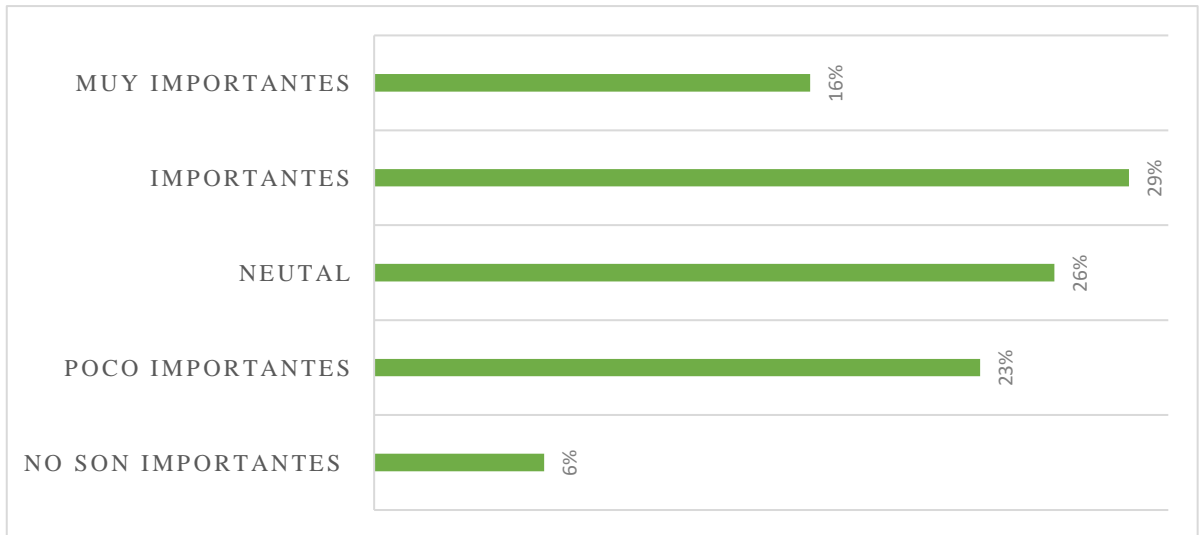
Figura 2
Nivel de ingresos



Sobre la consulta de que, si les gustan los productos, ellos indicaron que si les gustan los productos del mar en un 70% y si lo consume el 65%. También que dentro de su dieta alimenticia consumen mariscos que provienen del mar un 45% y de los ríos 12%, sin embargo, de los dos lugares descritos anteriormente el 42%. Expresaron que consumen en momentos especiales o cualquier día en un 50% cada uno. Que lo consumen semanalmente 57% y mensualmente 36%

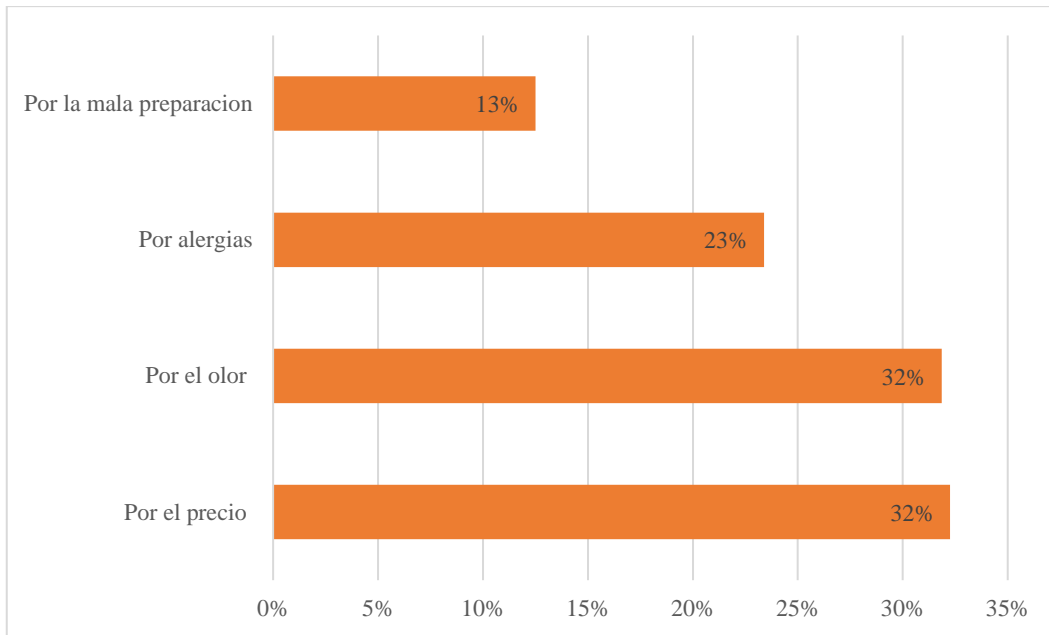
En la Figura 3 se presenta la importancia que tienen los mariscos en la dieta alimenticia de los respondientes, en donde son muy importantes con el 29%, poco importantes el 23% y de forma neutral el 26%, poco y nada importantes un 1% y 6%.

Figura 3
Importancia de los mariscos en su dieta



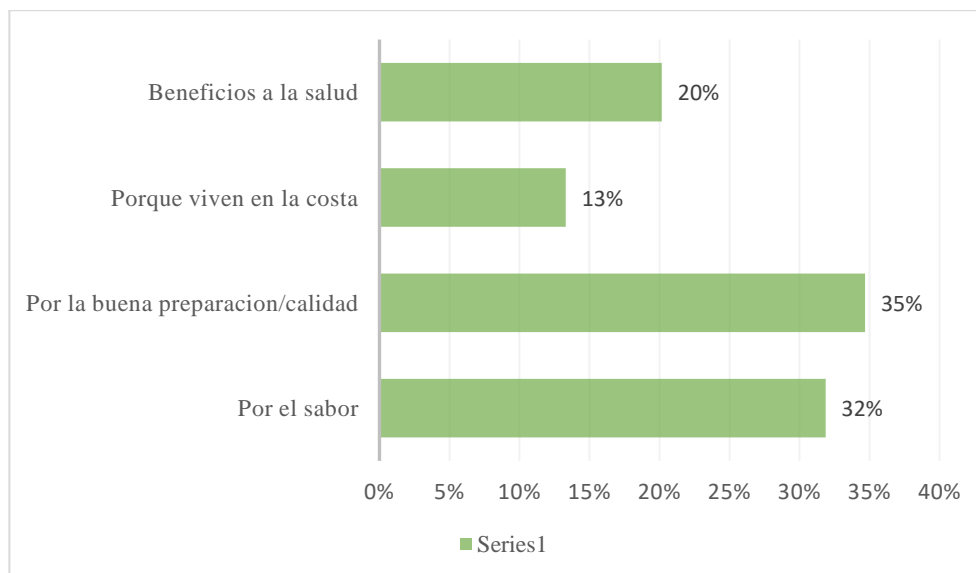
De las principales razones de por qué no consumen el marisco se muestran en la Figura 4 las razones: Por el precio y el olor un 32%, por las alergias que le causan el 23% y por la mala preparación un 13%.

Figura 4
Razones por las cuales no consumen marisco



Las razones por las cuales les gusta el marisco se presentan en la Figura 5: entre ellas por la buena preparación /calidad el 35%, por el sabor un 32%, por los beneficios de salud el 20% y porque viven en la costa ecuatoriana el 13%.

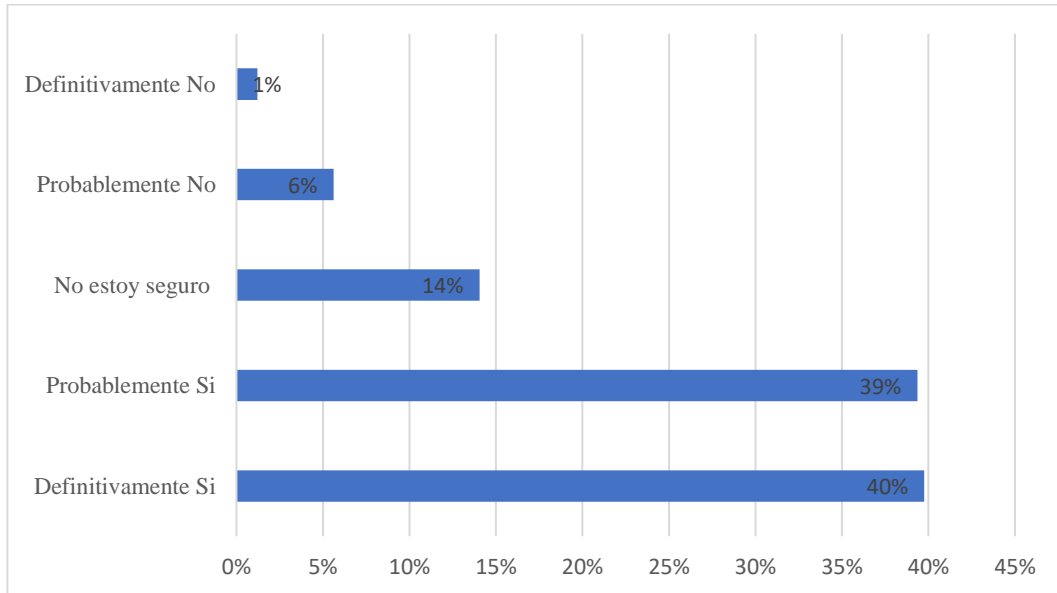
Figura 5
Razones por las cuales consume el marisco



Sobre si considera beneficioso el consumo de mariscos, los encuestados respondientes indicaron que definitivamente sí con el 40%, probablemente con el 39% seguido de no

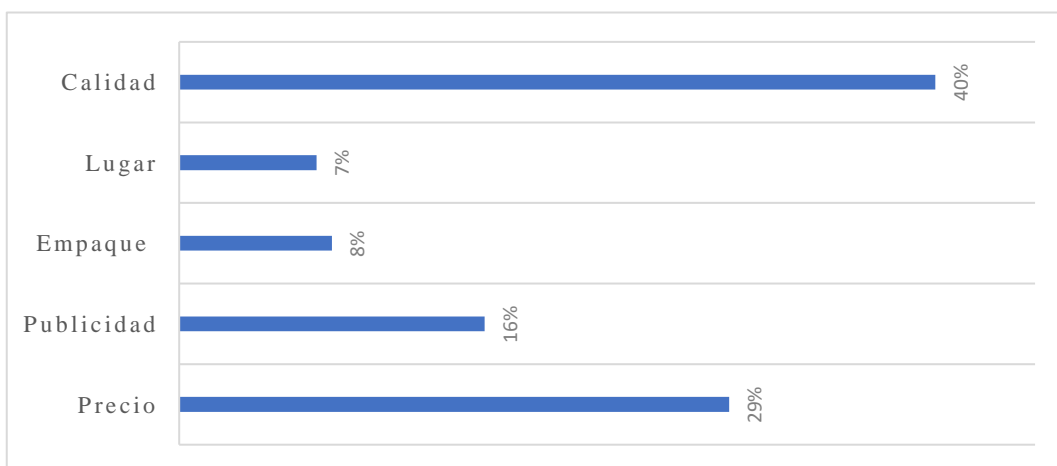
estar seguro con el 14% y minoritariamente s probablemente no y definitivamente no con el 6 y 1% respectivamente. Esto se detalla en la Figura 6.

Figura 6
Consideración de beneficio de marisco



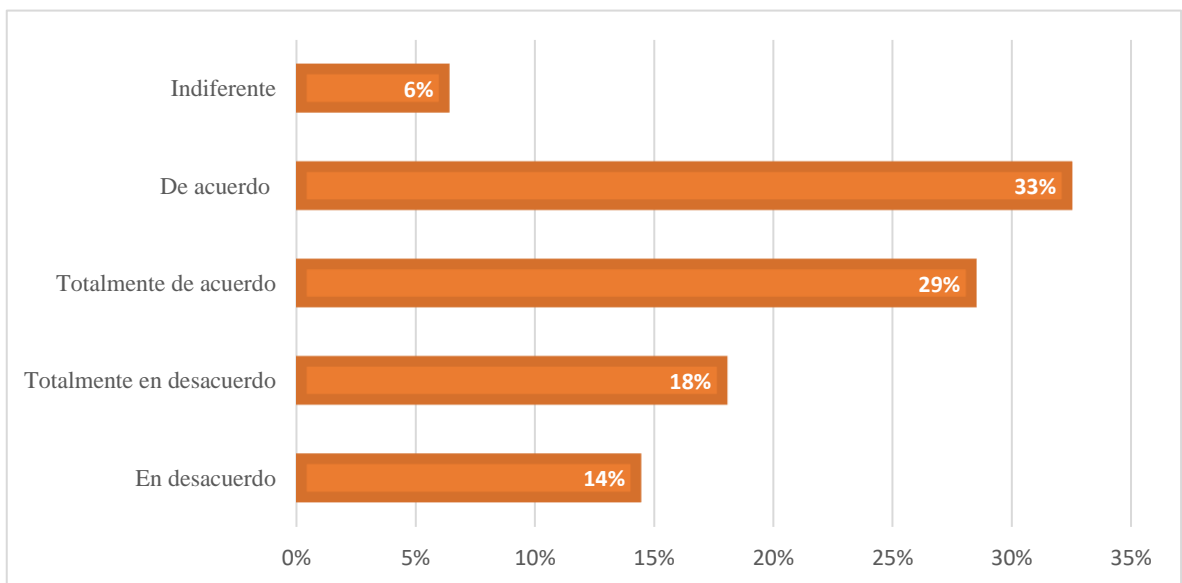
A la hora de consumir marisco los encuestados toman en cuenta la calidad con un 40%, seguido del precio con 29% y la publicidad con el 16%. Minoritariamente respondieron por el empaque y el lugar, 8% y 7%. Esto se presenta en la Figura 7.

Figura 7
Razones que toman en cuenta al elegir marisco



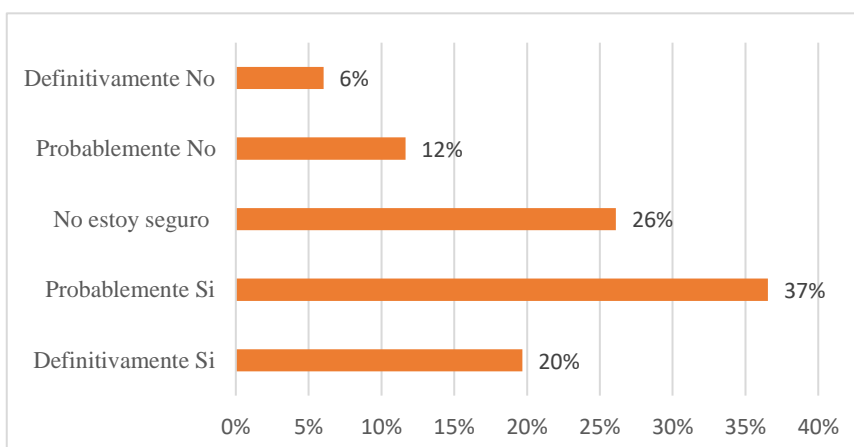
En la Figura 8 se muestran las respuestas de los consumidores respecto de que los mariscos tiene beneficios que la diferencia de los otros productos, donde indicaron que se encuentran de acuerdo con el 33%, totalmente de acuerdo con el 29%, Totalmente en desacuerdo el 19%, en desacuerdo el 14%.

Figura 8
Beneficios del marisco respecto de otras proteínas



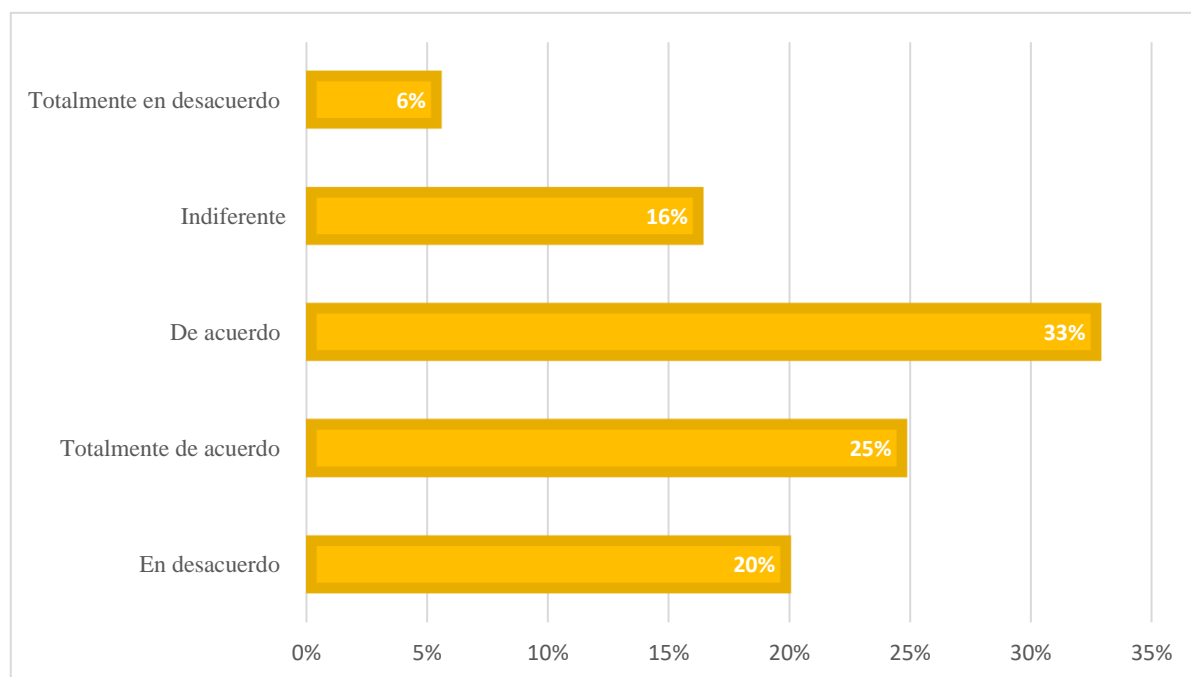
Sobre la probabilidad de que compren productos del mar importados, los encuestados respondieron que probablemente sí con un 36%, no estar seguros el 26%, definitivamente sí el 20% y minoritariamente el probable y definitivamente no con el 12 y 6%.

Figura 9
Probabilidad de comprar productos del mar importados



Se consultó también si considerarían los productos innovadores derivado del marisco importado como su primera opción, a lo cual indicaron totalmente de acuerdo y de acuerdo con el 29% y 33% respectivamente, en desacuerdo el 20%, indiferente 16% y totalmente en desacuerdo 6%.

Figura 10
Consideración de tener como primera opción



También indicaron que consideran a los mariscos (caviar y ensalada de calamar) que su uso disminuye su tiempo de preparación de platos en un 81%, sin embargo, no conocen los beneficios del caviar en su alimentación un 61%.

Cuando se les consultó si comprarían para su dieta familiar productos como el caviar, éstos indicaron con un 45% que no y que probablemente un 32%, sin embargo, adquirir ensalada congelada de calamar expresaron que si el 64% y tal vez el 22%.

Con este grupo se identificó en su totalidad que si estarían dispuestos a pagar entre diez y veinte dólares por 30 grs. de caviar un 88%, y entre \$20 y \$30 un 22%. Y por la ensalada congelada de calamar un 50% entre cinco y seis dólares, y entre nueve y diez el 29%. Por lo tanto, consideran que es un producto innovador en el mercado esmeraldeño un 70% y tal vez un 10%.

Focus Group

El Focus Group estuvo dividido en cuatro partes: la primera a manera de introducción, buscaba conocer datos socioeconómicos y demográficos de las personas entre 20 y 69 años; la segunda sección, los factores para la elección del marisco; la tercera sección, el comportamiento de compra; y la última sección, pretendió evaluar el entendimiento de las participantes sobre los productos mostrados.

1.1.1.1 Objetivo principal del Grupo focal

Conocer la factibilidad que tendría la importación de los productos caviar y ensalada congelada de calamar en el mercado esmeraldeño.

1.1.1.2 Público objetivo

El público objetivo para este grupo focal fueron personas entre 24 y 27 años, debido a que se invitó a otras de mayor edad, porque forman parte de la economía activa y viven en la ciudad de Esmeraldas, sin embargo, por el tema de tecnología no pudieron conectarse al momento de realizar la dinámica.

Hallazgos

Información demográfica y socioeconómica

Objetivo: Identificar las principales características socioeconómicas de las entrevistadas; y conocer su preferencia por los productos.

Los participantes de la guía de discusión fueron 5 mujeres entre 24 y 27 años, que residen en el cantón de Esmeraldas en las parroquias urbanas de la ciudad, todas las entrevistadas trabajan, en el caso de una de las entrevistada también cursa sus estudios universitarios en la carrera de Educación, dos de las entrevistadas comparte el pasatiempo de cocinar, una de ellas tiene un emprendimiento de comidas, bocaditos y tortas.

En una de las preguntas de esta sección fue ¿Cuál es tu marisco favorito?, todas dijeron dos opciones de mariscos, pero el marisco que en todas las respuestas se repitió fue el calamar, una de las entrevistadas dijo que lo usaba más para realizar los bocaditos de su emprendimiento, mientras que las otras lo consumen como alimento de semana.

Sección 2: Factores para la elección de marisco

Objetivo: Indagar los factores que influyen en la compra y consumo de los productos del mar

En esta época de pandemia la proteína que más consumieron las entrevistadas fueron el pollo, el camarón, el calamar y la carne de cerdo, el motivo de su elección fue por el precio económico que tienen, además de la calidad y beneficios que ofrece.

Cuando adquieren nuevos productos, debido a la situación de pandemia en lo primero que se fijan es en el precio, pues indican que ahora los productos como alcohol, mascarilla y medicinas también deben de estar en la lista de compras del supermercado o mercado; después toman en cuenta la presentación o el empaque ya que les motiva los empaques novedosos, también se fijarían en la marca del nuevo producto, una de las entrevistadas explicó que lo primero que ve en un producto nuevo es el lugar de procedencia.

Se les consultó sobre si habían escuchado o consumido alguno de los dos productos, por parte del caviar, todas las participantes habían escuchado sobre el caviar y tenían el conocimiento de que es un producto caro, pero solo una participante no había consumido el caviar, el resto de las participante si habían consumido en restaurantes de sushi, su opinión acerca de este producto es bueno, están conscientes de que el costo es elevado, pero como una participante expresó ‘pago lo que como’, a las participantes que han consumido si les gusta el caviar. Respecto a la ensalada congelada de calamar a todas las interrogadas les pareció una idea novedosa e innovadora, pues es una nueva presentación del calamar para ellas, puesto que lo habían consumido en diferentes presentaciones como ceviche, reventado, chicharrón, en arroz, pero en una ensalada supieron indicar que nunca habían escuchado y mucho menos consumido; sienten que este tipo de producto les ayudaría ahorrar tiempo para la realización de su almuerzo para llevar al trabajo o a la universidad, así que lo consideró muy práctico, les pareció atractivo poder adquirir este producto por su nueva presentación, además sienten que ahorrarían tiempo y dinero en la preparación del plato.

Además, expresan que por ser un producto innovador dentro de la ciudad a muchas personas les llamaría la atención, pues tienen el conocimiento de que el mercado esmeraldeño es novelero y les gusta adquirir productos o servicios nuevos, para que ellos creen su propio punto de opinión y de vista acerca de dichos productos o servicios.

Sección 3: Comportamiento de compra

Objetivo: Averiguar sobre los hábitos de compra de estos tipos productos.

Todas las interrogadas hasta el día que se realizó el focus group realizaban sus compras entre dos o tres veces por semana de marisco o derivados, en el mercado municipal, o incluso una de ellas indicó que por tiempo muchas veces las realiza en la tienda más cercana o a un vendedor ambulante, expresaron que el motivo de la compra fue por el factor economía (precio); pero una vez realizada la presentación de los nuevos productos indicaron que preferirían adquirirlo en un supermercado, pues piensan que ahí sería un lugar más sencillo para encontrar y sería el lugar indicado para la venta de estos productos, principalmente por la higiene y el empaque.

Una característica similar entre todas las mujeres participantes es que les gusta probar productos nuevos e innovadores, piensan que tener en su dieta estos nuevos productos les permitiría conocer un poco más de otro tipo de comida de otros países.

En cuanto a la consulta sobre el precio que podrían pagar por la compra de estos productos, indicaron que por el caviar sería entre \$10,00 a \$20,00 según el peso, pues una de las entrevistadas comentó que sabía que el caviar muchas veces se vendía por gramos o por kilogramos; por la ensalada de calamar ellas pagarían entre \$8.00 a \$15,00 según las porciones que rendiría el producto, otra razón es la nueva presentación del calamar, debido a que les permitiría ahorrar tiempo puesto que viene preparada.

Sección 4: Evaluación de conceptos

Objetivo: Indagar sobre el entendimiento y aceptación del caviar y de la ensalada congelada de calamar, para evaluar la intención de compra del público objetivo y saber si el producto tendría aceptación en la ciudad de Esmeraldas. Por este motivo se utilizó la técnica proyectiva de asociación de palabras.

- **Técnica proyectiva**

En esta sección se utilizó como técnica proyectiva la asociación de palabras mediante la pregunta ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando escuchas sobre productos chinos? Todas las entrevistadas pensaron en la palabra innovación, una de las entrevistadas dijo ‘los chinos siempre hacen inventos nuevos en cualquier cosa, y siempre

tratan de sobresalir de los otros mercados’, también compartieron la opinión de que es su comida suele ser rica.

Análisis de proveedores

Descripción del producto 1 (Ensalada congelada de calamar)

Es ensalada de calamar sazonada para sushi congelada, los ingredientes son: calamar, helecho, azúcar, sal, vinagre, entre otros.



Tabla 1
Datos de la importación

Variedad	Calamar	Origen	Liaoning, China
Estilo	Congelado	Características	Bajo en grasa, Bajo en azúcar, Naturaleza, Orgánico
Embalaje	Bolso	Periodo de Validez	2 años
Peso (kg)	1	Aditivos	Vegetables
Precio	\$3.00-\$5.00	Numero de Modelo	2015
Nombre de Marca	OEM/GAISHI	Color	Amarillo
Años en la plataforma	13 años	Certificación	HACCP, Halal, ISO, JAS, Kosher
Proveedor verificado	SI		

Categorías | Listo para enviar | Equipo de protección ... | Central de comprador... | Vender en Alibaba | Ayuda | Español - USD | Envío a

Casa > Todas las industrias > Alimentos y bebidas > Pescados y mariscos > Calamar [Suscribirse a Comercio alerta](#)



View larger image

Añadir para co... Compartir

Congelados aperitivo sazonado calamar ensalada Chuka IKA Sansai para sushi

FOB Reference Price: [Get Latest Price](#)

3,00 US\$ - 5,00 US\$ / Kilogramo | 1000 Kilogramo/Kilogramos(Pedido mínimo)

Beneficios 🏆 Pro Cupones de 3.000 USD [Aplicar ahora >](#)

Shipping: [Support Transporte marítimo](#)

[Alibaba.com Freight](#) | [Compare Rates](#) | [Learn more](#)

Protección: 🛡️ Garantía comercial [protege tu pedido de Alibaba.com](#)

Garantía de envío a tiempo Política de reembolso

Para consultar por precios de productos, personalizaciones u otra información:

[Contactar Proveedor](#)

[Llámanos](#)

[Hablar ahora](#)

Verified supplier

Dalian Gaishi Food Co., Ltd.
Manufacturer, Trading Company

🇨🇳 CN 13 YRS

Tiempo de respue... Tasa de entrega a...
≤10h 100.0%

13 Transacciones Espacio Total del ...
910,000+ **22365**

Certificado QA/QC Inspectors
5-10

[Company Industry Experience\(19 Year\)](#)

Tabla 2

Perfil de la empresa

Tipo de negocio	Fabricante	País/Región	Liaoning, China
Productos Principales	Ensalada de algas/Tobiko/Masago	Empleados Totales	301-500 empleados
Ingresos anuales	Confidencial	Año Establecido	2002
Mercados Principales	Domestic Market 45.00% North America 12.00% Eastern Europe 8.00%	Certificados	HACCP, BRC, HACCP
Patentes	-	Propiedad	Dueño Privado
Contacto	Lado derecho de la página	Detalle de los productos	100 toneladas por mes
Empaquetado y entrega	Días negociables con el comprador	Incoterm	FOB

Figura 11

Flujo del proceso



Descripción del producto 2 (Caviar)

El producto tiene el mismo proveedor, las huevas (caviar) de razas parciales de peces tienen muchos microelementos útiles, vitaminas y ácidos grasos omega-3 esenciales. Cada tipo de caviar tiene su propio sabor único. Las huevas son el desayuno, la merienda o el manjar de las festividades perfectas. El caviar de pescado blanco sin duda puede considerarse como una dieta sana y saludable, tanto para la mesa festiva como para el día a día.



Tabla 3

Descripción producto

Parte	Hueva	Estilo	Congelado	
Embalaje	Bolsa, Caja	Vida útil	24 meses	
Peso(kg)	0.5 Kg	Lugar de Origen	Islandia	
Nombre de Marca	Lunskoe Más	Número de modelo	Tobiko k31	
Nombre del producto	Gaishi	Color	Naranja, Verde, Amarillo.	
Certificación	HACCP	Proveedor verificado	SI	

Decisión de compra

Después de haber contactado a tres proveedores del producto de ensalada congelada de calamar y un proveedor con distintos productos, se llega a la conclusión y a la decisión de elegir al segundo proveedor del producto, las razones se centran en que el precio se considera uno de los más económicos, aunque todos los proveedores que se presentan venden con precio FOB, el precio es uno de los más económicos, el paquete es muy adecuado, cuenta con todos los certificados necesarios para saber que la empresa es confiable y válida; razón por la cual se realiza la elección.

Barreras arancelarias:

Para la recolección de información sobre la inteligencia de productos, se utilizó fichas de cotejo donde se despliegan los indicadores que se tomaron en cuenta, el medio de recolección de datos fue el Arancel Nacional de Importaciones del Ecuador y el programa ECUAPASS, cada producto tiene su propia ficha, la información recolectada se detalla a continuación:

Tabla 4*Ficha de clasificación arancelario del producto*

Indicadores	Detalle
Nombre del producto	Sucedaneo de Caviar
Caraterísticas técnicas del producto	Huevo del pez esturión que es consumida por los humanos, posee muchos beneficios para la salud.
Función del producto	Alimenticio
Nomenclatura de clasificación	1604.31.00.00
Partida arancelaria	1604
Subpartida arancelaria	1604.31
Carga tributaria	ADVALOREM 30% - ARANCEL ESPECIFICO 0% - FONDINFA 0.50% - IVA 12% - ICE 0%
Prohibiciones de importación	Prohibida importacion de Corea del Norte, según resolución No. 239 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas.
Barrera no arancelarias	Certificados De Ministerio De Salud Pública, Subsecretaria De Recursos Pesqueros

Fuente: Arancel Nacional de Importaciones Ecuador**Tabla 5***Ficha de clasificación arancelario del producto*

Indicadores	Detalle
Nombre del producto	Ensalada Congelada De Calamar

Caraterísticas técnicas del producto	Comida congelada
Función del producto	Alimenticio
	1605.54.00.00
Nomenclatura de clasificación	
Partida arancelaria	1605
Subpartida arancelaria	1605.54
Carga tributaria	ADVALOREM 30% - ARANCEL ESPECIFICO 0% - FONDINFA 0.50% - IVA 12% - ICE 0%
Prohibiciones de importación	Prohibida importacion de Corea del Norte, según resolución No. 239 (2017) del Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas.
Barrera no arancelarias	Certificados De Ministerio De Salud Pública, Subsecretaria De Recursos Pesqueros

Fuente: Arancel Nacional de Importaciones Ecuador

Cada productos tiene sus restricciones e impuestos por los cuales se deben costear, también hay costos logísticos de por medio en una transacción comercial, en este caso es la importación de Caviar y Ensalada de Calamar, a continuación se detallan los costos por los que se tiene que recurrir:

Tabla 6

Costos

Items	Cantidad PCS	Descripción	Unidad de Medida	Clasificación Subpartida
1	2000	Caviar	Kg	1604.31.00.00
2	1000	Ensalada Congelada de Calamar	Kg	1605.54.00.00
TOTAL	3000			

Tabla 7

Costos

FOB TOTAL USD	FOB unitario USD	Peso Bruto	base imponible seguro	SEGURO USD	CIF
40.000,00	\$ 20,00	1.333,33	40000,00	400,00	40.400,00
4.000,00	\$ 4,00	666,67	4000,00	40,00	4.040,00
44.000,00		2.000,00	44000	440,00	44.440,00

Tabla 8*AD-VALOREM*

Ad-valorem		Acuerdo Comercial			Especifico			
% Ad-V	Ad-V	Tipo A. Com.	% Preferencia	Preferencia	Ad-V a Pagar	Especifico	Tipo	Esp_Cal
30,00%	12.120,00	NO	0,00%	-	12.120,00	0	x U	-
30,00%	1.212,00				1.212,00	0		-
	13.332,00			-	13.332,00			0

Tabla 9*FODINFA*

Fodinfra		ICE			IVA		Total Tributos Aduana	
% Fodinfra	Fond. Cal.	Base ICE	% ICE	ICE Cal.	Base IVA	% IVA	IVA Cal.	
0.5 %	2.020,00		0,00%	-	54.540,00	12,00%	6544,80	20.684,80
0.5 %	202,00				5.454,00	12,00%	654,48	2.068,48
	2.222,00	-		0	59.994,00		7199,28	22753,28

Tabla 10*ISD*

ISD				Total Tributos + ISD
% ISD	Base ISD	Base ISD	ISD Cal.	
4,75%	40000,00	40000,00	1900,00	22.584,80
4,75%	4000,00	4000,00	190,00	2.258,48
			2090	24.843,28

Fuente: Sistema PUDULECO / Arancel Nacional de Importaciones

Tabla 11

Costos logísticos

Costos Logísticos										Total Costos Logísticos
Docu mento s De Contr ol Previo	Agente de Aduana	Almace namien to	Gastos Locale s	Despac ho de Carga	Aforo y movim iento de conten edor	Custodi a	Transp orte Interno	Descar ga Fabric a	Otro s	
2.600, 00	298,67	16,66	518,67	32,97	83,23	386,67	500,00	133,33	5400, 00	9970,2 0
2.600, 00	149,33	8,33	259,33	16,49	41,62	193,33	250,00	66,67	2700, 00	6285,1 0
	448,00	24,99	778,00	49,46	124,85	580,00	750,00	200,00	8100, 00	16255, 30

Tabla 12

Costos totales de impuestos

Costos Total Imp.	Utilidad		P.V	P.V.U
	Costo Total Imp/unitrio	% Utl.		
72.955,00	36,48	25%	91.193,75	45,60
12.583,58	12,58	25%	15.729,48	15,73
85.538,58		0,50	106.923,23	

Fuente: (Contecon 2022)

Items	Cantidad PCS	Descripción	Unidad de Medida	Clasificación
				Subpartida
1	10000	Ensalada Congelada de Calamar	Kg	1605.54.00.00
TOTAL	10000			

Tabla 13

Costos solo de la ensalada congelado (10000 unidades)

Tabla 14

Costos

FOB TOTAL USD	FOB unitario USD	Peso Bruto	base imponible seguro	SEGURO USD	CIF
	\$4,00		40000,00	400,00	40.400,00
40.000,00		2.000,00			
			40000	400,00	40.400,00
40.000,00		2.000,00			

Tabla 15

AD-VALOREM

Ad-valorem		Acuerdo Comercial			Especifico			
% Ad-V	Ad-V	Tipo A. Com.	% Preferencia	Preferencia	Ad-V a Pagar	Especifico	Tipo	Esp_Cal
30,00%						0		-
	12.120,00				12.120,00			
								0
	12.120,00			-	12.120,00			

Tabla 15
FODINFA

Fodinfra		ICE			IVA		Total Tributos Aduana	
% Fodinfra	Fond. Cal.	Base ICE	% ICE	ICE Cal.	Base IVA	% IVA		IVA Cal.
0.5 %	2.020,00				54.540,00	12,00%	6544,80	20.684,80
	2.020,00	-		0	54.540,00		6544,8	20.684,80

Tabla 16
ISD

% ISD	Base ISD	ISD		ISD Cal.	Total Tributos + ISD
		Base ISD			
4,75%	40000,00	40000,00		1900,00	22.584,80
				1900	22.584,80

Tabla 17*Costos logísticos*

Costos Logísticos									
Docum entos De Control Previo	Agent e de Aduan a	Almace nam.	Gastos Locales	Despach o de Carga	Aforo y movimie nto de contene dor	Custod ia	Transp orte Intern o	Descar ga Fabric a	Otros
2.600,00	448,00	24,99	778,00	49,46	124,85	580,00	750,00	200,00	8100,00
	448,00	24,99	778,00	49,46	124,85	580,00	750,00	200,00	8100,00

Tabla 18*Costos totales de impuestos*

Total Costos Logísticos	Costos Total Imp.	Utilidad			P.V	P.V.U
		Costo Total Imp/unitrio	% Utl.	Utilidad Cal.		
13655,30			25%			
	76.640,10	7,66		19.160,03	95.800,13	9,58
13655,30	76.640,10		0,25	19.160,03	95.800,13	

Para determinar los impuestos se utilizó el programa de ECUAPASS, este programa permitió obtener información acerca de las restricciones, impuestos con los que incurrirá

la importación de los productos, esto también permitió conocer que Ecuador no cuenta con acuerdos con China que les permita la liberación del 0% de los impuestos.

La importación se la realizará desde el puerto de Shanghái de China hasta el puerto de Guayaquil Ecuador, este se lo hará por medio de la empresa CONTECON.

Los costos logísticos se los tomo de la página de CONTECON y de los operadores económicos autorizados se utilizará un contenedor refrigerado de 20 pies para la importación de los productos. El margen de ganancia se lo estableció teniendo en cuenta los costos de importación y tomando como referencia el precio que tienen estos productos en el mercado.

CAPÍTULO 4. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones:

Luego de aplicar los diferentes instrumentos para cumplir con los objetivos previstos en esta investigación, se concluye con lo siguiente:

- El estudio de mercado evidenció que existiría un hábito de compra de los consumidores por los productos ofertados; el 70% de los encuestados consideran a los productos innovadores y beneficiosos para su alimentación y salud.
- También se pudo determinar que el lugar indicado para la adquisición de los productos serían los supermercados, debido a la percepción que tienen los ciudadanos por encontrar productos empacados con todas las normas de seguridad, así como también por el lugar de procedencia.
- Ambos productos no son de prohibida importación, pero necesitan los respectivos certificados que requiere para el ingreso al país.
- El proveedor seleccionado para la negociación tiene las características exigidas para la realización de este plan de importación hacia el mercado esmeraldeño.
- Una vez evaluado los costos se considera como decisión que la vía para realizar esta importación sería la marítima, tomando en cuenta el Incoterm FOB utilizado por parte del vendedor, la cantidad, el peso y el volumen de los productos a importar.

Recomendaciones:

A partir de las conclusiones y del estudio planteado con la finalidad de analizar la factibilidad de la importación, se recomienda:

- Realizar un análisis del mercado meta más profundo para actualizar condiciones externas como la pandemia y las crisis nacionales que pueda vivir el Ecuador.

- Analizar a nuevos proveedores que tengas los mismos productos, y que su precio de negociacion sea factibe para los compradores.
- Ampliar el plan de viabilidad de productos de importación para posibles nuevos productos en el mercado esmeraldeño, que dinamicen la economía interna.
- Implantar metodos para las ventas que se realizan fuera de la ciudad, como el correo electrónico.
- Reconocer las actualizaciones que se realizan constantemente para los procesos de compra y venta internacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baca, G. (2013). Evaluación de Proyectos. 7ma Edición. México D.F: Ed. Mac Graw Hill.

Cáceres, J. (2021). Propuesta de plan de importación de productos de consumo masivo en época navideña para la empresa El Familión en la ciudad de Esmeraldas. (Título de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas. Esmeraldas, Ecuador.

Corredor, R., García, P. y Silva, L. (2019). Estudio de factibilidad para la importación de catéter espiral para la inseminación de porcinos desde China, Caso, comercializadora de productos agropecuarios en Bogotá, Colombia. (Tesis de posgrado). Universidad Católica de Colombia. Bogotá, Colombia.

Dután, M. y Tacuri, A. (2019). ANALISIS DE LA APLICACIÓN DEL RÉGIMEN ADUANERO DE ADMISIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO (R-21) PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO, PERIODO 2015 – 2017. (Tesis de grado). Universidad de las Fuerzas Armadas, Sangolquí, Ecuador.

Izurieta, M. (2007). ESTUDIO DE MERCADO PARA EL DESARROLLO Y LANZAMIENTO DE MOBILIARIO DE HOGAR MINIMALISTA AL NORTE DE QUITO. (Tesis de grado) Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador, Ecuador. Recuperado de:

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2018). Aduana del Ecuador. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/introduccion/>

- Longenecker, J. Moore, C. y Petty, W. (2009). *Administración de pequeñas empresas. Un enfoque emprendedor*. 11va. Edición. Cengage Learning Editores.
- López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cualitativa*. Creative Commons.: <http://ddd.uab.cat/record/129382>
- Prieto, J. (2012). *Investigación de Mercado*. México D.F: Ed. Ecoe.
- Ramírez, Y. (2017). *Estudio de factibilidad para la importación de perfiles de aluminio por la empresa vidriería PATOVID*. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato. Ambato, Ecuador.
- Rivadeneira, A. y Juiña, E. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa destinada a la producción y comercialización de tilapia roja en la parroquia de Guayllabamba*. (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana. Quito, Ecuador.
- Salazar, K. (2016). *Estudio de factibilidad para la importación y comercialización de productos de belleza y maquillaje para el cuidado de la piel en la ciudad de Quito. caso: Todotrade negocios internacionales*. (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Ecuador.
- Sapag, N. (2010). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. México D.F: Ed. Prentice Hall.
- Taylor, K. (1998). *Investigación de Mercados*. México: Mc-Graw Hil. Recuperado el 15 de Agosto de 2018
- Zambrano, E. (2014). *Análisis y perspectivas de las PYMES ecuatorianas para exportar productos del mar de interés comercial hacia china*. (Tesis de posgrado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Quito, Ecuador.

ANEXOS

1. Encuesta

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS

La siguiente es una encuesta con fines académicos realizada por **Salomé Génesis Díaz Quevedo** estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, como parte de su proyecto de grado previo a la obtención del título de Licenciada en Negocios Internacionales, con el objetivo de conocer la acogida que tendría el caviar y la ensalada de calamar congelada.

PREGUNTAS INTRODUCTORIAS

1. Sexo

- Hombre
- Mujer

2. Rango de Edad

- 20 - 29 años
- 30 - 40 años
- 41 - 50 años
- Mayor a 51 años

3. ¿En qué parroquia vive?

- Esmeraldas
- Simón Plata Torres
- Luís Tello
- Bartolomé Ruiz
- 5 de Agosto

Nivel de ingresos (Capacidad de compra/nivel socioeconómico)

4. Ingresos mensuales

- Ingresos alrededor de los \$400 mensuales
- Ingresos entre los \$401 - \$600 mensuales
- Ingresos entre los \$601 - \$800 mensuales
- Ingresos entre los \$801 -1000 mensuales

5. ¿Te gustan los productos del mar?

- Si
- No

6. ¿Consumes productos del mar?

- Si
- No

Cuando la persona responda NO hasta ahí llega la encuesta, de lo contrario la encuesta continua.

GRADO DE FACTIBILIDAD HACIA LOS MARISCOS

7. ¿Qué tan importante considera que son los mariscos en su dieta diaria?

- No son importantes
- Poco importantes
- Neutral
- Importantes
- Muy importantes

8. ¿Cuál considera que es la razón principal por la cual las personas no consumen mariscos?

- Por el precio.
- Por el olor.
- Por alergias.

- Por la mala preparación.

9. ¿Cuál es la razón por la cual a algunas personas les gusta los mariscos?

- Por el sabor.
- Por la buena preparación, calidad.
- Porque viven en la costa y/o por costumbre.
- Beneficios a la salud

MEDIDAS DE ACTITUDES HACIA LOS PRODUCTOS DEL MAR

10. Considera usted que está familiarizado con los beneficios que brindan los mariscos.

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

11. ¿A la hora de comprar mariscos usted que toma en cuenta?

- Precio
- Publicidad
- Empaque
- Lugar
- Calidad

12. ¿Considera que los mariscos tienen beneficios que la diferencia de los otros productos?

- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente

13. ¿Qué probabilidad hay que compre productos del mar importados?

- Definitivamente sí
- Probablemente sí
- No estoy seguro
- Probablemente no
- Definitivamente no

14. Consideras que los productos innovadores derivados del marisco importados serian su primera elección al comprar.

- En desacuerdo
- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- Totalmente en desacuerdo

15. ¿Creé usted que los productos congelados (ensalada congelada de calamar) ayuda a disminuir tiempo?

- Si
- No

16. ¿Conoce sobre los beneficios que brinda el caviar en la salud?

- Si
- No

DIAGNÓSTICO

17. Los mariscos que usted consume son:

- Son provenientes del mar
- Son provenientes del río
- Ambos

18. ¿Tiene momentos especiales para el consumo de marisco?

- Si
- No

19. ¿Con que frecuencia consume alimentos a base de mariscos?

- Cada semana
- Cada mes o más.
- Cada año.
- No le gustan

20. ¿Cada cuánto realiza sus compras de mariscos?

- Una vez a la semana
- Dos veces a la semana
- Quincenal
- Mensual

21. ¿Dónde suele realizar la compra de alimentos provenientes de marisco?

- Supermercado
- Mercado
- Tiendas

PROPUESTA DE VENDER EL CAVIAR Y LA ENSALDA CONGELADA DE CALAMAR



Caviar



Ensalada de calamar congelado

22. ¿Estaría usted interesado en comprar este producto (caviar) para su alimentación?

- Si
- No
- Tal vez

23. ¿Estaría usted interesado en comprar este producto (ensalada congelada de calamar) para su alimentación?

- Si
- No
- Tal vez

24. ¿Cuánto estaría dispuesto por el caviar (por 30 gramos)?

- \$10 - \$20
- \$20 - \$30

25. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la ensalada congelada de calamar?

- \$5 - \$6
- \$7 - \$8
- \$9 - \$10

26. ¿Creé que estos productos son innovadores en el mercado esmeraldeño?

- Si

- No
- Tal vez

¡Muchas Gracias por su respuesta!

2. Focus group

GUÍA DE DISCUSIÓN/ FOCUS GROUP

Este focus group va dirigido a las personas de 20 años a mayores 51 años de edad que residen en el cantón de Esmeraldas, con el fin de conocer los gustos de los productos del mar, el comportamiento de compra que tienen estos individuos ante estos productos.

Objetivo General: Analizar la factibilidad de la importación de caviar, y ensalada congelada de calmar, para el consumo del mercado esmeraldeño.

PRESENTACIÓN

Buenos tardes, mi nombre es Salomé Díaz, soy estudiante del 8vo semestre de la carrera de Negocios Internacionales de la universidad Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas, les agradezco por permitir estar reunidos en este espacio el día de hoy, la finalidad de este focus group es porque estamos interesados en conocerte y conocer un poco sobre tu vida en diferentes aspectos. Queremos saber un poco más sobre tu rutina diaria, específicamente sobre los alimentos y los factores que se toman en cuenta para comprar o adquirir un producto. Todo lo que nos digas será estrictamente confidencial. También quiero decirte que no hay respuestas correctas o incorrectas; sencillamente queremos saber tu opinión, acerca del caviar y ensalada congelada de calamar.

Sección 1: INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA Y SOCIOECONÓMICA

(Tiempo estimado máximo: 15 minutos)

Objetivo: Identificar las principales características demográficas y socioeconómicas de las entrevistadas; y conocer un poco más a fondo las personas que consumen estos productos.

Para comenzar me gustaría conocerte un poco... Cuéntame...

¿Cómo se llaman? ¿Qué edad tienen?

¿A qué te dedicas? ¿Estudias, trabajas o realizas otra actividad? ¿Qué otra actividad realizas?

¿Qué es lo que más disfrutas hacer durante el día, ahora que estamos en pandemia?
¿Por qué?

1. En base al contexto actual en el que nos encontramos, ¿con cuánta frecuencia sales? ¿A qué lugares sueles ir?
2. ¿En dónde viven?
3. ¿Cuál es tu marisco favorito?

FACTORES PARA LA ELECCION DE MARISCO (20 min.)

Objetivo: Indagar los factores que influyen en la compra y consumo de los productos del mar

1. ¿En esta época de pandemia cual es la proteína que han consumido más? ¿Por qué?
2. ¿Qué es lo que más les gusta de este tipo de productos?
3. ¿Qué aspectos son los que primero consideran a la hora de comprar un producto nuevo?

Antes de este focus group, ¿Consumían o tenían conocimiento acerca de estos productos?

4. ¿Cuál creé que serie el factor principal para que usted compre este producto?
¿Por qué?

¿Creen que a más personas les gustaría estos productos? ¿Por qué?

COMPORTAMIENTO DE COMPRA (10 min.)

Objetivo: Averiguar sobre los hábitos de compra de estos tipos productos

Finalmente, quisiera pedirte, por favor, que habláramos sobre los lugares donde compran los mariscos.

1. ¿Dónde suelen o prefiere realizar la compra de estos productos? ¿Por qué?
2. ¿Cada cuánto realizarían compras de estos productos? ¿Por qué razón suelen adquirir un nuevo producto?
3. ¿Cuál es el precio que pagaría por la compra de estos productos? ¿Por qué?
4. ¿Crees que el precio de estos productos es el correcto en relación a la calidad y los beneficios que les ofrece?

EVALUACIÓN DE CONCEPTOS (20 min.)

Objetivo: Indagar sobre el entendimiento y aceptación del caviar y de la ensalada congelada de calamar, para evaluar la intención de compra del público objetivo y

saber si el producto tendría aceptación en la ciudad de Esmeraldas. Por este motivo se utilizarán algunas técnicas proyectivas como: asociación de palabras y agrupación de palabras.

A continuación, me gustaría enseñarles algunos productos de los cuales voy a hablar rápidamente...



En nuestra ciudad los mariscos siempre han sido populares, pero al pasar el tiempo los productos marinos han ganado popularidad en el mercado internacional, por sus sabores exóticos y afrodisiacos, por los beneficios que brindan los productos, los 2 productos sobre los que hemos hablado, son productos innovadores en el mercado esmeraldeño. El caviar es un producto que normalmente se suele consumir con frecuencias en las ciudades grandes, las cuales cuentan con supermercados y restaurantes que ofrecen este tipo de producto, dentro de aquí de esmeraldas es un producto el cual muy poco se comercializa, y el cual se desconoce acerca de sus beneficios, posee aceite de omega 3 que ayuda a la prevención de infartos y otras afecciones cardiacas, contiene Vitamina A que es fuente de antioxidante, el alto contenido de potasio ayuda a la presión arterial, su alto contenido de calcio ayuda a la mejora de la salud ósea, estos son algunos de los beneficios que contiene el caviar. La ensalada congelada de calamar es un producto nuevo e innovador, es un producto que no es común encontrar en los supermercados o diferentes lugares de compra, es un producto que está bajo en grasa, y en azúcares, es orgánico, sus ingredientes principales son pedazos de calamar, azúcar, sal, vinagre, etc. Este producto es perfecto para aquellos momentos en los cuales no se tiene el tiempo suficiente para preparar una comida desde el principio.

Con estos productos lo que queremos es que las personas conozcan acerca de nuevos e innovadores productos, los cuales tendrán aporte beneficioso para su salud, porque los mariscos aportan refuerzas del sistema inmunológico, ayudan al fortalecimiento de la memoria, entre otros beneficios.

COMPRENSIÓN MENSAJE / CLARIDAD /CREDIBILIDAD

1. ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente cuando escuchas sobre productos chinos?
2. ¿Son innovadores estos productos, o no? ¿Por qué?
3. ¿Hay algo que no te guste de esta idea? ¿Qué cosas no te gustan? ¿Por qué?

RELEVANCIA

4. ¿Estos productos les resultan interesantes, o no? ¿Por qué?
5. ¿Se animarían a comprarlos, o no? ¿Por qué?
6. ¿Existe actualmente en el mercado esmeraldeño productos similares a estos?
¿Cuál? ¿Qué marca? ¿Dónde los venden?
7. ¿Cuál es el beneficio que les ofrecen estos productos? ¿Serían diferentes a los demás? ¿Por qué?
8. De acuerdo a la nueva idea que plantean estos productos ¿Qué les parecen los precios que se proponen? ¿Por qué?

IDENTIFICACIÓN

9. ¿Sintieron que estos productos reflejaron innovación?
10. ¿Qué características de estos productos les hacen sentir que son productos para ustedes? ¿Cuáles? ¿Por qué?

¡MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN!

3 Operacionalización de variables

La operacionalización de la variable se presenta en la Tabla 1, detallada a continuación.

Tabla 19
Operacionalización de variable

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnica	Fuentes de información	
Importación de caviar ensalada congelada de calamar	La importación es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un estado con propósitos comerciales (Elizondo, 2013).	Aplicación de encuestas y focus group a posibles clientes.	Estudio de mercado.	<ul style="list-style-type: none"> - Atraer clientes - Planificación - Nichos - Ingresos - Preferencias de demanda - Frecuencia de consumo - Precio 	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta - Grupos focales 	Población	
		Analizar los datos					
		Presentación de resultados	Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad - Inversión de los clientes en el producto 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión documental - Observación (lista de cotejo) 	Población	
	Conclusiones y recomendaciones		Inteligencia del producto	<ul style="list-style-type: none"> - Barreras arancelarias - Costo de importación 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión documental 	Documento	

4. Fichas de clasificación arancelaria del producto

Indicadores	Detalle
Nombre del producto	Sucedaneo de Caviar
Caraterísticas técnicas del producto	Huevo del pez esturión que es consumida por los humanos, posee muchos beneficios para la salud.
Función del producto	Alimenticio
Nomenclatura de clasificación	1604.31.00.00
Reglas general	Sección I Capítulo 3 CG/1
Notas legales	
Partida arancelaria	1604
Subpartida arancelaria	1604.31
Carga tributaria	ADVALOREM 30% - ARANCEL ESPECIFICO 0% - FONDINFA 0.50% - IVA 12% - ICE 0%
Prohibiciones de importación	No es un producto de prohibida importacion
Barrera no arancelarias	Certificados De Ministerio De Salud Publica, Subsecretaria De Recursos Pesqueros

5. Ficha de clasificación arancelario del producto

Indicadores	Detalle
Nombre del producto	Ensalada Congelada De Calamar
Caraterísticas técnicas del producto	Comida congelada
Función del producto	Alimenticio
Nomenclatura de clasificación	1605.54.00.00
Reglas general	Sección IV Capítulo 16 16.041/05
Notas legales	
Partida arancelaria	1605
Subpartida arancelaria	1605.54
Carga tributaria	ADVALOREM 30% - ARANCEL ESPECIFICO 0% - FONDINFA 0.50% - IVA 12% - ICE 0%
Prohibiciones de importación	No es un producto de prohibida importacion
Barrera no arancelarias	Certificados De Ministerio De Salud Publica, Subsecretaria De Recursos Pesqueros

5. Instrumentos de aplicación para la investigación (Búsqueda de proveedores)

La siguiente es una ficha de cotejo con fines académicos realizada por **Salomé Génesis Díaz Quevedo** estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Esmeraldas como parte de su proyecto de grado previo a la obtención del título de Licenciada en Negocios Internacionales

Ficha de cotejo de búsqueda de proveedores plataformas de comercio

Indicadores	Detalle
Años en la plataforma	El proveedor se encuentra hace 13 años en la plataforma
Proveedor verificado	Es un proveedor verificado
Historial del pedido	Domestic Market 45.00% North America 12.00% Eastern Europe 8.00%
Perfil de empresa	Empresa fabricante de China
Detalle de productos	Ensalada Congelada de Calamar, Caviar
Capacidad de suministro	100 toneladas por mes de ensalada congelada de calamar, 8 toneladas por día de caviar
Empaquetado y entrega	Ambos vienen en bolsa y caja, el tiempo de entrega es de 15 días del pedido mínimo, si supera el pedido mínimo los días son negociables.

6. Costeo

Costo total de la mercancía (moneda de la transacción)	
Costo total usd	44.000,00
Moneda (tipo de cambio)	
Flete total	8100
Seguro total	440
Peso neto total	
Peso bruto total	2000

1%

Items	Cantidad PCS	Descripcion	Unidad de Medida	Clasificacion
				Subpartida
1	2000	Caviar	Kg	1604.31.00.00
2	1000	Ensalada Congelada de Calamar	Kg	1605.54.00.00
TOTAL	3000			

FOB TOTAL USD	FOB unitario USD	Peso Bruto		base imponible seguro	SEGURO USD	CIF
40.000,00	\$ 20,00	1.333,33		40000,00	400,00	40.400,00
4.000,00	\$ 4,00	666,67		4000,00	40,00	4.040,00
44.000,00		2.000,00		44000	440,00	44.440,00

Ad-valorem		Acuerdo Comercial				Especifico		
% Ad-V	Ad-V	Tipo A. Com.	% Preferencia	Preferencia	Ad-V a Pagar	Especifico	Tipo	Esp_Cal
30,00%	12.120,00	NO	0,00%	-	12.120,00	0	x U	-
30,00%	1.212,00				1.212,00	0		-
	13.332,00			-	13.332,00			0

Fodinfra		ICE			IVA			Total Tributos Aduana
% Fodinfra	Fond. Cal.	Base ICE	% ICE	ICE Cal.	Base IVA	% IVA	IVA Cal.	
0.5 %	2.020,00		0,00%	-	54.540,00	12,00%	6544,80	20.684,80
0.5 %	202,00				5.454,00	12,00%	654,48	2.068,48
	2.222,00	-		0	59.994,00		7199,28	22753,28

ISD				Total Tributos + ISD
% ISD	Base ISD	Base ISD	ISD Cal.	
4,75%	40000,00	40000,00	1900,00	22.584,80
4,75%	4000,00	4000,00	190,00	2.258,48
			2090	24.843,28

Documentos De Control Previo	Costos Logísticos									Total Costos Logísticos
	Agente de Aduana	Almacenamiento	Gastos Locales	Despacho de Carga	Aforo y movimiento de contenedor	Custodia	Transporte Interno	Descarga Fabrica	Otros	
2.600,00	298,67	16,66	518,67	32,97	83,23	386,67	500,00	133,33	5400,00	9970,20
2.600,00	149,33	8,33	259,33	16,49	41,62	193,33	250,00	66,67	2700,00	6285,10
	448,00	24,99	778,00	49,46	124,85	580,00	750,00	200,00	8100,00	16255,30

Costos Total Imp.	Costo Total Imp/unitrio	Utilidad		P.V	P.V.U
		% Utl.	Utilidad Cal.		
72.955,00	36,48	25%	18.238,75	91.193,75	45,60
12.583,58	12,58	25%	3.145,90	15.729,48	15,73
85.538,58		0,50	21.384,65	106.923,23	

