



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de investigación

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CRISTAL PLANO DE CONSTRUCCIÓN,
DESDE CHINA, PARA EL COMERCIAL VERA EN LA CIUDAD DE
RIOBAMBA, EN EL AÑO 2017.**

AUTORA:

IBETH ALEXANDRA SANDOVAL SANDOVAL

RIOBAMBA-ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la Srta. IBETH ALEXANDRA SANDOVAL SANDOVAL, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido se autoriza su presentación.

Ing. Jéssica Paola Cajas Guerra

DIRECTORA

Ing. María Elena Espín Oleas

MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **IBETH ALEXANDRA SANDOVAL SANDOVAL**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos que constan en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos del presente trabajo de titulación.

Riobamba, 29 de Marzo 2018

Ibeth Alexandra Sandoval Sandoval

C.C. 0503620304

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera.

A mis padres quienes estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y sus consejos para hacer de mí una mejor persona, en especial a mi madre querida, aunque no esté físicamente siempre me cuida y me protege desde el cielo para que todo me salga bien.

A mis hermanas que de una o de otra forma a lo largo de nuestras vidas han estado en mi vida para reír, llorar y solidarizarnos, a mis sobrinos por su compañía y por toda la felicidad que han dado a mi vida.

A mi novio por sus palabras y confianza, por su amor y por brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente.

Ibeth Alexandra Sandoval Sandoval

AGRADECIMIENTO

En mi vida estudiantil quiero agradecer primeramente a mi querida universidad quien me abrió las puertas y permitirme ser parte de ella.

Agradezco a todos mis docentes quienes impartieron sus conocimientos para forjarnos como buenos profesionales para poder desempeñarnos en el mundo laboral.

Y como no agradecerles a ustedes mis padres quienes hicieron que mis sueños se hicieran realidad, gracias por su esfuerzo y sacrificio para darme una carrera universitaria.

Y finalmente quiero agradecer a todos quienes fueron mis compañeros de clase durante todos los niveles de universidad, que gracias al compañerismo, amistad y apoyo moral han apoyado en un alto porcentaje a mis ganas de seguir adelante en mi carrera profesional.

Ibeth Alexandra Sandoval Sandoval

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada...	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenidos	vi
Índice de tablas	ix
Índice de gráficos.....	xi
Índice de anexos.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1.1. Formulación del problema.....	4
1.1.2. Delimitación del problema	4
1.2. JUSTIFICACIÓN	4
1.3. OBJETIVOS	6
1.3.1. Objetivo General.....	6
1.3.2. Objetivos Específicos	7
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	8
2.1.1. Antecedentes históricos	9
2.1.1.1. El vidrio	9
2.1.1.2. Reseña histórica de Comercial Vera.....	10
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12
2.1.1. Proyecto	12
2.1.2. Proyecto de factibilidad	12
2.2. Estudio de mercado	13
2.2.1. Demanda	13
2.2.1.1. Oferta	14

2.3.	Estudio técnico	15
2.4.	Estudio financiero	16
2.4.1.	Inversión requerida	16
2.4.2.	Capital de trabajo	16
2.5.2.	Activos fijos	16
2.5.6.	Gastos pre operativos	17
2.6.	Estados financieros	17
2.6.1.	Balance General	17
2.6.2.	Estado de resultados	18
2.7.	Evaluación financiera	20
2.7.1.	Valor Actual Neto	20
2.7.2.	Tasa Interna de Retorno	21
2.7.3.	Periodo de recuperación de la inversión	21
2.8.	Comercio Internacional	22
2.8.1.	Balanza comercial	23
2.8.2.	Producto Interno Bruto (PIB)	23
2.9.	Importación	24
2.12.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	43
2.13.	IDEA A DEFENDER	45
2.14.	VARIABLES	45
2.14.1.	Variable Independiente	45
2.14.2.	Variable Dependiente	45
	CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO	46
3.1.	Modalidad de la investigación	46
3.2.	Tipos de investigación	46
3.3.	Métodos, técnicas e instrumentos	48
3.4.	Población y muestra	49
3.5.	Análisis de resultados	51
3.6.	Verificación de la idea a defender	62
	CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO	63
4.1.	TÍTULO	63
4.2.	CONTENIDO DE LA PROPUESTA	63
4.2.1.	Acuerdo Comercial	63
4.3.	Estudio de Mercado	65

4.3.1.	El producto	65
4.3.2.	Industria de la construcción en el Ecuador	66
4.3.3.	Competencia	66
4.3.4.	Proveedores	67
4.3.5.	Cotizaciones.....	69
4.3.6.	Demanda	70
4.4.	Estudio Técnico	72
4.5.	Estudio Financiero	88
	CONCLUSIONES	101
	RECOMENDACIONES.....	102
	BIBLIOGRAFÍA	103
	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Determinantes de compra	14
Tabla 2: Elementos del estudio técnico	15
Tabla 3: Proceso de desaduanización	34
Tabla 4: Población	49
Tabla 5: Productos importados	51
Tabla 6: Comercialización	52
Tabla 7: Adquisición.....	53
Tabla 8: Precio	54
Tabla 9: Factores determinantes	55
Tabla 10: Frecuencia.....	56
Tabla 11: Satisfacción.....	57
Tabla 12: Color	58
Tabla 13: Adquisición.....	59
Tabla 14: Beneficios	60
Tabla 15: Análisis FODA	61
Tabla 16: Competencia en la ciudad de Riobamba.....	67
Tabla 17: Análisis de proveedores	68
Tabla 18: Cotizaciones.....	69
Tabla 19: Demanda	70
Tabla 20: Total Demanda	71
Tabla 21: Materia prima para la producción de productos vítreos	74
Tabla 22: Partida arancelaria	76
Tabla 23: Aspectos del embalaje de cristal plano.....	77
Tabla 24: Tipo de contenedor	80
Tabla 25: Top Down	87
Tabla 26: Adecuaciones.....	88
Tabla 27: Muebles y enseres.....	88
Tabla 28: Equipo de computación	89
Tabla 29: Equipos de Oficina	89
Tabla 30: Vehículo.....	89
Tabla 31: Depreciaciones.....	90

Tabla 32: Nómina del personal primer año	91
Tabla 33: Nómina del personal segundo año.....	91
Tabla 34: Materia prima directa.....	91
Tabla 35: Gasto de Ventas	92
Tabla 36: Capital de trabajo.....	92
Tabla 37: Resumen de Inversiones	93
Tabla 38: Inversión	93
Tabla 39: Tabla de pagos	93
Tabla 40: Egresos.....	95
Tabla 41: Ingresos.....	96
Tabla 42: Hoja de costos.....	96
Tabla 43: Balance General.....	97
Tabla 44: Estado de Resultados	97
Tabla 45: Flujo de efectivo	97
Tabla 46: VAN.....	99
Tabla 47: TIR.....	99
Tabla 48: Periodo de recuperación	100
Tabla 49: Relación Costo-Beneficio.....	100

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Activos fijos.....	17
Gráfico 2: Elementos del Balance General.....	18
Gráfico 3: Estructura del Estado de Resultados.....	19
Gráfico 4: Tipo de Incoterms para cada tipo de transporte.....	29
Gráfico 5: Documentos de soporte.....	35
Gráfico 6: Componentes de la comercialización.....	40
Gráfico 7: Micro y Macro comercialización.....	40
Gráfico 8: Productos importados.....	51
Gráfico 9: Comercialización.....	52
Gráfico 10: Adquisición.....	53
Gráfico 11: Precio.....	54
Gráfico 12: Factores determinantes.....	55
Gráfico 13: Frecuencia.....	56
Gráfico 14: Satisfacción.....	57
Gráfico 15: Color.....	58
Gráfico 16: Adquisición.....	59
Gráfico 17: Beneficios.....	60
Gráfico 18: Cristal plano de construcción.....	66
Gráfico 19: Localización de la empresa.....	72
Gráfico 20: Localización de la empresa.....	73
Gráfico 21: Etiquedo individual.....	77
Gráfico 22: Etiquetado del embalaje.....	78
Gráfico 23: Localización de la empresa.....	78
Gráfico 24: Distancia entre Shandong – China y Ecuador.....	79
Gráfico 25: Contenedor.....	80
Gráfico 26: Tipos de INCOTERMS.....	81
Gráfico 27: Regímenes de importación.....	82
Gráfico 28: Flujograma de desaduanización.....	86

ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo 1: Cuestionario de la encuesta.....**¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 2: Entrevista dirigida al Gerente General de Comercial Vera.**¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 3: Productos que ofrece Comercial Vera**¡Error! Marcador no definido.**

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como principal objetivo realizar un proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de cristal plano de construcción, desde China para el Comercial Vera en la ciudad de Riobamba, en el año 2017. Durante el desarrollo investigativo se han utilizado diferentes métodos y técnicas que facilitaron la misma, para la recopilación de información se procedió a la realización de una encuesta a la población económicamente activa, la misma que fue el objeto de estudio. Dentro de los principales resultados obtenidos se destaca la adquisición de este producto, lo que demuestra la aceptabilidad del proyecto por parte de la demanda. Al momento de realizar el proyecto de importación se estableció la oferta y demanda a través del estudio de mercado, se analizaron a los posibles proveedores, y se decidió trabajar con una empresa ubicada en China, debido a los costos más bajos del producto requerido; posteriormente en el estudio técnico se estableció el proceso que se debe seguir para la exportación, y finalmente en el estudio financiero se realizó el cálculo de los indicadores financieros demostrando que existe el Valor Actual Neto (VAN) de 67.606,89 , Tasa Interna de Retorno (TIR) de 8,52% y Relación Costo/Beneficio de 0,31 por cada dólar invertido. Se concluye que en el mercado local existe demanda de cristal plano de construcción, ya que, debido al crecimiento del sector de la construcción, este un material que es utilizado con gran regularidad por lo tanto se recomienda a Comercial Vera realizar estudios a través de los cuales se proyecten niveles de venta, que permitirá contar con el stock necesario para cumplir con los requerimientos de la demanda.

Palabras Claves: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>
<PROYECTO DE FACTIBILIDAD> <CRISTAL PLANO DE CONSTRUCCIÓN>
<COMERCIAL VERA> <VALOR ACTUAL NETO (VAN)> <TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)> <RIOBAMBA (CANTÓN)>

Ing. Jéssica Paola Cajas Guerra
DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

ABSTRACT

The present research work aims to carry out a feasibility project for import and commercialization of flat construction glass, from China to Comercial Vera, in Riobamba city, in 2017. During the research has used different methods and techniques that facilitated the same, for the collection of information proceeded to conduct a survey of the economically active population, the same that was the object of study. Among the main results obtained is the acquisition of this product, which demonstrates the acceptability of the product by demand. The supply and demand were established through the market study, potential suppliers were analyzed and it was decided to work with an enterprise located in China; due to, the lower costs of required product. Later, in the technical study the process must follow for export was established, and finally in the financial study, the calculation of the financial indicators was determined, demonstrating that there is a Net Present Value (NPV) is 67,606.89, internal rate of return (IRR) is 8.52% and cost-benefit ratio is 0.31 for each dollar invested. It is concluded that, the local market there is a demand for flat construction glass, due to the growth from construction sector, this material is used with great regularity, therefore to this enterprise is recommended to carry out studies, through which sales levels are projected which will allow having the necessary stock to fulfill the requirements of the demand.

Key words: ECONOMIC SCIENCES AND ADMINISTRATTVES, FEASIBILITY PROJECT, CRYSTAL PLAN OF CONSTRUCTION, COMERCIAL VERA, NET PRESENT VALUE (NPV), INTERNAL RATE OF RETURN (IRR), RIOBAMBA (CANTON).

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es desarrollada dentro del área de Comercio Exterior, y se titula “Proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de cristal plano de construcción, desde China, para el Comercial Vera en la ciudad de Riobamba, en el año 2017”

El comercio exterior en la actualidad juega un papel importante en la economía de los países, ya que la Balanza Comercial se mide a través del nivel de ingresos y egresos por exportaciones e importaciones.

Las relaciones comerciales entre países, ha facilitado las operaciones de importación y exportación, debido a los acuerdos existentes tales como reducción de impuestos y aranceles, e incluso algunos productos no pagan ningún tipo de arancel.

En la investigación presentada, básicamente se divide en cuatro capítulos los mismos que son detallados a continuación:

Capítulo I: Hace referencia a la primera parte del estudio, en la que se explica el problema, justificación, objetivos que buscan ser cumplidos a lo largo del proceso. Es decir, en este capítulo se desarrolla y enfatiza la problemática e importancia que tiene para la realización de la investigación.

Capítulo II: Se desarrolla la sustentación teórica, desde diferentes puntos de vista y criterios de diversos autores se procede a la construcción del marco teórico, en el cual se fundamentan los procesos, requerimientos y pasos necesarios para la elaboración del respectivo plan.

Capítulo III: Se definen los métodos, tipos, técnicas y herramientas de investigaciones que son necesarias para la investigación, además se clarifica la muestra con la que se va a trabajar y posteriormente se detallan los resultados obtenidos posteriores a la aplicación de la técnica investigativa utilizada para la recopilación de información.

Capítulo IV: Se desarrolla el proyecto de factibilidad, en el que se incluye el estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero para la evaluación de resultados por medio de indicadores financieros que permitan determinar la factibilidad del proyecto de importación.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El comercio internacional se encuentra estructurado a través de la importación y exportación de productos debido a que a través de los mismos se genera una ampliación en la satisfacción de los clientes mediante las empresas. Ecuador es un país mega diverso conformado por una biodiversidad de productos, sin embargo, no se cumple con la totalidad de requerimientos existentes en el país, lo que ha conllevado a que las empresas opten por la importación constituyendo de esta manera la generación de importaciones es decir la adquisición de productos en otros países con el fin de comercializarlos.

Los productos importados a nuestro país fortalecen y cubren las necesidades existentes, es así que, al realizar una comparación entre el nivel de importaciones y exportaciones, se determina que el Ecuador realiza más importaciones que exportaciones, por lo tanto, la balanza comercial ecuatoriana arroja un déficit.

En la actualidad en el mercado ecuatoriano existen diversas empresas y microempresas que se dedican a ofertar materiales de construcción, con una gran diversidad de productos; los mismos que son de mediana y alta calidad, obviamente en este sentido hay una variación de precios constituyéndose este en un problema, ya que debido a la situación económica que enfrenta el país en muchos casos resulta difícil costear productos de primera calidad debido a los precios elevados de los mismos, siendo esto un límite para que el cliente adquiriera lo requerido.

Comercial Vera es una empresa reconocida en el mercado local, ya que se dedica a la comercialización de todo tipo de materiales de construcción, por lo que es poseedora de una gran cantidad de demanda. Sin embargo, en lo referente a la comercialización de un producto en específico, el cual es el cristal plano de construcción, no es considerada como un ente competitivo en comparación con otros comerciales que abarcan el mismo mercado.

Razón por la cual, muchos de los compradores regulares de Comercial Vera buscan nuevas alternativas para adquirir dicho producto, buscando siempre calidad y buen precio, ya que, en la situación económica actual en el país, muchos ciudadanos buscan abaratar costos y adquirir productos de calidad; en el mercado local existen diferentes locales comerciales que expenden este producto, generalmente se encuentra valorado en un precio estimado de 16,30 por metro cuadrado.

El incremento de la demanda con relación al cristal plano de construcción, y la poca o ninguna oferta existente en el mercado nacional hace que este producto sea expendido a precios altos; lo que provoca insatisfacción del cliente. Así mismo, debido a que Comercial Vera no satisface con la demanda existente hace que los clientes busquen nuevos proveedores, lo que conlleva a una reducción de ventas y por ende una disminución de ingresos económicos.

En base a lo mencionado, se concluye entonces que el principal problema radica en los altos costos de este este producto, y al no comercializar cristal plano de construcción, Comercial Vera se encuentra enfrentando una pérdida de clientes, ya que los mismos deben buscar otros proveedores para cubrir con los requerimientos existentes.

1.1.1. Formulación del problema

¿Cómo incide la importación y comercialización de cristal plano para la construcción a optimizar los costos para el Comercial Vera?

1.1.2. Delimitación del problema

La presente investigación será realizada en Comercial Vera, en la ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, ubicado en las calles Av. Antonio José de Sucre, frente al colegio Maldonado Norte.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La construcción es uno de los sectores que más aporta al crecimiento económico del Ecuador. Este sector comprende empresas constructoras e industrias de insumos, y su alto

grado de vinculación con otros sectores influye de manera significativa en la dinámica de la economía. La minería no metálica, la carpintería, la electricidad, la plomería, el transporte e inclusive la fabricación de aparatos electrónicos, son sectores a los que se “encadena” el sector de la construcción.

La construcción es intensiva en mano de obra, y su nivel de actividad influye en el nivel de empleo de la economía y en la dinámica del mercado laboral. En otras palabras, es un sector que ejerce un efecto multiplicador: por cada trabajo generado en el área de la construcción, se generan otros trabajos en distintos sectores de la economía vinculados al mismo.

Con este análisis, y al ser Ecuador un país con baja industrialización, la importación de materias primas, bienes y/o servicios, productos terminados, suministros y accesorios, representan elementos potencializadores de la economía nacional, ya que varios sectores se verán beneficiados por considerar que en muchos de los casos estos materiales han servido para la elaboración de productos terminados listos para la exportación.

Por las razones expuestas es que Comercial Vera se encuentra ofreciendo sus productos ferreteros siendo un pilar fundamental para el sector de la construcción, el cual, ayudado a incrementar la economía del país, por lo que se ha pensado en la implementación de un proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de vidrio plano para construcciones, importado desde China, esto debido a que las importaciones de vidrio mayoritariamente son provenientes del país en mención.

Es por esta razón que los propietarios de la empresa, buscan nuevas alternativas que les permita ser más competitivos en el mercado local e incluso nacional, por lo que no se deslindan de incursionar en procesos de importación de vidrio plano para construcción, ya que dicho material de construcción es requerido habitualmente debido al crecimiento del sector de la construcción.

El presente proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de cristal plano para construcción será una herramienta que guíe a los dueños del comercial, y de ser aplicada eficazmente dará grandes réditos económicos a su empresa y beneficiará a

los clientes por cuanto puedan conseguir insumos de buena calidad y a bajos costos, estableciendo así a la organización en un ámbito más competitivo dentro del mercado.

Bajo tal contexto se considera este proyecto necesario debido a que la importación de cristal plano para construcciones, representa una fuente de empleo directo con distribuidores, comerciantes y clientes, e indirectamente para construcciones en donde el uso de este insumo es requerido; por lo tanto establecer el un proyecto de factibilidad para importación y comercialización, traerá consigo un gran beneficio económico para Comercial Vera, ya que accederán a ofertar un producto de calidad a precios más competitivos.

La estrategia de importación de cristal plano a implementarse, se verá reflejado en la reducción de costos debido a que en el momento de realizar una compra con los ofertantes o proveedores del producto se genera un porte de precios más bajos.

La propuesta a efectuar, representará una potencial herramienta de mejora a los servicios de importaciones de cristal plano, la venta del mismo producto a precios accesibles, e incluso inferiores al precio del mercado nacional lo cual beneficiará a tanto a los clientes potenciales como también a la organización, determinando la optimización del recurso y reduciendo el porcentaje de insatisfacción existente al tener un producto a tan altos precios.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Realizar un proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de cristal plano de construcción, desde China para el Comercial Vera en la ciudad de Riobamba, en el año 2017.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Elaborar el estado del arte que de sustento a la investigación
- Realizar un estudio de mercado dirigido a los clientes y a los principales proveedores de cristal plano de construcción
- Diseñar el proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de cristal plano de construcción, desde China para el Comercial Vera en la ciudad de Riobamba, en el año 2017.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Es necesario conocer y analizar diferentes estudios en donde se observe las variables a estudiar en el proceso investigativo, para lo cual se ha procedido a identificar diferentes trabajos en repositorios académicos, los mismos que servirán de base para el desarrollo de la investigación planteada, a continuación, se muestran dichos estudios.

En el trabajo investigativo titulado “Importación de bisutería desde Hong Kong – China hacia Quito-Ecuador vía aérea bajo régimen 10”, desarrollado por (Cisneros, 2011), se desatacan el siguiente resumen.

Mediante esta investigación se determinó que el producto a importar no tenía un target exclusivo sino más bien contaba con una acogida amplia y este proyecto fue considerado viable. El contexto logístico en esta investigación en cuanto al comercio exterior cumple con el rol fundamental donde no se permite el más mínimo error, ya que al generar en ello se podría ocasionar inconveniente.

Mediante la realización del capítulo relacionado con las finanzas se determinó que el mismo es factible sostenible.

El trabajo investigativo titulado como “Las importaciones de calzado desde la República Popular China hacia el Ecuador, período 2009-2010”, de la autora (Mora, 2011), se obtiene el siguiente resumen:

El futuro del calzado ecuatoriano puede ser promisorio si se toma en cuenta que hoy en día la producción y exportación de este producto se concentra en los países en desarrollo mientras que los países desarrollados han pasado a ser importadores. Para poder aprovechar el entorno, es necesario que las industrias de América Latina y del Ecuador especialmente, inicien en una capacitación adecuada que les permita lograr un producto más competitivo internacionalmente, mediante el trabajo y mejoramiento de estilos,

modelos y estandarización, además que se debería concientizar al productor para invertir en tecnología, así como lo hacen los países desarrollados.

En el proyecto investigativo cuyo título es “Importancia de las relaciones comerciales entre las Repúblicas de China y Ecuador 2005-2010”, realizado por (Burgas, 2011), se obtiene se concluye que el país de China es considerado como una de las grandes potencias a nivel mundial, ya que sabe cómo dirigir sus recursos de manera óptima, constituyéndose en un país competitivo mundialmente, con la investigación presentada se verifica que el interés de este país es el petróleo, además fue necesario el estudio de las relaciones comerciales y de los estándares de calidad requeridos para ingresar a dicho país.

2.1.1. Antecedentes históricos

2.1.1.1. El vidrio

Es un material basado en las necesidades de la construcción, fue creado en tiempos remotos los egipcios fueron quienes inventaron este tipo de material y que en eso tiempo fueron utilizados para la comercialización en grandes países, se lo utilizaba como frascos para el mantenimiento de alimentos.

En tiempos remotos los seres humanos fueron identificados como unos artesanos con grandes expectativas de crecimiento en la manufactura determinando a la materia prima como obras grandiosas de arte. En los años remotos de revolución se inició con la construcción de botellas de vidrio.

Los vidrios se encuentran del grupo familiar de la cerámica, la nobleza del vidrio reside en la transparencia óptica, resistencia, aislamiento y la facilidad de fabricación. El vidrio se ha convertido en un elemento vital en la arquitectura de nuestros días, donde la búsqueda de máximas superficies vidriadas para obtener las mejores visuales y la mayor iluminación natural, se contrapone con la necesidad de lograr la mayor eficiencia energética y los más elevados estándares de seguridad. Esto ha derivado en una ampliación exponencial de la oferta de productos transparentes, y en una sofisticación

cada vez mayor de sus tecnologías de producción, para dar respuesta a las más heterogéneas demandas de diseño y confort (Ecovidrio, s.f).

2.1.1.2. Reseña histórica de Comercial Vera

De acuerdo con la información obtenida por parte del gerente propietario del Comercial Vera, a continuación, se presenta la historia de este negocio, así como los avances a que ha tenido consecutivamente hasta la actualidad.

Comercial Vera inicia su negocio el 15 de Abril de 1993 el primer local, se ubicó en las calles Avenida Antonio José de Sucre vía a Guano por iniciativa del Sr Hernán Vera, la visión que tuvo en ese momento fue en dar un nuevo servicio a sus clientes con la oferta de productos que llegaran al alcance de ellos, con un costo inferior a la de otras ferreterías y la posibilidad de comprar según sus necesidades. En ese entonces se comercializaban materiales al retazo, al peso y de primera dirigida a los artesanos, público en general y profesionales de la rama de la construcción

Con una visión de crecimiento y para dar un mejor servicio a sus clientes, Comercial Vera decide en el año de 1999 inaugurar un nuevo local, los mismos que hasta la actualidad es la matriz de la empresa. De manera que Comercial Vera pensando en los consumidores, busca la manera de facilitar la adquisición de productos y materiales de construcción a los clientes, marcando la diferencia entre la competencia y cubriendo con la demanda establecida, lo que ha permitido a la empresa crecer constantemente; así también generando nuevas plazas de trabajo, beneficiando a aproximadamente 24 familias. Comercial Vera se distingue de su competencia, ya que ofrece un servicio de calidad, y una gama diversificada de productos.

El 19 de mayo del 2012, los propietarios del Comercial Vera basándose en las necesidades de la demanda, y buscando el crecimiento empresarial deciden abrir la primera sucursal en la Avenida Pedro Vicente Maldonado. Producto del trabajo tesonero y sacrificado, por todo este esfuerzo se ha constituido en un modelo de emprendimiento que tienen la oportunidad de servir a la ciudad y provincia, pensando en brindar un servicio de calidad, con calidez buscado satisfacer siempre las necesidades de los clientes.

Posteriormente el 25 de Marzo del año 2017, se inaugura una segunda sucursal que se ubica en el sector Los Caminos del Sol, de esta manera se busca facilitar a los clientes la obtención de los diferentes productos requeridos de manera más fácil.

La empresa, en su planta de producción fabrica piezas que ayudaran a los artesanos cerrajeros de manera específica, la obtención de piezas con modelos únicos, modernos y a precios bajos: además se tiene proyectado la elaboración de adornos de forja hierro.

Con sus 3 amplios locales surte material de primera, además manteniendo su estilo original de ofrecer material por peso, o medida, además se brindará nuevos servicios como es doblado y corte de planchas de medidas hasta de 10 mm, como también el poder doblar tubería redonda, cuadrada y rectangular hasta 4 pulgadas de diámetro.

Principios y Valores

- Responsabilidad
- Respeto
- Eficiencia
- Compromiso
- Calidad

Misión

Somos una empresa que se dedica a la comercialización de materiales de construcción enfocada a todos los artesanos y profesionales de la rama de construcción, diferenciados por los productos de alta calidad.

Visión

Ser una empresa líder en el la comercialización de materiales de construcción reconocidos a nivel local nacional por los productos de alta calidad, buscando siempre cumplir con las expectativas de los clientes mediante el crecimiento sostenible.

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Proyecto

Para (Fernández, 2005), un proyecto es un conjunto de aspectos relacionados con la inversión, actividades, políticas y lineamientos organizaciones, cuyo diseño tiene como finalidad el cumplimiento de metas y objetivos durante un periodo concreto, en una zona determinada y con una cantidad de recursos previstos; buscando el desarrollo a través del tiempo, y generando beneficios para los involucrados.

Según (Morris, 2008), un proyecto es la combinación de recursos humanos, materiales, tecnológicos, económicos, que posee una organización, los mismos que buscan el cumplimiento de objetivos y metas trazadas.

Básicamente, desde la concepción de la autora un proyecto es el conjunto de elementos y recursos que se interrelacionan entre sí, a fin de alcanzar el cumplimiento efectivo de los objetivos organizacionales.

2.1.2. Proyecto de factibilidad

El proyecto de factibilidad es el estudio que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone tendrá éxito o no, y cuáles son las estrategias que permitirán el desarrollo adecuado para el mismo. Así también se determinará la contribución del nuevo negocio con la conservación, protección y restauración del entorno, es decir juega un papel importante la responsabilidad social empresarial (Luna & Chaves, 2001).

A través del proyecto de factibilidad se busca conocer la inversión necesaria, el tiempo de recuperación de la misma e indicadores económicos que permitan determinar la viabilidad del negocio. Por medio de esta información la goma de decisiones será más efectiva y acorde a la realidad (Luna & Chaves, 2001).

Al realizar el estudio de factibilidad, es necesario que conste la siguiente información:

- Introducción

- Situación actual
- Estudio de factibilidad
- Objetivos de estudio
- Características del proyecto
- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio financiero

2.2. Estudio de mercado

Es uno de los más importantes al momento de iniciar la elaboración de un plan de factibilidad, ya que a través del mismo se pretende definir la oferta y la demanda, y por supuesto el nivel de aceptación ante el nuevo producto o servicio que se pretende comercializar. Por medio de este estudio se investiga a la oferta y la demanda, y permite además la creación de estrategias de marketing orientadas al producto, precio, plaza y promoción, aspectos requeridos al momento de ingresar al mercado y obtener excelentes resultados (Orjuela, Sandoval, & Sapag, 2002) .

2.2.1. Demanda

Por medio del análisis de mercado, se conoce el comportamiento de los clientes, y el proceso que realizan para efectuar la adquisición del bien o servicio, dentro de los principales elementos determinantes de compra se encuentran los siguientes:

Tabla 1 Determinantes de compra

Criterios	Detalle
¿Quién decide, quién compra, quién paga y quién consume?	Cuando no lo hace todo la misma persona, se debe considerar a las diferentes personas involucradas en el proceso de compra
¿Qué se compra y por qué?	Se puede elegir un producto en función de sus características, calidad, imagen de marca, entre otros elementos
¿Cuándo se compra y con qué frecuencia?	Hay que saber si se trata de un producto que se adquiere diariamente, en vacaciones, con motivo de alguna fiesta, por ejemplo
¿Dónde se compra?	Para que los clientes que deciden comprarlo no tengan ninguna dificultad en localizarlo, hay que saber dónde se compra: en tiendas especializadas, en grandes almacenes, ferreterías, supermercados, farmacias
¿Cuánto se compra?	Si las preferencias están dirigidas hacia envases pequeños o grandes, si se adquiere de uno en uno o varios a la vez

Fuente: (Benassini, 2009)

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Para determinar la cantidad demandada de un producto, es necesario conocer algunos de los determinantes que existen, por ejemplo, se encuentran: el precio del bien o servicio, nivel de ingresos del cliente, factores sociológicos, gustos y preferencias del consumidor y expectativas (Benassini, 2009).

2.2.1.1.Oferta

La oferta es definida como la cantidad de un bien que la empresa quiere y puede ofrecer para la venta (Tirado, 2009).

Según la percepción de otro, autor conceptualizan a la oferta como la cantidad ofrecida de un bien o servicio, que la empresa planea comercializar durante un tiempo determinado y a un precio establecido; es necesario enfatizar que la cantidad ofrecida no siempre va hacer la misma que la cantidad comercializada (Case & Fair, 2005).

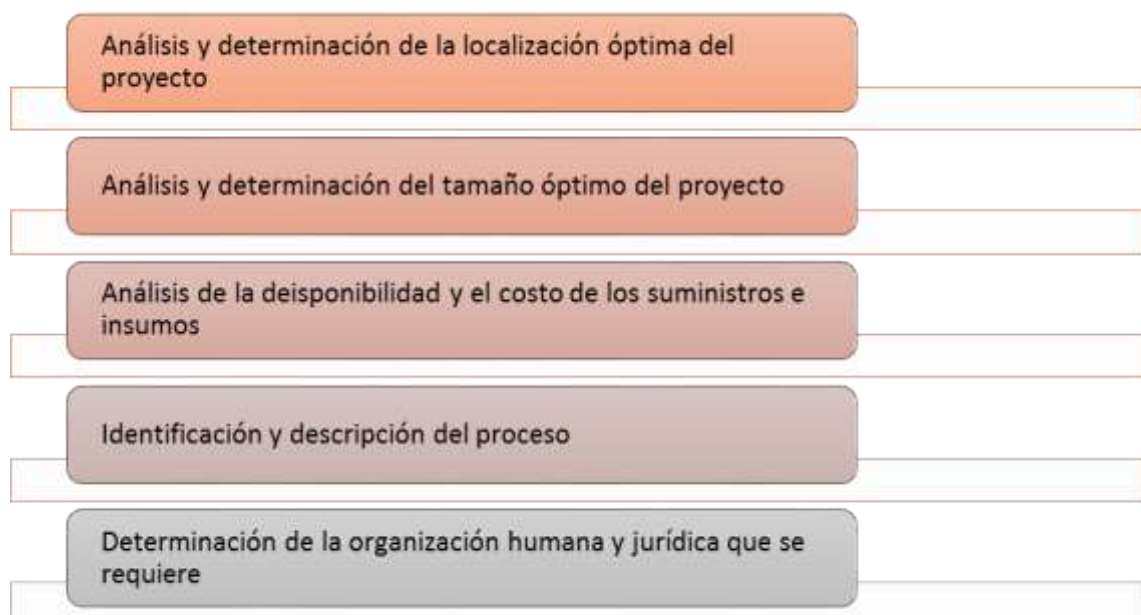
Existen seis factores que provocan cambios en la oferta, dentro de estos se encuentran: los precios de los factores, los precios de bienes relacionados producidos, los precios esperados en el futuro, la tecnología y las condiciones naturales (Case & Fair, 2005).

2.3. Estudio técnico

Este estudio, básicamente muestra la información requerida para la determinación del proceso que se debe cumplir durante el proceso de importación, que es el caso de estudio; se establecen los lineamientos, procesos y aspectos de relevancia, que permitirán conocer y efectuar los procedimientos para obtener resultados eficaces y eficientes (Orjuela, Sandoval, & Sapag, 2002).

En otros tipos de estudios, este análisis se lo realiza para determinar los montos de inversión requerida y los costos de operación, así también se define el tamaño del proyecto, la ubicación, la tecnología a utilizar, y la función de producción óptima para la utilización recomendable de los recursos (Orjuela, Sandoval, & Sapag, 2002). El estudio técnico se compone de varios elementos, que son detallados a continuación en la gráfica N° 2

Tabla 2 Elementos del estudio técnico



Fuente: (Orjuela, Sandoval, & Sapag, 2002)

Elaborado por: Ibeth Sandoval

2.4. Estudio financiero

Según lo mencionado por (Navas, 2009) este es uno de los estudios más importantes y determinantes dentro del estudio de factibilidad, ya que en este se detalla y cuantifica la inversión necesaria para la ejecución del proyecto. A continuación, se muestran los principales elementos que se involucran en este tipo de estudio:

2.4.1. Inversión requerida

Hace referencia a la asignación de recursos, antes de la ejecución del proyecto, por lo tanto, permite definir los medios por los cuales se va a financiar lo necesario. La inversión se subdivide en capital de trabajo activos fijos y gastos (Nora, López, Aceves, Celaya, & Beltrán, 2010)

2.4.2. Capital de trabajo

Según lo menciona (Fontano, 2015), existe una confusión en los conceptos de este término, por lo cual el autor aclara que el capital de trabajo es aquel recurso financiero necesario que la empresa necesita para su funcionamiento en determinado tiempo, de manera que puede cumplir con sus obligaciones hacia terceros a corto plazo, sin necesidad de recurrir a otros tipos de financiamientos.

Otros autores manifiestan que el capital de trabajo es la representación monetaria requerida para la producción, por lo que describen que la inversión de capital de trabajo es inversión en activos corrientes, el mismo que permite operar en un tiempo predeterminado, que le permitirá a la empresa cubrir con los gastos recurridos hasta que la organización cuente con la capacidad de recuperación del efectivo (Nora, López, Aceves, Celaya, & Beltrán, 2010).

2.5.2. Activos fijos

Según lo menciona (Meigs, Williams, Hake, & Bettner, 2003) un activo es un recurso económico que pertenece a la empresa, y se busca que el mismo presente beneficios

futuros a través de una operación. Los activos fijos son propiedad de la empresa, y entre estos se encuentran:

Gráfico 1 Activos fijos



Fuente: (Meigs, Williams, Hake, & Bettner, 2003)

Elaborado por: Ibeth Sandoval

2.5.6. Gastos pre operativos

Este tipo de inversión es aquella que se realiza sobre los activos que se encuentra constituido por los servicios o derechos adquiridos, mismos que son necesarios para el funcionamiento del proyecto, dentro de los principales gastos existentes se encuentran gastos de organización constitución, patentes, permisos, licencias, capacitaciones, imprevistos entre otros (Nora, López, Aceves, Celaya, & Beltrán, 2010).

2.6. Estados financieros

2.6.1. Balance General

Es un estado financiero que muestra la situación de una empresa en un tiempo determinado. La distribución de este estado se encuentra dada por Activo, Pasivo y Patrimonio.

Los elementos del balance general son los que se muestran en el grafico N° 3 que se observa a continuación:

Gráfico 2 Elementos del Balance General



Fuente: (Romero, 2010)

Elaborado por: Ibeth Sandoval

2.6.2. Estado de resultados

Conocido también como estado de pérdidas y ganancias, muestra los ingresos y egresos que han existido en la organización en una determinada fecha, por lo tanto, a través de este informe se establece la utilidad o pérdida del ejercicio contable (Nora, López, Aceves, Celaya, & Beltrán, 2010).

Los ingresos son definidos como aquel recurso económico proveniente de la venta del bien o servicio que oferta la empresa, dichas ventas pueden ser en el mercado nacional e internacional, y ventas a crédito o al contado; estos aspectos básicamente son determinados por la actividad económica de la organización y por consiguiente por las políticas con las que se maneja la misma.

Según lo menciona (Nora, López, Aceves, Celaya, & Beltrán, 2010) los egresos son las salidas de dinero por diferentes motivos costos de producción o gastos. Los costos hacen

referencia al desembolso de dinero con el que se planea obtener una rentabilidad, mientras el gasto es el desembolso efectuado con un beneficio ya dado. Los egresos se clasifican en:

Costo de la mercancía vendida: Se incluyen todos los valores a los que la empresa ha incurrido para cumplir con el proceso productivo, se conforma por mano de obra directa, materia prima directa y costos indirectos de fabricación.

Gastos de administración y ventas: Son aquellos que no se relacionan con el proceso de producción y se enfocan más en la administración de la empresa y en la comercialización de los productos o servicios ofrecidos

Gastos financieros: Hace referencia a los intereses que se deben cancelar por motivos de financiamiento externo.

Gráfico 3: Estructura del Estado de Resultados

(+)	Ventas
(-)	Costo de ventas
(=)	Utilidad Bruta
(-)	Gastos administrativos
(-)	Gastos de ventas
(=)	Utilidad de operación
(-)	Gastos financieros
(=)	Utilidad antes de participación a los trabajadores
(-)	15% participación a trabajadores
(=)	Utilidad antes del Impuesto a la Renta
(-)	% impuesto a la Renta
(=)	Utilidad antes de la Reserva
(-)	10% reserva legal
(=)	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO

Fuente: (Romero, 2010)

Elaborado por: Ibeth Sandoval

2.7. Evaluación financiera

2.7.1. Valor Actual Neto

Conocido también como Valor Presente Neto, es un método que permite determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos en efectivo, que se generarán a partir de la ejecución del proyecto, este es uno de los indicadores más utilizados al momento de evaluar la viabilidad de un negocio.

El autor (Canales, 2015), manifiesta que el cálculo del valor actual neto muestra los beneficios que genera el proyecto durante la vida útil del mismo, posterior a la recuperación de la inversión

Los criterios de decisión que el mismo autor propone son los siguientes:

1. Si el VAN es mayor que cero, se debe ACEPTAR el proyecto
2. Si el VAN es menor que cero, se debe RECHAZAR el proyecto
3. Si el VAN es igual a cero, se debe ACEPTAR el proyecto

Para calcular el valor actual neto, es necesario aplicar la fórmula:

$$VPN = I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{FC}{(1+i)^t}$$

Donde:

I₀= Inversión inicial

F_c: Flujo de caja anual

i= Tasa de interés

t= número de periodo de vida útil del proyecto

2.7.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno, es aquella tasa de interés misma que debe descontar os flujos de efectivos generados por el proyecto, por medio de la vida útil del mismo, buscando igualdad con la inversión (Canales, 2015).

Los criterios de decisión, para aceptar o rechazar proyectos según los resultados obtenidos del cálculo son:

1. Si la TIR es mayor que la TMAR, se debe ACEPTAR el proyecto
2. Si la TIR es menor a la TMAR, se debe RECHAZAR el proyecto
3. Si la TIR es igual a la TMAR, se debe ACEPTAR el proyecto

La fórmula para calcular la Tasa Interna de Retorno es la que a continuación se muestra:

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN1}{(VAN1 - VAN2)}$$

Donde:

VAN 1= VAN con la tasa de descuento menor

VAN 2= VAN con la tasa de descuento mayor

i1= Tasa de descuento inferior

i2= Tasa de descuento superior

2.7.3. Periodo de recuperación de la inversión

Es definido como el tiempo exacto en el que una empresa recuperará la inversión realizada en el proyecto.

Para aceptar o rechazar el periodo de recuperación existen criterios para decidir de manera adecuadas, según el autor (Canales, 2015) estos son:

1. “Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto” (Canales, 2015)
2. “Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, rechazar el proyecto” (Canales, 2015)

El periodo de recuperación máximo aceptable, es determinado por la gerencia, para el cálculo de este indicador existen dos variantes, cuando los flujos de ingresos anuales son uniformes y cuando no lo son.

2.8. Comercio Internacional

Según (Armijos, 2014), el comercio internacional es uno de los principales motores del crecimiento de la economía mundial y uno de los pilares del proceso de globalización actual. Las teorías del comercio internacional nos ayudan a entender por qué comercian los países y cuáles son los beneficios asociados a los intercambios. Sin embargo, del análisis del comercio mundial se desprende que existen importantes diferencias en la participación de las distintas regiones y países, lo cual explica los distintos grados de integración en la economía global.

La comercialización se generó en años remotos el mismo inicio con la determinación de ciertas fases que en la actualidad se conoce, con la aparición de las herramientas que fueron descubiertas por los seres humanos quienes con su esmero y dedicación consideraron que se podía incrementar la economía bajo las grandes determinaciones del comercio internacional. (Rodriguez, 2012)

Es así que con el tiempo se empezó a aplicar el comercio internacional por diferentes países donde nos ayudaba especialmente a obtener beneficios generando así también obtener para cada país un rubro económico gracias a sus bienes o servicios ofrecidos.

El comercio internacional tiene su origen en el intercambio de especies, oro y piedras preciosas que iniciaron los mercaderes en el antiguo Egipto, pero no fue hasta la

Revolución Industrial con todas las innovaciones en maquinaria, formas de producción y por consiguiente en el cambio de estilo de vida que se logró obtener un efecto y trascendencia continental y mundial. (Barbagalio, 2005)

2.8.1. Balanza comercial

De acuerdo con lo mencionado por (Cárdenas, 2015), la balanza comercial se compone de las importaciones y de las exportaciones.

De manera general la balanza comercial refleja la diferencia que existe entre las importaciones y las exportaciones, generando un saldo; el mismo que refleja en el caso de ser positivo que el país realizó más exportaciones que importaciones por lo tanto es un saldo positivo para el país; contrariamente al ser un saldo negativo quiere decir que las importaciones fueron mayores a las exportaciones, es decir que se trajeron mercancías de países extranjeros.

2.8.2. Producto Interno Bruto (PIB)

El producto Interno Bruto o PIB es una medida de dos cosas a la vez; mide el ingreso total de todos los miembros de la economía y el gasto total en la producción de bienes y servicios de la economía (Armijos, 2014).

La razón por la que el PIB mide ambas cosas a la vez es que, en una economía en su conjunto, el ingreso debe de ser igual al gasto (la igualdad del ingreso y el gasto puede ilustrarse con el diagrama del flujo circular).

El PIB es el valor en el mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un país en un período de tiempo dado. El PIB incluye todos los artículos producidos en la economía y vendidos legalmente en los mercados.

El PIB excluye la mayoría de los artículos que son producidos y consumidos en los hogares y que nunca llegan al mercado, además, excluye los artículos producidos y vendidos de forma ilícita, como las drogas ilegales (Tejera, 2010).

2.9. Importación

La importación básicamente hace referencia al proceso de la adquisición de un producto en un país extranjero, el mismo que al llegar al país de origen será sometido a la regulación y fiscalización en base a las leyes de cada país, al realizar los tramite correspondientes pueden ser comercializados o consumidos libremente (Tratado de Derecho Comunitario Europeo, 1986)

Según (Armijos, 2014), la importación es la operación de adquirir e ingresa bienes o servicios que son provenientes de países extranjeros, los mismos que cumplen con el marco legal vigente de régimen aduanero. Es necesario considerar que una importación es legal siempre y cuando las autoridades aduaneras sean notificadas oportunamente de los bienes que llegarán desde el exterior.

Para (Rivas, 2009) la importación es un proceso a través del cual se introduce mercadería proveniente del extranjero al territorio de un país, para ser comercializado o consumido; dicho proceso debe ser legalizado por el control aduanero correspondiente

La autora por su parte sostiene que, la importación es aquel proceso en él se trae mercancía desde el extranjero para ser comercializado o consumido internamente; previamente al realizar los trámites necesarios como el pago de impuestos, aranceles y demás procesos que las leyes de un país así lo establezcan.

2.9.1. Importador.

De acuerdo con lo expresado por (Armijos, 2014), el importador es toda persona natural o jurídica, ya sea que tenga procedencia nacional o extranjera que se encuentre legalmente registrada en el país, y que cuente con las obligaciones al día en entidades como el Servicios de Rentas Internas (SRI), Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), SENA; y la Superintendencia de Compañías del Ecuador.

Por lo tanto, el importador puede ser definido como la persona natural o jurídica, que realiza el proceso de importación de mercadería con o sin fines comerciales.

De acuerdo con la información obtenida de (Armijos, 2014), dentro de los requisitos para ser considerado importador, se encuentran los siguientes:

- Tener el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Registro de firma en el Banco Central
- Representación de las obligaciones tributarias
- Registro en el ECUAPASS
- Generación en la Aduna

ECUAPASS, es la plataforma que permite a los usuarios dedicados a las actividades de importación y exportación, realizar los diferentes trámites correspondientes, optimizando tiempos y recursos al momento de cumplir con las formalidades aduaneras correspondientes

Mediante la utilización del sistema informático es considerado como un beneficio, ya que se pueden determinar las siguientes determinaciones:



Bajo los siguientes resultados en relación a la utilización de Ecuapas, de acuerdo a servicio nacional se determina lo siguiente:

- Los usuarios registrados sobrepasan los 20.000
- Las declaraciones realizadas determinan un valor alto.
- El pago de las declaraciones es incrementado más de cuarenta por ciento.
- Se ha reducido la utilización de hojas.
- Los trámites son más rápidos.

2.10. Incoterms

Básicamente son conocidas como normas comerciales que se las determina bajo las actividades de la venta de mercaderías, son denominadas como una cláusula de precios ya que cada término permite conocer las determinaciones ante las transacciones realizadas (Vilamejor, 2018).

Para la generación de importaciones es necesario considerar la comprensión de los términos que genera la aduana del Ecuador bajo los incoterms, por lo que se presenta a continuación una definición de cada una.

EXW (EX Works): Es usado al momento en el que el vendedor coloca la mercancía a pericia del comprador en sus propias infraestructuras (fábrica o el almacén). Los gastos a los que se incurren a partir de este proceso son transferidos únicamente al comprador. Este Incoterms puede ser utilizado en cualquier tipo de transporte o alguna posible combinación, se lo conoce también con el nombre de transporte multimodal.

FAS (Free Alongside Ship): Es usado al momento en que el mercader transporta los bienes desde el muelle hasta el lugar de destino. Este tipo de incoterm se lo utiliza cuando se transporta cargas grandes. El responsable de que la mercadería llegue a su destino es el vendedor el mismo que se compromete a pagar los costos que determina la aduana al momento de cumplir con los requisitos. El transporte puede ser mediante barcos.

FOB (Free On Board): en este tipo de incoterm el vendedor se hace cargo del alquiler del transporte para la transferencia de los bienes, en este caso quien asume el pago de los costos por envío es el comprador. Este tipo de incoterm es uno de los más utilizados por los compradores ya que el vendedor en el mayor de los casos no quiere afrontar responsabilidades, de igual manera es más fácil de transportar la mercadería porque el transporte se lo realiza carga general.

FCA (Free Carrier): En este tipo de incoterm es el vendedor quien se ocupa de que los bienes transportados cumplan con todas las obligaciones estipuladas, dentro de las cuales se encuentra que la mercadería se entrega en el punto acordado con el comprador, en cuanto al pago de los costos se lo realiza cuando este haya llegado a su destino.

CFR: también conocido como costo y flete este icoterm se basa en el pago de los gastos y el transporte de la mercadería de acuerdo al puerto de destino. El riesgo que acarrea la pérdida de un bien y los gastos adicionales que se presente en la entrega de mercadería corren a cuenta del vendedor. El único medio en el que puede ser trasportada la mercadería es mediante barco.

CIF: (Cost Insurance and Freight): conocido como costo seguro y flete, se lo considera así porque el vendedor tiene la obligación de que la mercadería llegue al lugar de destino, el seguro es definido por quien adquiere la mercadería, quien tiene beneficio de ello es el comprador. En este tipo de icoterm es el comprador quien tiene la responsabilidad de asumir los riesgos que acarre el traslado hasta el lugar de destino, en cuanto al precio se encuentra registrado de acuerdo a lo que designa la aduana, cuando el transporte se lo realiza en los contenedores.

CPT (Carriage Paid To): es conocido como un transporte pagado, se encuentra basado en el vendedor ya que se encuentra el vendedor en la obligación de pagar por el transporte de la mercadería, hasta el destino que se requiera. Este tipo de icoterm puede ser utilizado mediante cualquier tipo de transporte.

CIP (Carriage and Insurance Paid To): es determinado como transporte y seguro en donde se determina que las obligaciones del transporte de mercadería tienen las mismas obligaciones el comprador como el vendedor incluido un seguro mediante el cual se cubre el riesgo de la pérdida o daño. Es necesario conocer que el seguro está determinado por el comprador, y es utilizado en cualquier tipo de transporte.

DAT (Delivered at Terminal): este tipo de icoterm está basado bajo las necesidades del vendedor es el quin se basa en las necesidades que se presente en el traslado de las mercaderías, tanto el transporte como los seguros están identificados bajo término.

DAP (Delivered at Place): fue determinado en el año 2019, está basado bajo normas determinadas para la persona que cubre las necesidades como son el seguro, el costo del transporte y los riesgos que acarrea hasta que el comprador tenga lo acodado.

DDP (Delivered Duty Paid): en este icoterm es el vendedor de la mercadería quien se encarga de reunir todos los requisitos y cumplir con los pagos necesarios relacionados con los productos, todos los gastos son asumidos por el vendedor.

2.11. Tipos de transporte

Al hablar de importaciones, es necesario determinar inicialmente a que hace referencia el transporte internacional, es por ello que:

De acuerdo con el autor (Molina, 2011), el transporte internacional hace referencia al traslado de la mercancía de un país a otro diferente, de manera que los productos lleguen al país de origen de acuerdo en lo establecido en el respectivo contrato.

Para (Dorta, 2013), quien establece que es necesario que las empresas cuenten con una logística de transporte adecuada, de manera que se minimicen los costos incrementado beneficios para la organización, ya que se disminuirán costes de demora, pérdida de clientes, intereses de capital y perdidas por carencia de seguros en caso de existir algún tipo de riesgo.

Dentro de los tipos de transporte se encuentran:

Transporte aéreo: Hace referencia al traslado de la mercadería de un país a otro utilizando aviones, helicópteros, por ejemplo.

Transporte terrestre: Es aquel que se realiza sobre la superficie terrestre, generalmente son camiones, autos entre otros.

Transporte Marítimo: Traslado de la mercancía por un punto geográfico que constituye el mar, generalmente se utilizan barcos, busques; es uno de los transportes más utilizados al momento de realizar ya sean importaciones o exportaciones

Gráfico 4 Tipo de Incoterms para cada tipo de transporte

MULTIMODAL 	EXW (Ex Works)	En fábrica	Entrega en origen
	FCA (Free Carrier)	Franco transportista	Entrega en origen
	CPT (Carriage Paid To)	Transporte pagado hasta	Entrega en origen
	CIP (Carriage and Insurance Paid to)	Transporte y seguro pagados hasta	Entrega en origen
	DAT (Delivered At Terminal)	Entregada en Terminal	Entrega en destino
	DAP (Delivered At Place)	Entregada en el lugar convenido	Entrega en destino
	DDP (Delivered Duty Paid)	Entregada. Derechos pagados	Entrega en destino
MARÍTIMO Y POR VÍAS NAVEGABLES DE INTERIOR 	FAS (Free Alongside Ship)	El vendedor entrega la mercancía junto al buque	Entrega en origen
	FOB (Free On Board)	El vendedor se obliga a cargar las mercancías en el buque	Entrega en origen
	CFR (Cost and Freight)	Coste y flete	Entrega en origen
	CIF (Cost, Insurance and Freight)	Coste, seguro y flete	Entrega en origen

Fuente: (Dorta, 2013)

Elaborado por: Ibeth Sandoval

2.11.1. Documentos de pre embarque

En el Ecuador, tanto el proceso de importaciones como de exportaciones está regulado por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, por lo que esta entidad exige el cumplimiento de varios elementos antes de la respectiva embarcación, por ejemplo: la implementación de mecanismos de inspección previa en los países exportadores, verificando así la calidad, cantidad y precio de la mercadería que será comercializada internamente en el país. El principal objetivo de dicha inspección es evitar el comercio desleal y maniobras fraudulentas repercutiendo en la industria nacional y diferentes operadores que cumplen con la normativa vigente (SENAE, 2012).

2.11.2. Requisitos para ser importador

Para realizar el proceso de importación es necesario cumplir con las exigencias que determinan ciertas normas y leyes tanto del país que se importa como al que llega el producto.

Para realizar importaciones tanto una persona natural como una persona jurídica debe cumplir con ciertos requisitos de manera obligatoria los mismos que acrediten la calidad de importador; (Pro Ecuador, 2016), indica los siguientes:

- **Obtener el registro como importador:** Primero se debe iniciar por contar con el Registro Único de Contribuyente (RUC), el mismo que es expedido por el Servicio de Rentas Internas, y es de utilidad tanto para la emisión de facturas como para la emisión de guías de remisión.
- **Registro como importador:** Establecer el registro ante la Aduana del Ecuador, se lo puede realizar a través de la página web: www.aduana.gob.ec, una vez aprobado el registro la persona tanto natural como jurídica puede acceder a los servicios que brinda el sistema de comercio exterior.
- **Registro de la firma autorizada:** el registro de autorización de la firma debe ser realizado mediante el sistema interactivo de comercio exterior.
- **Registrarse en cada uno de los ministerios** de acuerdo al producto que se establecerá como importación.

2.11.3. Productos no permitidos para su importación

Para establecer las importaciones, es necesario conocer la denominada “Nómina de productos de prohibida importación”, emitido por el COMEX en el año 2009; dentro de esta lista se encuentran los siguientes:

- Está prohibida la importación de antibióticos, colorantes, y esteroides de crecimiento que tengan cero tolerancias en los mercados internacionales.
- Se prohíbe la importación y comercio de armas químicas biológicas, radioactivas.
- Organismos y material orgánico e inorgánico, que pueda alterar el patrimonio genético.
- Cultivos y semillas transgénicas.
- Plaguicidas agrícolas.
- Focos incandescentes de uso residencial.
- Bienes que tengan relación con casino y salas de juego.
- Piezas audiovisuales con fines publicitarios.

2.11.4. Disposiciones especiales

En cuanto a otras disposiciones que se debe toar en cuenta para las importaciones están las siguientes:

- Vehículos, partes y piezas y accesorios.
- Importación de motores clasificables en las diferentes partidas arancelarias.
- Importación de equipos camineros, como maquinaria agrícola y accesorios.
- Importación de bebidas alcohólicas
- Importación de plantas y productos vegetales.
- Productos de manufactura, destinados para la comercialización.

2.11.5. Normas y reglamentos técnicos para la importación

Para todos los productos que se establezcan como importación es necesario que cumpla con las normas y leyes dispuestas ante las normas INEN.

Es necesario cumplir con cada uno de los parámetros y lineamientos establecidos por la Norma INEN, para que no exista ningún tipo de inconvenientes posteriormente al realizar los trámites necesarios para la legalización de la mercadería.

- Obtener un permiso de la industria que fabrica, mediante el cual se determine el lugar de embarque bajo los siguientes pasos:
- **Corrosión** Hace referencia a la garantía de los productos, es decir el normal funcionamiento, para realizar la verificación de esto, se procede a realizar una calibración, mediante la cual se procederá a tomar medidas de las zonas más afectadas de la cada pieza, mismas que deben ser comparadas con piezas semejantes, evidenciando de esta manera los niveles mínimos de corrosión.
- **Desgaste:** Se realizará la respectiva comparación con piezas de igual similitud, determinando el nivel de desgaste existente, para lo cual es importante contar con una balanza.

- **Lavado:** Hace referencia a la garantía de que todos los materiales o piezas reciban una limpieza mediante la aplicación de vapor de agua y posterior sean extraídas correctamente.
- **Barnizado:** Debe tomarse en cuenta que las piezas cumplan con el proceso de etiquetado, y el proceso de embalaje según los tipos de productos.
- **Etiquetado:** El etiquetado está basado en información del producto como e precio, detalles de sus características, código ente otros.

2.11.6. Documentos de soporte

Los documentos de soporte están basados en la declaración que se realiza a la aduana ante cualquier régimen. Los documentos pueden ser emitidos tanto electrónicos como físicos. Entre los documentos de soporte se encuentran:

- Escrito de transporte
- Acreditación del convenio comercial
- Documentación de certificación
- Emisión de documentos

2.11.7. Conocimiento de embarque

Principalmente a través de este documento se define el tipo de transporte a utilizar para trasladar la mercancía, este documento es proporcionado por la empresa transportadora en el que consta el valor del flete, en el que se establece además el estado de las entregas y recibidas, con este documento se procede a realizar los posteriores trámites para la desaduanización de la mercadería (COMEXI, 2014)

2.11.8. Factura comercial

Es un documento comercial, a través del cual se describen las mercaderías que son base de la transacción a realizar, en dicho escrito además debe contar el valor actual, cantidad, calidad y moneda de la transacción, esta documentación es emitida por el exportador al importador; es de vital importancia presentar este documento al momento de realizar el proceso de desaduanización (COMEXI, 2014)

2.11.9. Póliza de seguro

La póliza de seguro básicamente es un contrato mediante el cual se busca resguardar la mercadería de diferentes riesgos que pueden ocurrir durante el proceso de transporte. Al existir cualquier tipo de riesgo es posible que la mercadería se dañe o peor aún se pierda en su totalidad (Padilla, 2006).

La finalidad de contratar un seguro es que en caso de existir algún tipo de percance, la aseguradora asuma los gastos, en el Ecuador, se debe adquirir esta póliza de una aseguradora que se encuentre brindando sus servicios en el país, además con la agencia de seguros que se prevé realizar el contrato se definirán los términos del seguro que más le conviene al asegurador y asegurado, así como el monto de la prima correspondiente a cancelar.

La póliza de seguro debe contar con la siguiente información de relevancia:

- Los nombres y domicilio del asegurador y el asegurado
- El carácter con el que el asegurado contrata el seguro
- Cantidad asegurada
- Información clara de los valores de los objetos asegurados
- Inicio y culminación de los riesgos para el asegurador
- Fecha y hora en que se firma el contrato
- Tiempo y prima del seguro
- Los riesgos que el seguro cubre
- Estipulaciones que acuerden el asegurador y asegurado

2.11.10. Desaduanización de la mercancía

La desaduanización se encuentra determinada bajo diferentes pasos que se deben cumplir sobre la mercadería importada según el (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador). (Sánchez, 2014). Para la desaduanización es necesario seguir con el siguiente procedimiento según lo indica la investigación realizada por (Llumipanta & Ortega, 2013):

Tabla 3 Proceso de desaduanización

1. El agente de aduana debe presentar la Declaración Aduanera Única (DAU) física y electrónica mediante el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICE).
2. Al ser receptada la DAU, el sistema determina un número de refrendo y el tipo de aforo según un análisis de riesgo previo. Existen los siguientes tipos de aforo: Aforo Físico Verificador, Físico Aduana, Documental y Automático.
3. En caso de existir observaciones en la declaración, se devolverá al declarante para que la corrija dentro de tres días hábiles siguientes.
4. Una vez corregida, el distrito aduanero acepta y emite un documento para que se cancele los impuestos y almacenaje
5. Se presenta el pago al representante de la unidad de vigilancia aduanera y se procede con la desaduanización pertinente.

Fuente: (Llumipanta & Ortega, 2013)

Además, es necesario también, dependiendo del tipo de mercancía importada, presentar algunos documentos al momento de la desaduanización, estos documentos son los siguientes según el (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2012):

Documentos de acompañamiento.

Se encuentran determinados bajo la generación de trámites necesarios para que se apruebe para el traslado de la mercadería.

Documentos de soporte

Gráfico 5 Documentos de soporte



Fuente: (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2012)

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Estos documentos deben reposar en el archivo del Agente de Aduanas o del declarador y estar bajo la responsabilidad de los mismos.

2.11.11. Nacionalización de la mercancía

La nacionalización de la mercancía se refiere básicamente a que la mercadería importada puede ser comercializada en el país, sin ningún tipo de impedimento; para lo cual se debe realizar la respectiva Declaración Aduanera.

El importador a través de un agente de aduanas, quien realiza el respectivo proceso, debe presentar el DAI, así como la declaración de la mercadería proveniente del exterior. El tiempo de declaración es de 15 días hábiles después de que la mercancía haya llegado al país, en caso de incumplimiento la mercadería será declarada en abandono.

Es necesario para la nacionalización de la mercancía seguir el siguiente procedimiento:

1. Digitalización
2. Envío electrónico de documentos

- DAI
 - Factura comercial
 - Póliza de seguros
 - Packing list
 - Licencias en caso de ser requerido
3. Aceptación por parte de la aduana
- Número de refrendo
 - Aforos (físico, documental o automático)
 - Valor a cancelar
4. Pago de impuestos
- Importador-agente de aduanas
5. Salida autorizada
6. Entrega de la mercadería.

2.11.12. Elección de la forma de pago

Los diferentes tipos de pago se encuentran basadas bajo ciertos criterios, se puede realizar pagos bajo un documento de crédito, el pago bajo regímenes extranjeros, y el pago que se realiza al contado conocido como un anticipo. Mediante los siguientes ítems se realiza una breve explicación

a) Cobranza bancaria

En cuanto a la cobranza bancaria se encuentran documentos como letras de cambio o pagarés; los mismos deben ser entregados en un Banco Comercial de manera que sea remitido a la entidad de donde el vendedor prevé la mercadería para la entrega del dinero.

b) Carta de crédito

Es la solicitud de pago en el que el cliente se obliga con un tercero hacer el pago correspondiente, se hace efectiva la obligación al momento en el que se presenta la documentación requerida conteniendo las condiciones entre el comprador y vendedor. El vendedor tiene la función de revisar que el crédito realizado y verificar que la información emitida se encuentre bien descrita con la finalidad de que no exista ningún tipo de disturbio.

c) Pago al contado anticipado

La forma de pago al contado es aquella donde se determina un compromiso de pago entre el importador encargado del recibimiento o compra del producto y del exportados quien se encarga del envío del producto negociado con la garantía de que llegue al país de destino, antes de nada, se debe definir la fecha de entrega evaluado mediante un cronograma. La cancelación de la mercadería debe ser generada mediante un depósito bancario, transferencia de dinero conocido como uno de los más comunes, es necesario que el vendedor se encuentre de acuerdo con el tipo de pago a realizarse con el fin de acatar cualquier riesgo al momento de la compra.

De acuerdo a las importaciones que comercial Vera pretende realizar se visto factible que los pagos se lo realicen mediante una carta de crédito, debido a que ofrece un mayor porcentaje de credibilidad y seguridad a cada una de las partes interesadas, en este caso para la parte importadora se establecerá más seguridad al momento de enviar la mercadería y no se corren riesgos de estafa. En cuanto a los trámites requeridos correcta por cuenta de Comercial Vera donde cada documentación deberá ser toda en cuanto para los respectivos pagos y en la fecha indicadas.

2.11.13. Administración aduanera

Según lo expresa (Alvarez, 2014), en el Ecuador, es la administración aduanera la encargada de facilitar los procesos con respecto al comercio exterior sea este basado en exportaciones como importaciones, así como de remitir la mercadería proveniente del

exterior y regularizar la misma para que se consumida o comercializada de manera legal en el país es el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

El servicio de Aduana “ Se encuentra determinada por un autoridad que brinda el Servicio de Aduanas del Ecuador, sin la generación de cobros por otras entidades del sector público, pertenece a la parte activa de las actividades determinada a traes de las importaciones y exportaciones de mercadería” (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2013, pág. Art. 205).

La administración aduanera es la institución encargada de velar por hacer cumplir las leyes que rigen un país, en el sentido de comercio exterior de manera específica, así también tiene la responsabilidad de verificar que la mercancía que ingrese al país sea legal y en caso de incumplimiento no dejar que se comercialice e incautarla.

Las principales funciones de la Aduana, según el (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2013, pág. Art. 211) son:

- Verificar a que las personas cumplan con las normas establecidas ante el traslado de mercadería transportadas.
- Ejecutar el control respectivo a través de la revisión de las mercancías, con el fin de que se cumpla con lo establecido.
- Realizar una investigación de las mercancías mediante el ministerio fiscal.
- Proporcionar la información correspondiente y pertinente ante el ingreso y salida de bienes.
- Registrar la totalidad de personas que ingresan y salen del país mediante la ayuda de la Policía Nacional.
- Determinar los procesos penales por el incumpliendo de las leyes.
- Ayudar con el sistema de control de las mercaderías

2.11.14. Acuerdo Comercial

Un acuerdo comercial es un convenio que se tiene o se realiza entre dos países con el fin de establecer relaciones comerciales, esto en base a las exportaciones o importaciones de bienes o servicios.

2.11.15. Arancel

Para (Cabrera, 2011) , un arancel es considerado como medidas de protección del gobierno con el fin de generar ingresos para el Estado que se encuentran en el Presupuesto Nacional y además precautelar la industria nacional.

Según el (Instituto de Promoción de Exportadores e Inversiones , s.f.), en el Ecuador existe dos tipos de medidas arancelarias, y son las siguientes:

- **Ad-Valorem:** “Se calcula mediante un porcentaje del precio de la mercadería, **puede** ser considerad como un 6% del valor del CIF”.
- **Arancel Específico:** es determinado bajo el costo del arancel un ejemplo bien caro es el total de peso de la mercadería.
- **Arancel Mixto:** se lo determina mediante una mezcla de los aranceles del Ad Valorem y el Arancel Especifico.

2.11.16. Comercialización

De acuerdo con la definición de (Kotler, 2001), la comercialización es definida como “El conjunto de actividades humanas dirigidas a facilitar y realizar intercambios”.

Así mismo, el autor (Barbagalio, 2005), toma algunos puntos de referencia sobre la comercialización entre los cuales se encuentran:

- La comercialización es una actividad realizada por seres humanos de manera específica
- La comercialización tiene la finalidad de realizar y facilitar intercambios de bienes o servicios
- Existe objeto de intercambio, es decir se puede intercambiar un bien o servicio por otro, o simplemente por dinero
- Se establecen dos agentes para un proceso de comercialización el comprador y el vendedor

El autor, señala también que para que exista el proceso de comercialización deben existir 3 elementos básicos, los mismos que se muestran en la siguiente gráfica:

Gráfico 6 Componentes de la comercialización



Fuente: (Barbagalio, 2005)
Elaborado por: Ibeth Sandoval

El autor (McCarthy & Perreault, 1987), hace una definición de comercialización desde dos contextos diferentes; tanto micro como macro. Así en base a los argumentos de dicho autor se obtiene:

Gráfico 7 Micro y Macro comercialización



Fuente: (McCarthy & Perreault, 1987)
Elaborado por: Ibeth Sandoval

Básicamente, en el gráfico se han establecido las palabras o frases más relevantes de cada uno de los conceptos citados por el autor, para mayor comprensión a continuación se detallan de manera específica a que se refiere cada uno de los términos tratados.

La micro-comercialización es la respuesta de los hombres de negocios ante las demandas de consumo mediante la posibilidad de producción, dirigida a consumidores que disponen de suficientes recursos para adquirir el bien o servicio, basándose en las preferencias de compra del cliente (McCarthy & Perreault, 1987).

La macro-comercialización tiene un interés especial en diseñar un sistema eficiente utilizando adecuadamente los recursos disponibles que dirija el flujo de bienes y/o servicios, dirigido de los productores hacia los consumidores satisfaciendo así las necesidades de la demanda (McCarthy & Perreault, 1987).

Dicho de otra manera, la comercialización básicamente hace referencia a la compra venta de bienes y/o servicios, desde el oferente al demandante, en donde se llega a un acuerdo (establecimiento del precio), para la adquisición de un determinado producto.

2.11.16.1. Pilares de la comercialización

De acuerdo con el autor (Barbagalio, 2005), los pilares fundamentales que deben ser considerados durante el proceso de comercialización son los que a continuación se detallan:

- Orientación al cliente
- Mercadotecnia integrada
- Satisfacción de los clientes

2.11.16.2. Orientación al cliente

La empresa debe analizar la necesidad, gustos y preferencias de los clientes, a fin de generar productos o servicios acorde a cada una de las necesidades existentes; para ello es necesario realizar estudios de mercado, o los que considere la empresa necesarios; a

fin de conocer la opinión de la ciudadanía sobre los productos ofertados, la conformidad y aceptación hacia los mismos; generando de esta manera una base de datos que permita determinar los problemas e inconformidades existentes por parte del cliente.

De la misma manera, la diversificación de productos permite que el cliente tenga una mayor gama de opciones que puede escoger, para realizar el proceso de compra, generando así mayores ventas y sobre todo fidelidad por parte del consumidor, ya que si la empresa ofrece varios productos no será necesario que el cliente busque otro lugar en donde pueda adquirir lo requerido.

2.11.16.3. Mercadotecnia integrada

Cada departamento que compone la empresa, debe conocer las funciones que debe cumplir, sin embargo, es responsabilidad de cada uno de los trabajadores que conforman la organización el brindar un servicio de calidad, buscando la mejor manera de satisfacer las necesidades del cliente, de manera que el mismo sienta la importancia recibida y por ende el proceso de fidelización sea más efectivo

Debe existir una correcta y adecuada compenetración de las 4P de Marketing, es decir: Producto, Plaza; Precio, Promoción; claves fundamentales en el proceso de comercialización, ya que este juega un papel importante en la decisión de compra del cliente.

Es así que:

- El Producto debe responder a las necesidades, gustos y preferencias del consumidor
- El Precio debe ser acorde al producto o servicio ofertado
- La Plaza, debe responder al precio y producto
- La Promoción debe basarse en los canales de comercialización elegidos en base al precio y calidad del producto ofertado

2.11.16.4. Satisfacción de los clientes

Corresponde al tercer pilar de la comercialización, y básicamente se debe pensar en brindar un servicio de calidad, productos que cumplan con las expectativas del cliente; para lo que es necesario el establecimiento de estrategias que permitan la relación ganar-ganar, es decir que gane el cliente y también la empresa.

No se debe caer en el error que para satisfacer las necesidades es necesario precios bajos, ya que esto puede generar la quiebra de la empresa; básicamente se debe pensar en el cliente a corto y largo plazo buscando la satisfacción del mismo, ya que existe el riesgo de poner en peligro el bienestar del consumidor al buscar satisfacer las necesidades a corto plazo

2.12. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para la correcta ejecución del proceso investigativo se considerarán los requisitos y exigencias legales en las diferentes leyes y reglamentos competentes, mismos que se muestran a continuación:

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO Y PRODUCTIVIDAD

Este código, básicamente busca la regulación del proceso productivo del país, con la principal finalidad de impulsar e incentivar las diferentes actividades productivas, así también la regulación de las importaciones y exportaciones

Diferentes artículos del Código Orgánico de la producción, Comercio y Productividad (COPCI) establecen:

Art. 80. Tasas: Las tasas que se exijan para el otorgamiento de permisos, registros, autorizaciones, licencias, análisis, inspecciones y otros trámites aplicables a la importación y exportación de mercancías, o en conexión con ellas, los procesos que se debe cumplir son distintos y son regulados por el servicio de aduanas, los mismos que son fijados de acuerdo a una tasa porcentual de la mercadería. De esta manera, sólo se exigirán las tasas

mencionadas en el párrafo anterior, así como las formalidades y requisitos aplicables a los procedimientos relacionados con la importación y exportación de mercancías, a partir de su aprobación por el Órgano rector en materia de comercio exterior, mediante el correspondiente instrumento jurídico publicado en el Registro Oficial. Las formalidades y requisitos exigibles en estos procedimientos serán estrictamente los necesarios para alcanzar el objetivo perseguido (Código Orgánico de la Producción, Comercio y Productividad, 2013).

Art. 83. Nomenclatura: Para la aplicación de medidas arancelarias y no arancelarias a la importación y exportación de mercancías, así como para las estadísticas de comercio exterior, para lo cual se tomará en cuenta la enumeración relacionado a la definición en cuanto al comercio exterior, intervenido por bajo un sistema que determina la designación de las codificaciones realizadas ante la las mercancías señaladas, así como de cualquier otro sistema reconocido en los tratados internacionales debidamente ratificados por Ecuador. El órgano rector en materia de comercio exterior podrá crear códigos adicionales o suplementarios para la aplicación de medidas comerciales específicas, respecto de productos que no puedan ser clasificados, total o parcialmente, en las nomenclaturas vigentes (Código Orgánico de la Producción, Comercio y Productividad, 2013).

Art. 147. Importación para el consumo: Es aquel que se basa en la importación de mercancía de un país a otro, tienen el permiso para que se pueda transportar dependiendo la carga y el monto, con el fin de que se genere un pago por el mismo, entre los que se basan los impuestos, los recargos, y las condiciones basada para el transporte sin dejar de lado el cumplimiento de las disposiciones que son generados para la adquisición. (Código Orgánico de la Producción, Comercio y Productividad, 2013).

Art. 152. Depósito aduanero: Régimen aduanero según el cual las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado bajo el control de la aduana en un lugar habilitado y reconocido para esta finalidad, sin el pago de los derechos e impuestos y recargos aplicables (Código Orgánico de la Producción, Comercio y Productividad, 2013)

LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

A continuación, se detallan los diferentes artículos, en los que hace referencia a las importaciones, los mismos que se encuentran en el Título Segundo Impuesto al Valor Agregado, Capítulo I Objeto del Impuesto:

Art. 52. Objeto del impuesto: Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley (Ley de Regimen Tributario Interno , 2015).

Art. 59. Base imponible en los bienes importados: La base imponible, en las importaciones, es el resultado de sumar al valor en aduana los impuestos, aranceles, tasas, derechos, recargos y otros gastos que figuren en la declaración de importación y en los demás documentos pertinentes (Ley de Regimen Tributario Interno , 2015)

2.13. IDEA A DEFENDER

El Proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de cristal plano de construcción, desde China, aporta a la optimización de costos para el Comercial Vera en la ciudad de Riobamba, en el año 2017.

2.14. VARIABLES

2.14.1. Variable Independiente

Importación y comercialización

2.14.2. Variable Dependiente

Optimización de costos

CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

3.1.MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación a realizar es de tipo cuali-cuantitativo ya que es necesario contar con datos numéricos y datos no numéricos, para determinar la factibilidad del proyecto a realizar

Así también la investigación es No experimental, ya no existirá ningún tipo de manipulación en las variables existentes

3.2.TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Cada proceso investigativo es diferente, por ende el tipo de estudio varía, dependiendo de los requerimientos necesarios durante el mismo. Es necesario definir el tipo de investigación a realizar, por lo que es necesario optar por el que mejor se adapte a las necesidades de la investigación en sí, así como el tipo de información necesaria, la estrategia de la investigación, muestreo, entre otros elementos.

Los estudios investigativos pueden ser exploratorios, correlacionales, explicativos de la misma manera pueden ser cualitativos, cuantitativos o mixtos.

- **Estudios exploratorios**

Se utilizará el tipo de estudio exploratorio cuando se realice la respectiva recopilación o levantamiento de información relevante para la investigación, a fin de definir a través de un diagnóstico la situación actual de Comercial Vera, de manera que los resultados a lo largo del estudio sean los más reales y veraces posibles.

- **Estudios descriptivos**

El estudio descriptivo será utilizado al momento de la presentación de resultados, así como al diseñar el proyecto de factibilidad de importación, ya que se procederá a la

descripción de cada uno de los elementos que componen los aspectos citados; se buscará que la descripción sea de la manera más clara, sencilla y comprensible, facilitando así que el lector comprenda de mejor manera cada uno de los aspectos relevantes de la investigación.

- **Investigación Bibliográfica**

La investigación bibliográfica, es un proceso sistemático en el cual se procede a la revisión y análisis de la literatura existente en diferentes textos, artículos científicos, libros, revistas, periódicos, páginas de internet, entre otras; en una investigación lo que se busca es relacionar las variables de estudio.

A través de la utilización de este tipo de investigación se procederá a realizar el levantamiento de información necesario a través de libros, revistas, tesis, artículos científicos; los mismos que constituirán la base de datos teóricos para el desarrollo de la correspondiente investigación.

Es necesario este tipo de investigación., porque permitirá sustentar teóricamente de manera clara y comprensiva cada uno de los elementos concernientes en el proceso investigativo de cada una de las variables involucradas en el proceso investigativo.

- **Investigación de Campo**

La investigación de campo, es conocida como aquella que se involucra directamente con la realidad estudiada, sin realizar ningún tipo de manipulación de las variables; es decir estudia los hechos en el entorno en el que se manifiesta la problemática.

Se utilizará este tipo de investigación porque durante el proceso investigativo, es necesario realizar el respectivo levantamiento de información, con la finalidad de desarrollar el Plan Importación, por lo que es fundamental realizar la investigación de campo a fin de conocer a más profundidad aspectos de relevancia que contribuyan a la investigación

3.3.MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1. Métodos

Dentro de los métodos a utilizar durante el proceso investigativo se encuentran:

Método Deductivo: De acuerdo con lo mencionado por (Carvajal, 2013), “a través de la utilización de este método es posible llegar a conclusiones directas”. A través de este método se partirá de lo general a lo particular, es decir en el transcurso de la investigación se procederá a realizar cada procedimiento necesario para dar cumplimiento a cada uno de los objetivos propuestos

Método descriptivo: Según lo expresado por (Malhotra, 1997) “investigación concluyente que tiene como objetivo principal la descripción de algo, generalmente las características o funciones del problema en cuestión” Se utilizará este método ya que se procederá a la descripción del problema, así también se procederá a describir el proceso que se debe seguir para la elaboración del proyecto de factibilidad de importación a favor de la empresa Comercial Vera de la Ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo; durante el desarrollo investigativo se describirá de manera detallada y lo más entendible posible, facilitando así la comprensión del lector.

Método Analítico-Sintético: Con la utilización de este método se analizará y sintetizará la información recopilada con la finalidad de contar con datos relevantes que faciliten y aporten al proceso de investigación a realizar

3.3.2. Técnicas

En el presente proyecto se utilizará la técnica:

- **Encuesta:** La misma que será aplicada a los distribuidores de vidrio, a fin de conocer la opinión de los mismos y por ende determinar elementos que facilitarán el diseño del plan de factibilidad.
- **Entrevista:** Será aplicada al Gerente General de Comercial Vera

3.3.3. Instrumentos

Dentro de los instrumentos se encuentra:

- **Cuestionarios:** Será elaborado como guía que permitirá realizar las encuestas respectivas, el mismo contendrá las preguntas de relevancia e interés para el investigador, se pretenderá que las preguntas sean cerradas para facilitar la tabulación de la información recopilada
- **Guía de entrevistas:** A través de este instrumento será más fácil la aplicación de la entrevista, ya que contiene una serie de preguntas que serán de relevancia para el investigador

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Para el presente proceso investigativo se tomará en cuenta la Población Económicamente Activa (PEA) ya que los mismos pueden ser actuales o futuros clientes del Comercial Vera; de acuerdo a los datos obtenidos por él (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010), la población de la ciudad de Riobamba es de 225.741 habitantes, de los cuales el 44% representa a la Población Económicamente Activa, para mayor comprensión a continuación se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 4 Población

Población Total ciudad Riobamba	%Segmentación	Población de Estudio
227.741	44%	99.326
	TOTAL	99.326

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

Elaborado por: Ibeth Sandoval

3.4.2. Muestra

El método que se utilizará en este proyecto es la modalidad de muestreo aleatorio simple que es la modalidad más conocida y que alcanza mayor rigor científico.

La muestra se calculará con la siguiente fórmula:

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

Dónde:

DATOS	Simbología	Valor
Nivel de confianza	Z	1,96
Población de estudio	N	99.326
Posibilidades a favor de que se cumpla la idea a defender	p	0,50
Posibilidades en contra de que se cumpla la idea a defender	q	0,50
Desviación Estándar	E	0,05
Muestra	n	?

Elaborado por: Ibeth Sandoval

$$n = \frac{1,96^2 * 0.5 * 0.5 * 99326}{0.05^2(99326 - 1) + 1,96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{48669,74}{0.05^2(99325) + 1,96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{95392.69}{249.27}$$

$$n = 382.68$$

$$n = 383$$

De acuerdo a los cálculos correspondientes, se determina que se trabajará con 383 personas que serán encuestadas.

3.5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.5.1. Encuestas

1. ¿Adquiere usted productos importados?

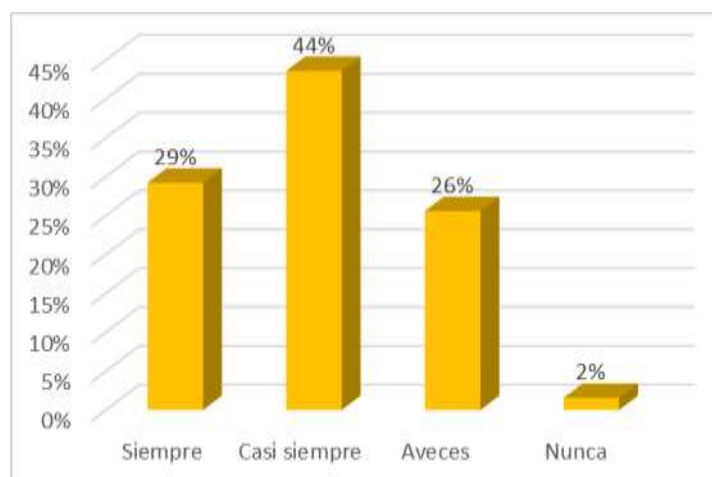
Tabla 5 Productos importados

Opciones	Frecuencia	%
Siempre	112	29%
Casi siempre	167	44%
A veces	98	26%
Nunca	6	2%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 8 Productos importados



Elaborado por: Ibeth Sandoval

Análisis e Interpretación

En base a las encuestas que se realizó en la Ciudad de Riobamba, en su mayor parte el 44% de personas casi siempre adquiere productos importados, mientras que tan solo el 2% del total de personas encuestadas no adquiere. En nuestro país encontramos variedad de productos siendo en su mayor parte importados, entre ellos la línea de construcción debido a la falta de producción en el Ecuador se ven en la necesidad de importar para comercializarlos en el país.

2. ¿Conoce algún lugar en donde se comercialice cristal plano de construcción en la ciudad de Riobamba?

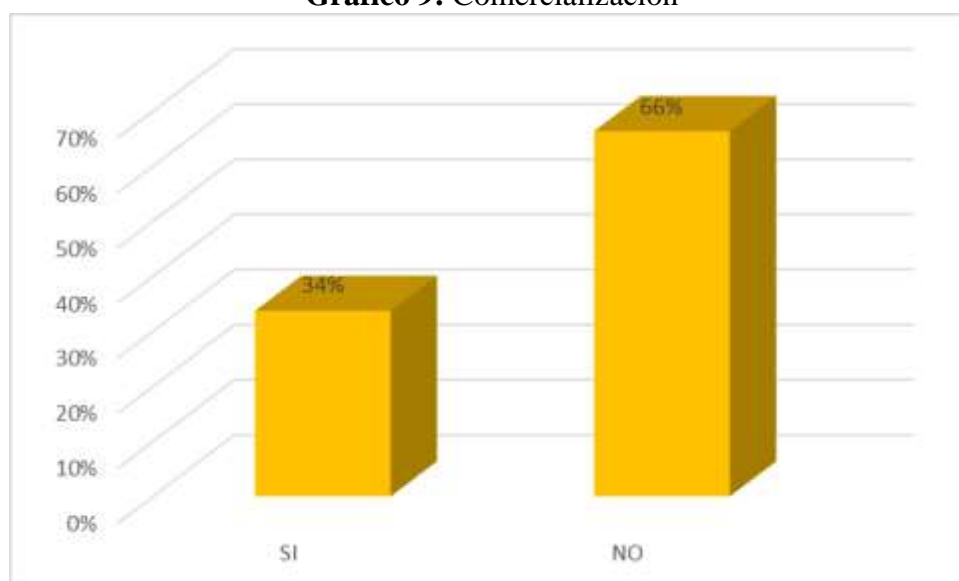
Tabla 6: Comercialización

Opciones	Frecuencia	%
SI	129	34%
NO	254	66%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 9: Comercialización



Elaborado por: Ibeth Sandoval

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos mediante las encuestas, el 66% de las personas supieron responder que no conocen de un lugar donde comercialicen cristal plano de construcción en cuanto al 34% indicó lo contrario. En la Ciudad de Riobamba la comercialización de cristal plano alcanza un nivel medio debido a que no existen variedad de ferreterías o distribuidoras que oferten el producto.

3. ¿A cuál de estos lugares suele acudir para comprar cristal plano?

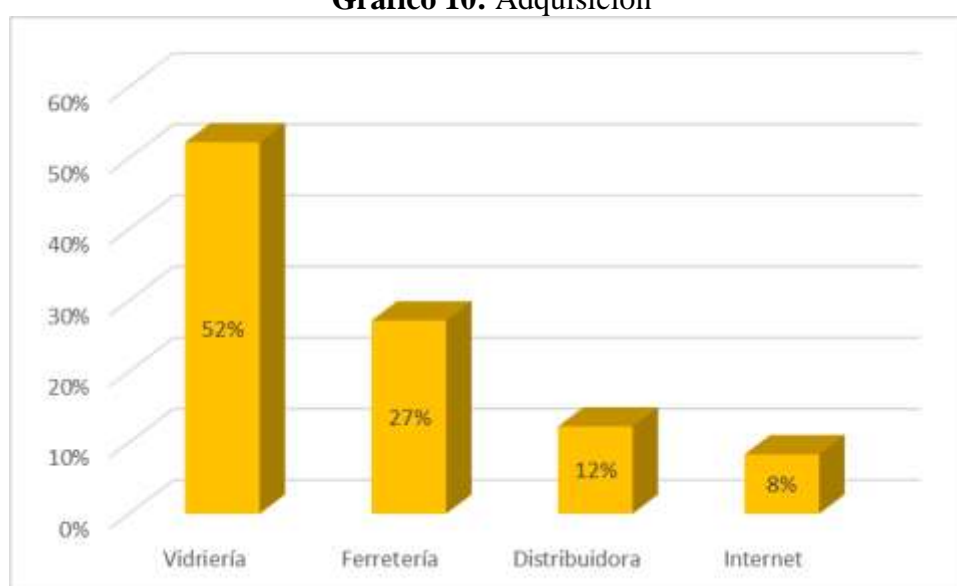
Tabla 7: Adquisición

Opciones	Frecuencia	%
Vidriería	200	52%
Ferretería	104	27%
Distribuidora	47	12%
Internet	32	8%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 10: Adquisición



Elaborado por: Ibeth Sandoval

Análisis e Interpretación

De acuerdo con la información obtenida por parte de los encuestados, al momento de adquirir cristal plano el 52% lo hace en una vidriería, el 27% en una ferretería, el 12% en distribuidoras y el 8% a través del internet. La compra de cristal plano en su mayor parte se lo realiza en una vidriería debido a que en la ciudad de Riobamba no existen distribuidoras que netamente se dediquen a la venta de este tipo de productos, ya sea por sus precios o porque se requiere la importación de los mismos.

4. ¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por m² de cristal plano de construcción?

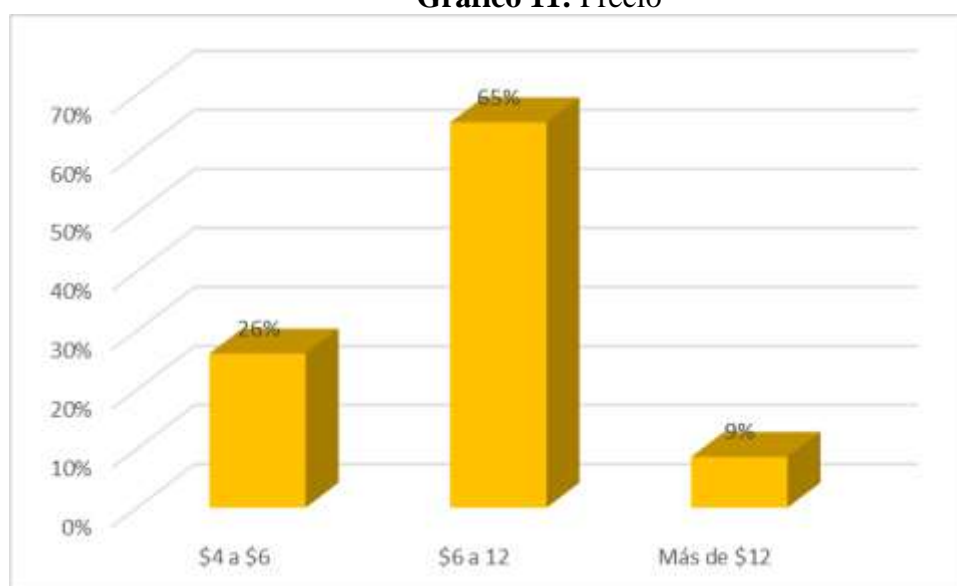
Tabla 8: Precio

Opciones	Frecuencia	%
\$4 a \$6	100	26%
\$6 a \$12	250	65%
Más de \$12	33	9%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 11: Precio



Elaborado por: Ibeth Sandoval

Análisis e Interpretación

De acuerdo al precio que las personas están dispuestas a pagar por la compra de cristal plano; el 65% considerando que es el porcentaje más alto, los encuestados sostienen que estarían dispuestos a pagar por m² un precio estimado entre \$6 y \$12; el 26% un precio entre \$4 y \$6 y el 9% más de \$12; este porcentaje está representado a las personas que cuentan con mayores recursos siempre y cuando el producto que adquieran cuente con todos los beneficios que requieren.

5. ¿Al momento de realizar la compra de cristal plano, cuál de los siguientes es el factor determinante?

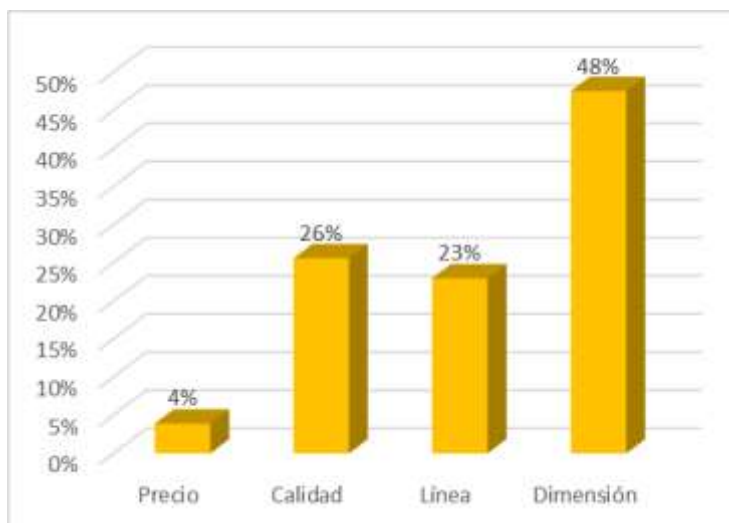
Tabla 9: Factores determinantes

Opciones	Frecuencia	%
Precio	15	4%
Calidad	98	26%
Línea	88	23%
Dimensión	182	48%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 12: Factores determinantes



Elaborado por: Ibeth Sandoval

Análisis e Interpretación:

En base a los resultados que se obtuvieron mediante la aplicación de encuestas el 48% identificado por la dimensión es uno de los factores que más influye al momento de comprar cristal plano, porque la adquisición siempre se lo hace de acuerdo a las medidas que sean requeridas. Así también un 26% manifestaron que otro de los factores que influye al momento de la adquisición es la calidad del producto.

6.- ¿Con que frecuencia compra cristal plano de construcción?

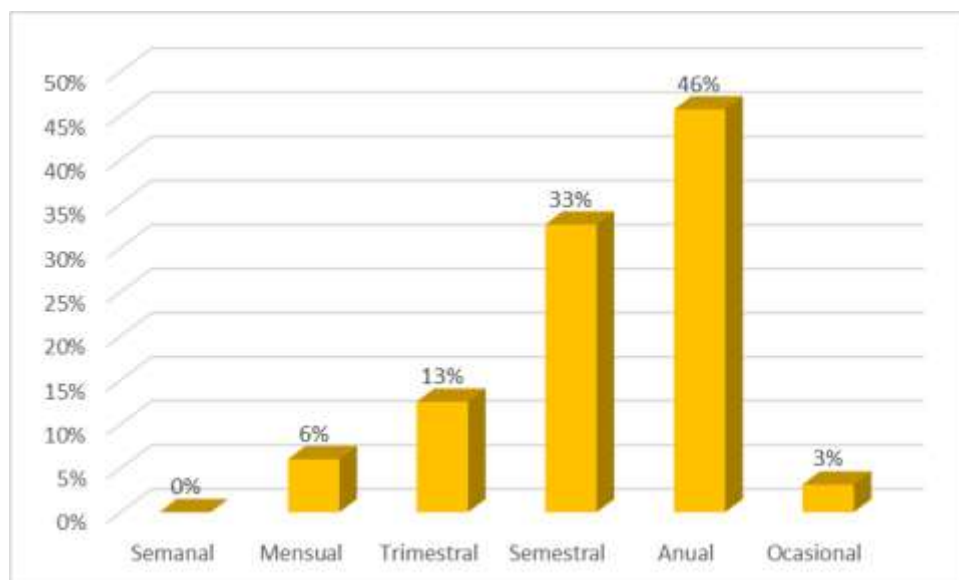
Tabla 10: Frecuencia

Opciones	Frecuencia	%
Semanal	0	0%
Mensual	23	6%
Trimestral	48	13%
Semestral	125	33%
Anual	175	46%
Ocasional	12	3%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 13: Frecuencia



Elaborado por: Ibeth Sandoval

Análisis e Interpretación

En cuanto a la frecuencia con que las personas encuestadas adquieren cristal plano, en su mayor parte el 46% lo adquiere cada año, y en un porcentaje bajo representado por 3% lo adquiere ocasionalmente. La adquisición depende básicamente de las personas que requieran este tipo de productos ya que son utilizados netamente para la construcción.

7.- ¿Se siente satisfecho con el cristal plano que se comercializa en la ciudad de Riobamba?

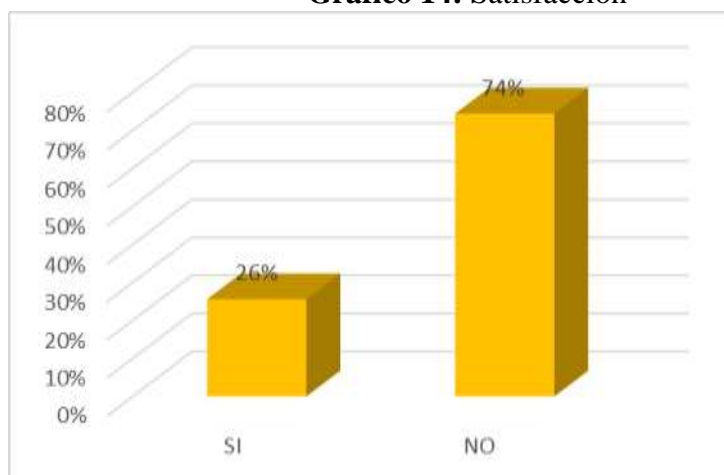
Tabla 11: Satisfacción

Opciones	Frecuencia	%
SI	98	26%
NO	285	74%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 14: Satisfacción



Elaborado por: Ibeth Sandoval

Análisis e interpretación

Según las encuestas realizadas a la ciudadanía de Riobamba, el 26% supo indicar que se sienten satisfechos con la comercialización de cristal plano, debido a que cumplen con los requerimientos que se necesita. Mientras que el 74% restante respondió que no se sienten satisfechos esto debido a los precios que son muy altos y porque las entregas no son inmediatas ya que no se encuentra la variedad de colores y dimensiones que se requiere.

8.- ¿Cuál es el color de cristal plano que más se requiere?

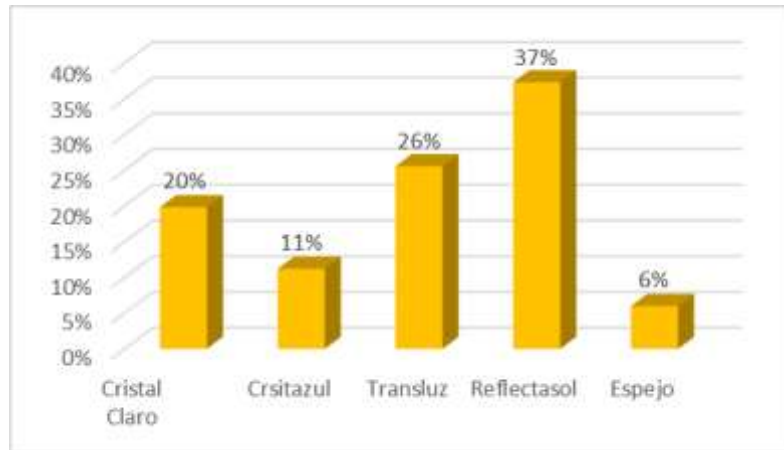
Tabla 12: Color

Opciones	Frecuencia	%
Cristal Claro	76	20%
Cristal azul	43	11%
Transluz	98	26%
Reflectasol	143	37%
Espejo	23	6%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 15: Color



Elaborado por: Ibeth Sandoval

Análisis e interpretación

Analizando los resultados obtenidos mediante las respuestas obtenida representadas por la Grafica # 10, el color que más prefieren las personas al momento de adquirir cristal plano es Reflectasol con el 37%, debido a son los más usados en las construcciones de viviendas y edificios. Y el 6% representado por el porcentaje más bajo es el color espejo.

La adquisición en cuanto al color del producto depende básicamente de los gustos y preferencias de las personas.

9.- ¿Usted adquiriría cristal plano en el Comercial Vera?

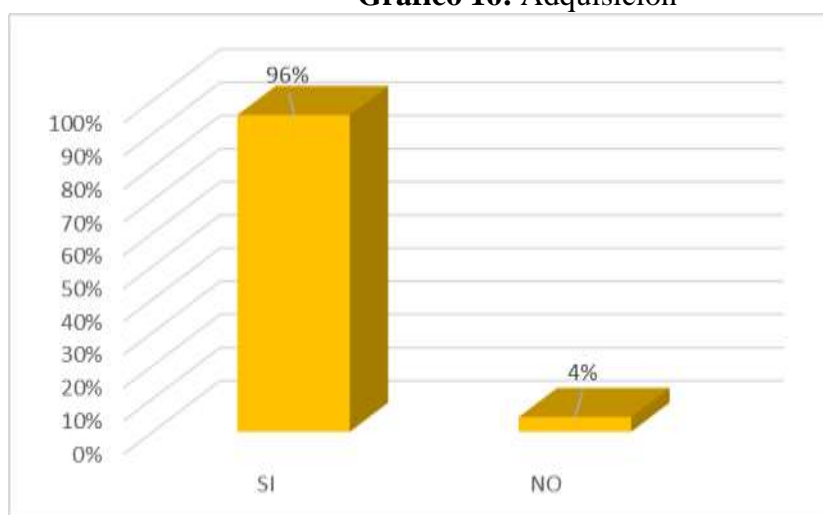
Tabla 13: Adquisición

Opciones	Frecuencia	%
SI	366	96%
NO	17	4%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 16: Adquisición



Elaborado por: Ibeth Sandoval

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos, el 96% respondió que, si adquiriría cristal plano en Comercial Vera, esto por diferentes factores como los precios, la atención al cliente que es la adecuada. En cuanto al 4% restante manifestaron lo contrario. Los resultados que se demuestran identifican que Comercial Vera debería implementar la comercialización de este producto debido a que la mayoría de las personas están de acuerdo a comprar, lo que evidencia que la investigación si esta direccionada a generar una propuesta factible.

10.- ¿Cuáles son los beneficios que le gustaría obtener al momento de comprar en Comercial Vera?

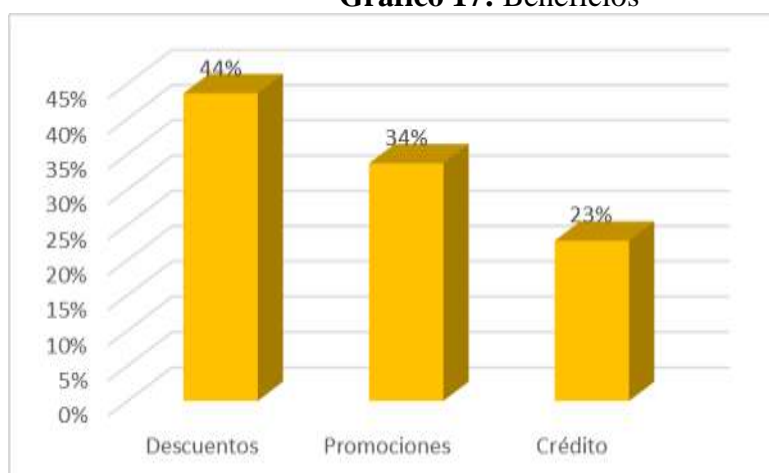
Tabla 14: Beneficios

Opciones	Frecuencia	%
Descuentos	167	44%
Promociones	129	34%
Crédito	87	23%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 17: Beneficios



Elaborado por: Ibeth Sandoval

Análisis e Interpretación

Entre los beneficios que las personas más requieren tener son descuentos, porque la adquisición que realiza en su mayoría es grande y por lo general la petición que realizan es una rebaja por la compra. Así también otro de los beneficios son las promociones porque se sienten motivados para la adquirir el producto.

3.5.2. Entrevista

Análisis de la entrevista

En base a la información recopilada posterior a la aplicación del instrumento investigativo, se determina que Comercial Vera ya ha realizado importaciones de algunos productos, por lo tanto, se encuentran familiarizados con este proceso. Así también al observar la necesidad de comercializar cristal plano de construcción, los directivos no descartan la idea de importar dicho producto, buscando que la calidad se a la mejor, y que fundamentalmente represente un porcentaje de utilidad para la empresa.

Es así, que el gerente de comercial Vera, ha idealizado que la importación se la realice desde el país de China, debido a las relaciones comerciales existentes entre estos países. A través de la importación del producto en mención se busca ser más competitivos en el mercado, satisfaciendo así las necesidades del cliente en lo referente a elementos como el precio, la calidad y la disponibilidad de cristal plano de construcción.

3.5.3. Análisis FODA

Tabla 15 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Diversificación de productos• Competitividad en el mercado• Aceptación de la cliente enfocada al nuevo producto• A través de la importación, se espera reducción de costos• Nivel de adquisición del cliente• Comercialización de productos importados	<ul style="list-style-type: none">• Incremento de clientes• Posicionamiento en el mercado• Relaciones comerciales entre China-Ecuador
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Insatisfacción del cliente• Plan de marketing	<ul style="list-style-type: none">• Competencia• Alza de aranceles

Fuente: Encuestas y Entrevistas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

3.6. VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Luego de haber realizado el respectivo análisis de las encuestas y entrevistas aplicadas, se procede a verificar la idea propuesta, la misma que sostiene que: El Proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de cristal plano de construcción, desde China, aporta a la optimización de costos para el Comercial Vera en la ciudad de Riobamba, en el año 2017.

En base a la información recopilada se determinará el nivel de aceptación de la posible demanda del producto que se planeará importar, en este caso cristal plano de construcción; por lo mencionado en el instrumento investigativo se concluye además que la población en su gran mayoría no conoce de un lugar en donde se comercialice este producto, lo que provoca que el mismo sea comprado en otras partes del país lo que induce a incurrir en nuevos gastos como el de movilización, incrementado así el precio real del producto.

Con la importación del cristal plano de construcción, se preverá un incremento de ingresos por la venta de este producto, debido a que se espera que exista un crecimiento de clientes, y por los precios de venta más bajos que los de la competencia, por tal motivo se pronostica que los ingresos por la venta de este producto serán mayores, que permitirán la generación de mayor rentabilidad económica para la empresa. Por lo tanto, con la implementación del plan de factibilidad propuesto, se buscará que exista la optimización de los costos generados.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1. TÍTULO

Proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de cristal plano de construcción, desde China, para Comercial Vera en la Ciudad de Riobamba, en el año 2017.

4.2. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Durante el desarrollo de la propuesta correspondiente que principalmente se basa en la descripción de la factibilidad para la importación y comercialización de cristal plano de construcción, para Comercial Vera, ubicada en la ciudad de Riobamba, se establecieron lineamientos acordes a los requerimientos, para lo cual fue necesario proceder a la realización de un estudio de mercado, estudio técnico, y financiero.

Los estudios mencionados, permitirán determinar la viabilidad del proyecto, de manera que el mismo se enfoque en generar mayor rentabilidad para la empresa; a través de la comercialización de cristal plano.

Las relaciones entre la República de China y Ecuador, son importantes y estas se las debe analizar desde sus diferentes componentes. China como país está buscando en invertir en todo el mundo, en si en los países desarrollados si no también aquellos que esos encuentran en vías de desarrollo.

4.2.1. Acuerdo Comercial entre Ecuador y China

El acuerdo comercial que se ha determinado entre el país de Ecuador y China están relacionados con la comercialización de productos en general, el Ecuador paga aranceles altos porque no cuenta con un acuerdo comercial que netamente se identifique con el producto que deseamos importar en esta investigación entre los dos países.

El Ecuador necesita un acuerdo que permita negociar ciertos ámbitos en los cuales existe complementariedad entre los dos países, ya que son las importaciones importantes, considerando que no todas las importaciones son malas, ya que requerimos de materias primas para desarrollar el aparato productivo nacional.

4.2.1.1. Balanza Comercial Ecuador y China

Gráfico 18: Balanza comercial



Fuente: <http://www.revistagestion.ec>

Como se puede observar la gráfica # 19 representa la balanza comercial de Ecuador y China de los últimos años, actualmente China se posiciona como el segundo mayor proveedor de bienes del Ecuador, sólo detrás de EEUU, con un monto de importaciones por \$ 2.416 millones, una representatividad de 15,5% del total de importaciones ecuatorianas en 2016. Por el lado de las exportaciones, en cambio, China se ubica como el sexto mayor socio comercial del Ecuador, con un total de \$ 659 millones en exportaciones hacia este país asiático en 2016, lo que equivale apenas a 4% del total de exportaciones ecuatorianas en similar período. Con el nuevo Gobierno nacional lo que se prevé es considerar mejorar las exportaciones con China considerando regular la balanza comercial bilateral con nuevos países representados de Asia.

Ente los principales productos de exportación e importación se encuentran el petróleo, madera y manufacturas, productos de cobre y desecho, harina de pescado, camarones, desechos de aluminio; considerando al petróleo como uno de los principales productos de exportación ecuatoriano hacia China cuyo valor representa el 77% del total de exportaciones.

4.3. Estudio de Mercado

A través del estudio de mercado se establecerá la demanda de manera específica, mediante los datos obtenidos de la información recopilada a través de las encuestas aplicadas a posibles clientes en la ciudad de Riobamba; es importante conocer y determinar la demanda actual y futura.

De igual manera es necesario conocer y analizar a los posibles proveedores del producto requerido, con el fin de que las decisiones que se tome sean las correctas, debido a que permiten la generación de mayores ingresos e incluso ganancias en beneficio de los socios de la empresa.

4.3.1. El producto

El vidrio es un material que se ha utilizado con diferentes fines, se utiliza para cerramientos de vanos en edificios, por ejemplo. A través del tiempo y con el avance tecnológico, fue posible la fabricación de cristal plano en diferentes colores y grosores, de manera que el cliente cuenta con la diversificación de producto en base a los requerimientos solicitados (Boutet & Jacobo, 2005)

Gráfico 19 Cristal plano de construcción



4.3.2. Industria de la construcción en el Ecuador

De acuerdo con datos estadísticos, basados en el último censo realizado en el Ecuador, la industria de la construcción, es una de las más importantes en el país, ya que a través de esta se visualiza el aporte al crecimiento de la economía, ya que se observa la gran cantidad de empresas que se dedican a actividades directas e indirectamente relacionadas con este sector, así también es notable el incremento de plazas de trabajo (INEC, 2012).

En el Ecuador existen alrededor de 14366 establecimientos económicos que se dedican a la comercialización de productos de construcción, como por ejemplos, fabricación de productos metálicos, actividades especializadas de construcción, extracción de madera, importación de vidrios, entre otras (INEC, 2012).

Del total de nuevas construcciones el 91,6% de permisos otorgados fueron para proyectos residenciales, y el 5,4% fue para la construcción de edificios no residenciales, y 3,3% para construcciones mixtas de acuerdo con la información obtenida por el INEC.

4.3.3. Competencia

En el mercado local las principales empresas reconocidas por comercializar cristal plano de construcción son las que se mencionan en el siguiente cuadro:

Tabla 16 Competencia en la ciudad de Riobamba

EMPRESA	Ubicación	Teléfono	Precio por m²
FAVITGLASS	Panamericana Norte Km 3 Vía a Quito, Barrio el Carmen	2300-473	14,30
MEGALVIT GLASS	Panamericana Norte Km 3 Vía a Quito, Barrio el Carmen	0981573917	13,10
VISET	Panamericana Norte km 3 1/2, Vía a Ambato	2300-207/ 2300-401	15,50
VIDRIALUM	Av. La Prensa y Princesa Toa	2960162	16,30
ALUMVID	Juan Montalvo y José Veloz	278932	15,76
Aluminio y Vidrio	José Veloz y Uruguay	298731	14,89

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.3.4. Proveedores

Para el análisis de los posibles proveedores de cristal plano se ha considerado optar por algunas empresas dedicadas a la exportación del producto requerido, las mismas que se detallan a continuación:

Tabla 17: Análisis de proveedores

Empresa	Características	País	Dirección	Dirección de página web
VIDURGLASS	<p>Empresa dedicada a la manufactura del vidrio plano y curvado.</p> <p>Su proceso de producción está basado bajo pedido.</p> <p>Posee cobertura internacional en más de 15 países</p>	España – Barcelona	Edison, 8-14 Polígono Industrial Bufalvent 08243 Manresa (Barcelona)	http://www.vidurglass.com/es/sobre-vidurglass/compania .
PRODIESA	<p>Ofrece productos de vidrio plano de primera calidad.</p> <p>Se realiza envíos a Estado Unidos, Latinoamérica, y el Caribe.</p>	México- Nuevo León	Carretera a Dulces Nombres Km 10.5 Pesquería	http://www.prodiesa.com/centros-de-distribucion/
VITRALBA	Se dedica a la fabricación de todo tipo de vidrio.	Pontevedra- España	Carretera de Muños, 2336213 Vigo - Pontevedra	http://www.vitralba.com/localizacion-contacto.php
GLASSOLUTIONS	Ofrece una gama de cristal especial, con control solar,	España- Madrid	Calle Antonio Serrano, 85	http://glassolutions.es/es/sobre-nosotros

	vidrios activos para fachada.		polígono industrial	
NOVAL GLASS	Noval vidrio es un muy profesional de vidrio y espejo proveedor de China	China-Shandong,	No.33 Shandong road Qingdao, Shandong 266071	http://noval-glass-co-ltd.imexbb.com/

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.3.5. Cotizaciones

Para determinar, el proveedor con el que se va a trabajar es necesario realizar un análisis de los precios de cada oferta, para finalmente realizar la elección sobre el proveedor más factible.

En la siguiente tabla se presenta los precios de las distintas empresas que comercializan vidrio plano.

Tabla 18: Cotizaciones

Empresa	Características del producto	Precio
VIDURGLASS	Hoja entera (6000 x 3210) mm aprox. Peso Km/m ² 20,13 Densidad a 26° C	\$6,15 m ²
PRODIESA	Hoja entera (6000 x 3210) mm aprox. Peso Km/m ² 20,13 Densidad a 26° C Reflector	\$5,00 m ²
VITRALBA	Hoja entera (6000 x 3210) mm aprox. Peso Km/m ² 20,13 Densidad a 26° C	\$7,85 m ²
GLASSOLUTIONS	Hoja entera (6000 x 3210) mm aprox. Peso Km/m ² 20,13	\$8,85 m ²

	Densidad a 26° C Reflector	
NOVAL GLASS	Hoja entera (6000 x 3210) mm aprox. Peso Km/m ² 20,13 Densidad a 26° C	\$4,00 m ²

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Tabla 19: Características específicas del producto a importar

Detalle	Características
Color	Reflectasol
Densidad	26° C
Peso	Km/m ² 20,13
Tamaño	(6000 x 3210) mm

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.3.6. Demanda

La demanda se ha establecido en base a la información obtenida en la recopilación de información, a través de la utilización de instrumentos investigativos, a continuación, se muestran en el siguiente cuadro la demanda que tendrá el producto que la empresa planea importar.

Tabla 20: Demanda

Cristal plano de construcción	
CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO
GEOGRÁFICO	
País:	Ecuador
Zona:	Región Sierra Norte
Provincias:	Chimborazo
Cantón	Riobamba
DEMOGRÁFICOS	
Edad	Mayores de edad
Género	Femenino y masculino
Ocupación	Todas
Clase Social	Media, Media alta, Alta

PSICOLÓGICOS	
Personalidad	Indistinto
SOCIOECONÓMICOS	
Estratos económicos identificados	Alta Media, Media alta

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Tabla 21 Total Demanda

# Compradores	Frecuencia	Total, compradores	Promedio m ²	Total, Demanda
23	Mensual	276	28	7728
48	Trimestral	192	28	5376
125	Semestral	250	28	7000
175	Anual	175	28	4900
12	Ocasional	12	28	336
TOTAL				25340 m²

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Proyección de la demanda

Para la determinación de la demanda proyecta se ha tomado como base el porcentaje de inflación de acuerdo al Banco Central del Ecuador el mismo que presenta un total de 0,16%.

PROYECCIONES	
AÑO 0 (año base)	25340 m²
AÑO 1	25390 m ²
AÑO 2	25430 m ²
AÑO 3	25470 m ²
AÑO 4	25511 m ²
TOTAL	101801 m²

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.4. Estudio Técnico

4.4.1. Localización del proyecto

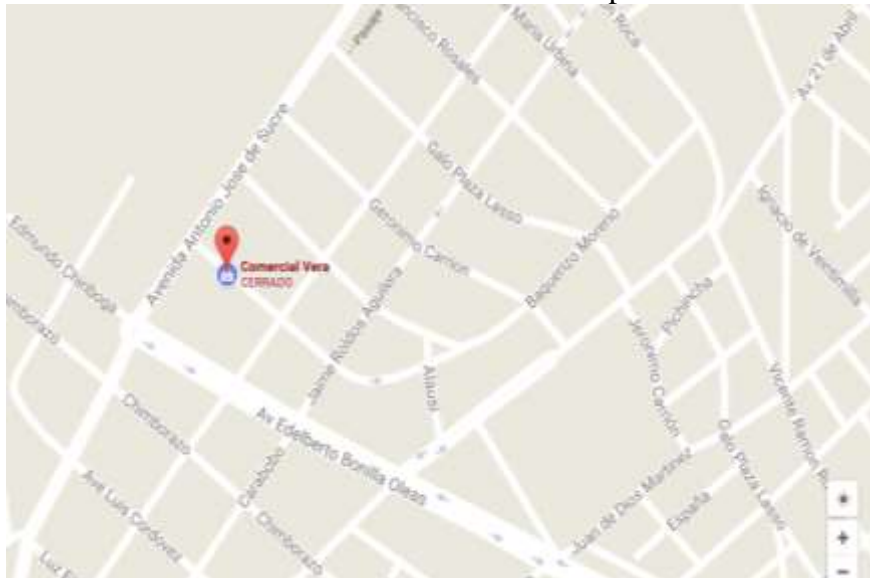
4.4.1.1. Macro localización

El proyecto se ejecutará en la Empresa Comercial Vera ubicado en:

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Gráfico 20: Localización de la empresa



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.4.1.2. Micro localización

Dirección: Av. Antonio José de Sucre, frente al colegio Maldonado Norte.

Teléfono: 2366237

Página Web: <http://comercialverariobamba.com/>

Gráfico 21: Localización de la empresa



Fuente: Google Maps
Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.4.2. Proceso de Producción de cristal Plano

Obtención de materia Prima



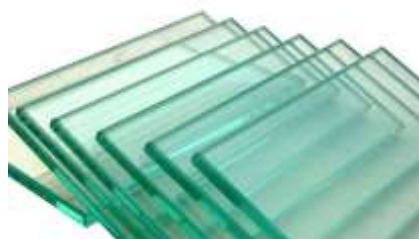
Macerado



Caldeado



Trasiego



Cristal Plano

Proceso de producción.

A continuación, se describirá el proceso que conlleva para obtener el cristal plano:

Obtención de materia prima

Para la elaboración de cualquier tipo de vidrio es necesario contar con varios elementos fundamentales para su producción, así tenemos los que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 22 Materia prima para la producción de productos vítreos

Grupo	MATERIA PRIMA	Formula
Productos químicos puros	Alúmina calcinada	Al_2O_3
	Hidróxido de aluminio	$Al(OH)_3$
	Nitrato de aluminio	$Al(NO_3)_3 \cdot 15 H_2O$
Oxidos de aluminio	Diasporo	$Al_2O_3 \cdot H_2O$
	Bauxita	$Al_2O_3 \cdot 2H_2O$
	Hidrargilita	$Al_2O_3 \cdot 3H_2O$
Feldespatos	Ortoclasa	$(K,Na)_2O \cdot Al_2O_3 \cdot 6SiO_2$
	Plagioclasa	$(Ca,Na)_2O \cdot Al_2O_3 \cdot 6SiO_2$
	Anortita	$CaO \cdot Al_2O_3 \cdot 2SiO_2$
Rocas aluminosas y arcillas	Granito	aportaría hasta 16% Al_2O_3
	Traquita	" 16% Al_2O_3
	Nefelina- sienita	" 23% Al_2O_3
	Caolin	" 23% Al_2O_3
Alternativas recientes (Jordan et al., 2005)	Sheridanita	Aportaría en un baño de vidrio común hasta un 7,5% de MgO y un 4,7% de Al_2O_3

Fuente: (Rincón, 2012)

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Dentro de los componentes secundarios, según lo señala (Rincón, 2012), se encuentran:

- **Afinantes:** permite la eliminación de burbujas
- **Opacificantes:** ayudan a la dispersión de luz
- **Colorantes:** coloración de los vidrios
- **Decolorantes:** permite la neutralización de efectos de color que se producen como resultado de las impurezas existentes en la materia prima
- **Solarizantes:** permite la producción de efectos de irradiación solar
- **Activantes:** reconocen respuestas activas del vidrio (fotosensibilidad, termosensibilidad y electrocromocidad)

Caldeado

Consiste la realizar la mezcla de los componentes requerido en un horno, es decir la arena se mezcla con la caliza y otros materiales, la temperatura del horno debe ser alta por lo cual es necesario precalentar el mismo a 1500°C

Trasiego

Posteriormente al haber realizado el respectivo proceso, esta mezcla es vertida una gran prístina, el mismo que consiste en un baño de estaño, y al ser el vidrio líquido más denso que el estaño existirá la flotación del material produciéndose una hoja infinita que es extendida

Macerado

Cuando el vidrio esta con una temperatura de 80°C, el vidrio es marcado y cortado con un instrumento que tiene un parecido a diamante el mismo que se conoce como carburo de tubsteno. En el proceso de corte se fijan las medidas de lago ancho y espesor

Producción de cristal plano

Finalmente, las hojas de vidrio están preparadas para el respectivo almacenamiento y comercialización.

4.4.3. Normativa del Producto

- Considerar mecanismos como el tipo de embalaje.
- No sobrepasar el peso de carga de acuerdo al producto de importación.
- Pagar los impuestos asignados de acuerdo al cada producto.

4.4.4. Partida arancelaria

Sección: XIII manufacturas de piedra, yeso fraguarle, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y manufacturas de vidrio

Capítulo 70: Vidrio y sus manufacturas

70.05.1000 Vidrio sin armas con capa absorbente, reflectante o anti reflectante

Tabla 23: Partida arancelaria

Gravámenes Vigentes	Valor
Ad / Valorem	30%
Impuesto Selectivo al Consumo	0%
Impuesto al Valor Agregado	12%
FODINFA	0,05%
Derecho Específicos	N.A.
Derecho Antidumping	N.A.
Sobretasa	0%
Unidad de Medida:	m ²

Fuente: Aduana del Ecuador

4.4.5. Normativa de embalaje y empaque

4.4.5.1. Etiquetado individual:

Es necesario que para el traslado de la mercadería se tome en cuenta el etiquetado para lo cual se determina la siguiente información:

- Año de fabricación
- Tiempo de operación
- Fecha y lugar en que salió de circulación
- Lugar de procedencia
- Partida arancelaria
- País de origen
- Corrosión (%)
- Desgaste (%)
- Limpieza
- Encerado

- Precio

Gráfico 22: Etiqueto individual



Fuente: Cristal plano

4.4.5.2. Etiquetado del embalaje

El etiquetado o embalaje del producto deberá estar especificado bajo diferentes normas, y es necesario para su importación que lo determine bajo los siguientes aspectos:

Tabla 24: Aspectos del embalaje de cristal plano

ORGANISMO CERTIFICADOR	PAÍS	PROVEEDOR	IMPORTADOR	OTROS
Nombre Dirección Teléfono Fax	De origen De destino	Nombre Dirección Teléfono Fax Responsable	Nombre Dirección Teléfono Fax Responsable	Volumen Lote Etiquetas País de origen País de destino

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Gráfico 23:Etiquetado del embalaje



4.4.5.3.El embalaje

El producto importado deberá ser guardado por una funda plástica y láminas de madera y cartón para proteger y que el producto no tienda a dañarse.

Posteriormente el cristal plano será ubicado en una lámina de metal para que su protección sea mayor.

El tipo de embalaje que se ha considerado para el cristal plano se lo determino como una caja y que la misma proteja de todas las contrariadas que pueden presentarse al momento de su transportación.

Gráfico 24:Localización de la empresa



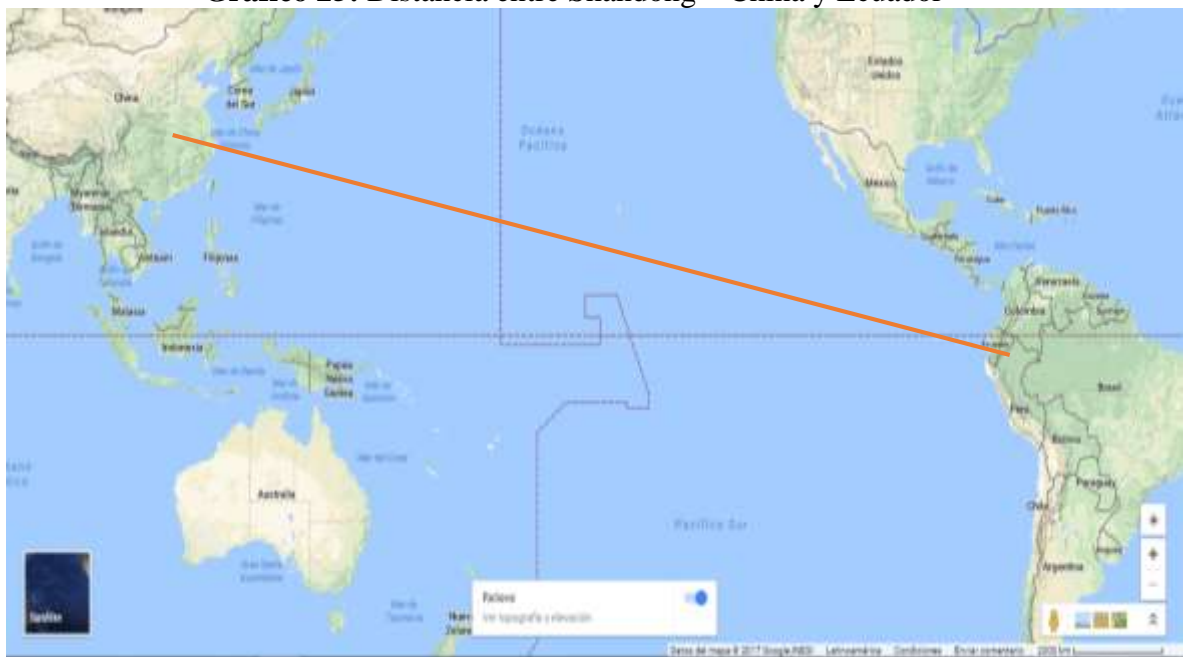
4.4.6. Logística del producto

La logística está encargada del manejo del producto y la distribución correspondiente del mismo, es decir se basa en el traslado desde su lugar de origen donde esta inmiscuido el proveedor hasta el lugar de destino o comprador, donde se especifica el medio de transporte y los términos de negociaciones que se requiere entre ambas partes.

4.4.7. Elección de la vía de transporte

Después del análisis realizado se ha considerado que las importaciones se realizarán desde la empresa NOVAL GLASS, ubicada en el país de China- Shandong; razón por el cual el transporte en el cual se trasladará la mercadería hasta el país de Ecuador será marítimo, en grandes embarcaciones.

Gráfico 25: Distancia entre Shandong – China y Ecuador



Fuente: <http://www.distancefromto.net/>

A través del gráfico se puede observar la distancia entre el país de origen hasta el país de destino, a continuación, se observa la distancia entre kilómetros y millas:

Distancia en km: 16,223 Km

Distancia en millas: 10,081 millas

Distancia en millas náuticas: 9349.07

Las razones por las cuales se ha decidido importar desde China son las siguientes:

- En relación con países Europeos e incluso Latinoamericanos, los precios en cuanto al producto de cristal plano de construcción son mucho más baratos en el país de China.
- En cuanto a los costos de producción, en China estos son menores, razón por la cual los precios de venta son bajos.
- La materia prima utilizada para la elaboración del producto es de calidad en comparación con otras empresas del continente asiático.
- Los envíos de mercadería lo realizan mediante el costo flete, sus envíos son por flete marítimo bien organizado en donde el ahorro de energía y dinero son evidenciales.

Tabla 25: Tipo de contenedor

Contenedor estándar. STANDARD 20' x 8' x 8'6.		
Apertura puerta		2,340 mm
Tara	2,300 kg	Capacidad
Peso bruto máximo de carga	28,180 kg	Peso bruto máximo total

Gráfico 26: Contenedor

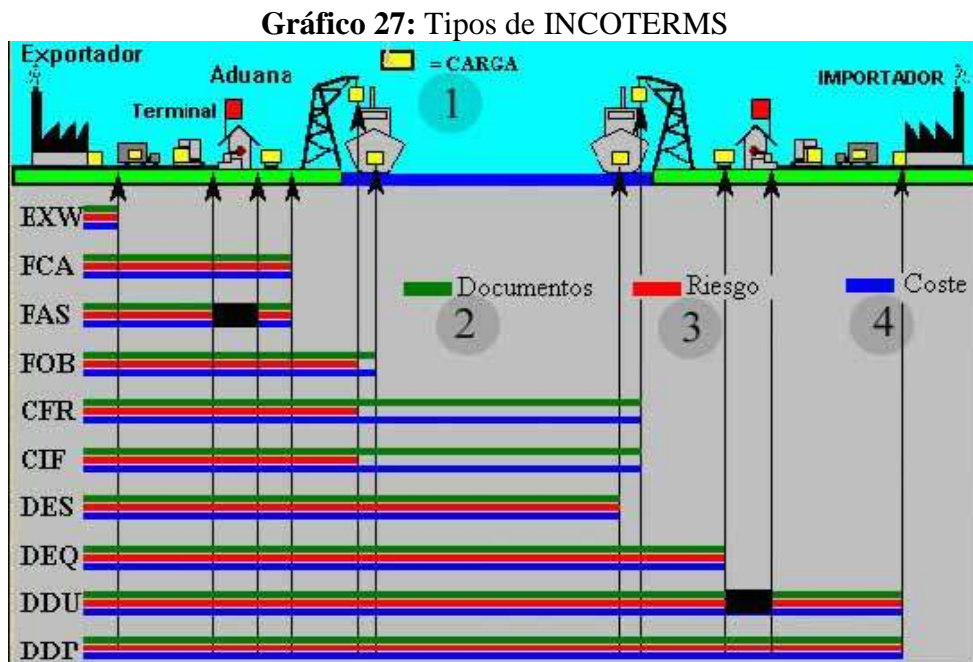


Fuente: Aduana del Ecuador

4.4.8. Elección del tipo de INCOTERM

El tipo de INCOTERM elegido por la empresa es DDP (Delivered Duty Paid), en tal sentido la empresa Noval Glas es la que se encargara de realizar los trámites correspondientes en su totalidad y asumirá los costos de los mismos, por ende Comercial Vera no se involucrara en ningún proceso y únicamente realizara los tramites respectivos cuando la mercadería haya llegado al país, para iniciar con los procesos respectivos.

Mediante el siguiente gráfico se puede observar que de una manera más clara la referencia del Incoterm a utilizarse.



Fuente: PRO Ecuador

4.4.9. Obligaciones del vendedor

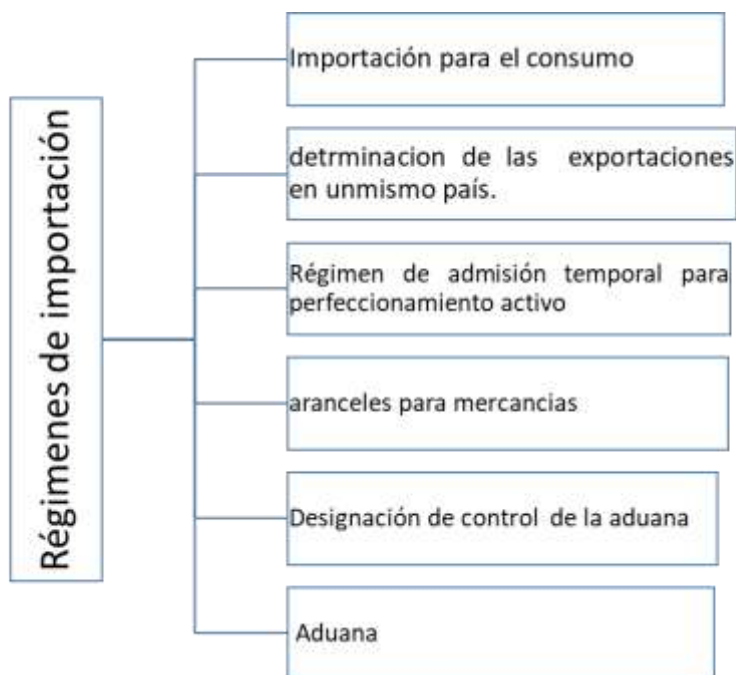
Entre los parámetros que debe seguir la empresa NOVAL GLASS, es la entrega de la mercadería conjuntamente con la documentación respectiva, cubrir costos de embalaje y empaquetado para la transportación, cubrir los gastos del flete y seguro de la mercancía, cumplimiento de obligaciones formal del proceso de importación y exportación.

4.4.10. Obligaciones del comprador

Comercial Vera se encuentra por la tanto en la obligación de cumplir con el pago establecido en el contrato por la adquisición de la mercadería en el tiempo pactado y sin ninguna demora, cubrir con los gastos de descarga de la mercadería del transporte.

4.4.11. Regímenes aduaneros

Gráfico 28 Regímenes de importación



Fuente: Servicio Nacional de aduana del Ecuador (SENAE)

Elaborado por: Ibeth Sandoval

El régimen aduanero al cual la Empresa Comercial Vera se registrará, está determinado bajo la importación para el consumo, debido a que cristal plano se encuentra enfocado para el consumo interno dentro del país de Ecuador las mismas que no se encuentran estructuradas como la cancelación de las obligaciones con respecto a la aduana.

4.4.12. Elección de la forma de pago

Con respecto a la empresa Comercial Vera, se ha determinado que los pagos sean realizados mediante una carta de pago de crédito, debido a que determina una seguridad

tanto para el importador como para el exportador, este caso para la parte importadora se establecerá más seguridad al momento de enviar la mercadería y no se corren riesgos de estafa. En cuanto a los trámites requeridos correcta por cuenta de Comercial Vera donde cada documentación deberá ser toda en cuanto para los respectivos pagos y en la fecha indicadas.

4.4.13. Aranceles

Un arancel es considerado como un tributo de derechos que son aplicados a los bienes importados, uno de los más frecuentes es el pago del impuesto por la cantidad de bienes ingresados a un país. Comercial debe pagar ciertos impuestos que se encuentran considerados bajo el cristal plano y son o siguientes:

- Ad Valorem
- Fodinfra
- IVA

4.4.14. Requisitos para importar

Entre los requisitos que se debe tomar en cuenta para llevar a cabo la importación se encuentra las siguientes:

4.4.14.1. Registro Único de Contribuyente (RUC)

Para que Comercial Vera pueda importar un producto debe contar con el registro de contribuyente el cual se encuentra emitido por el Servicio de Rentas Internas, de igual manera es necesario obtener las autorizaciones correspondientes que deben ser emitidas a través de documentos determinados como comprobantes de venta, con el fin de que no exista ningún tipo de problema a la hora de importar.

4.4.14.2. Certificado digital

Otro de los requisitos para que la Empresa Comercial Vera pueda cumplir con la actividad de importación es necesario se adquiriera un certificado digital el mismo que cuente con

un afirma electrónica, la cual se la puede obtener a través de la siguiente página <https://www.securitydata.net.ec/descargas>. Para establecerse como importador.

4.4.14.3. Registro de importador

Para que una persona sea determinada o establecida como importador después de cumplir con los requisitos establecidos por el SRI, es necesario se considere tomar en cuenta lo siguiente.

- Obtener un certificado donde conste la firma electrónica, la misma que es concedida por el Banco Central.
- Registrarse en el portal de ECUAPASS

4.4.14.4. Registro en ECUAPASS

Comercial Vera, tiene como obligación registrarse en el portal de ECUPASS, esto con el fin de acceder a la plataforma en donde se puede realizar los trámites correspondientes para la importación, mediante el uso de esta plataforma se reducirá el tiempo debido a que los tramites se podrán realizar por internet y no necesariamente se tiene la necesidad de acercarse hasta las oficinas de la Institución.

4.4.14.5. Documentos para importar

Para realizar la importación es necesario que se cumpla con la documentación que se requiera, de manera que los tramites se agiliten y no exista ningún tipo de impedimento para realizar la importación, a continuación, se presenta los documentos que se deberá tener en regla para el proceso:

Declaración Aduanera de Importación (DAI): se debe llenar el formulario detallando y registrando la información sobre el producto o la mercancía que se va a importar. Para que el proceso de importación sea legal debe cumplir con los trámites necesarios, las declaraciones deben se establecidas frente a un agente de aduana, además es importante tener en cuenta la información correspondiente al total de eso, el tipo de embarque el lugar de origen, y todos los documentos que se requiera para el transporte y verificando por el sistema informático. (COMUNIDAD DE COMERCIO EXTERIOR, 2015)

4.4.14.6. Documentos de acompañamiento

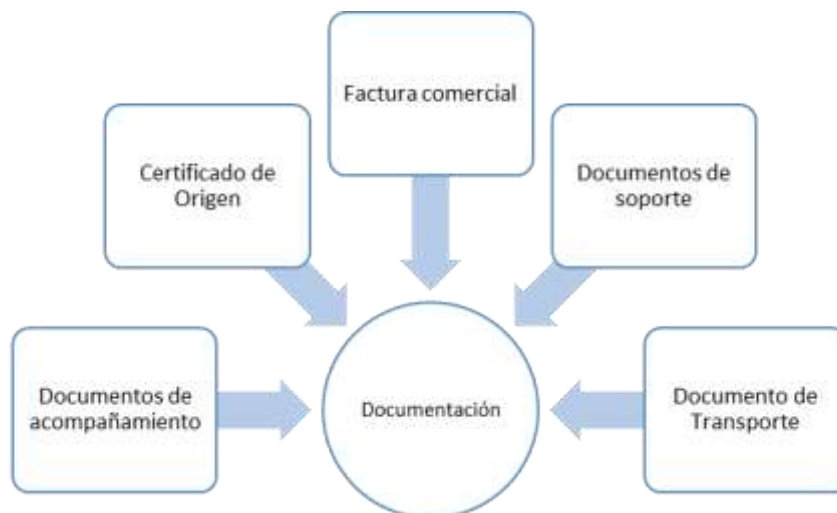
Los documentos de acompañamiento se encuentran bajo un control y se centran bajo un procedimiento en donde se concede la tramitación y la aprobación están sujetos a la presentación para que se realice la transportación en el embarque. Es necesario tomar en cuenta que los documentos de acompañamiento deben ser transmitidos por la empresa NOVAL GLASS conocida como la empresa proveedora de cristal plano.

4.4.14.7. Proceso de desaduanización

Para que la mercadería pueda ingresar a nuestro país primero debe cumplir con la etapa de desaduanización, para lo cual se debe conocer los pasos a seguir los mismos que pueden ser determinados bajo un agente de aduanas.

El proceso de desaduanización debe ser estructurada mediante la ayuda de un sistema informático fijo por el servicio de aduanas. Según el tipo de bienes que se desee importar se debe tomar en cuenta los siguientes requisitos o documentos:

Gráfico 29: Requisitos para la desaduanización



Fuente: Comercio exterior 2016

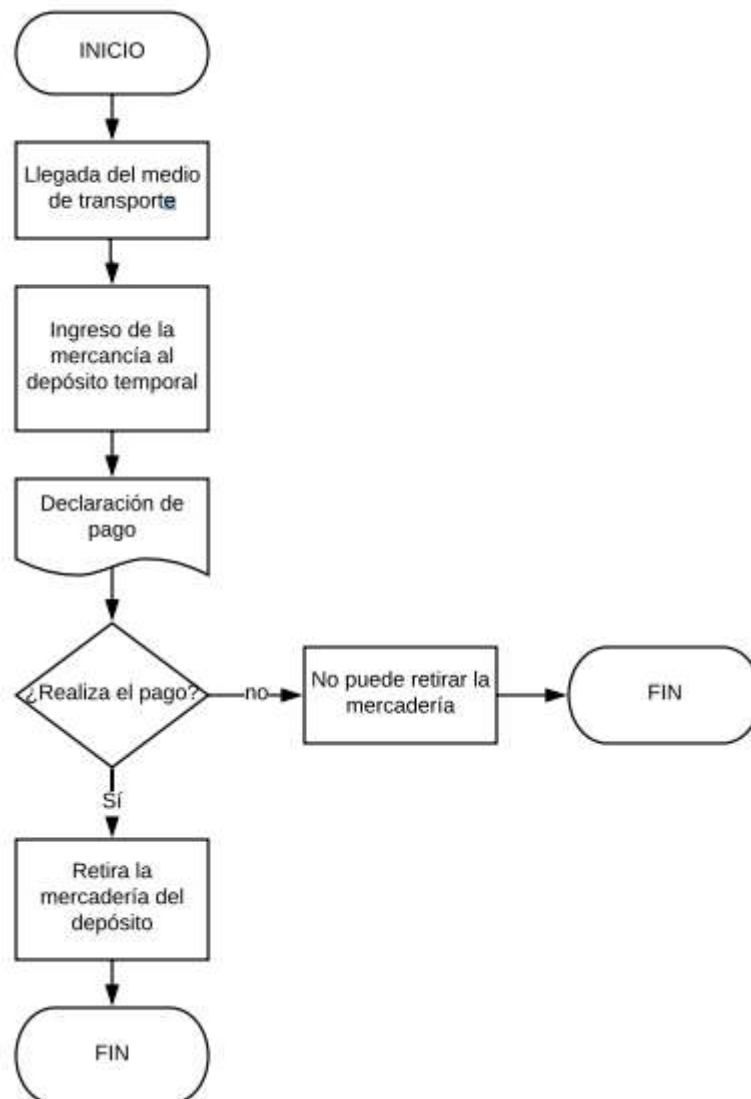
Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.4.14.8. Etapas del proceso de desaduanización

Es muy importante que se lleve un seguimiento de las etapas de desaduanización establecidos a la mercadería de importación, con el fin de verificar cual es proceso que se le designó al producto en este caso cristal plano, para realizar los pagos necesarios según los reportes de aduana, cada una de las etapas serán necesarios para que se autorice la salida de la mercadería.

A continuación, se detalla mediante un cuadro cada una de las etapas por la que la empresa Comercial Vera deberá pasar para la entrega de su mercadería.

Gráfico 30: Flujograma de desaduanización

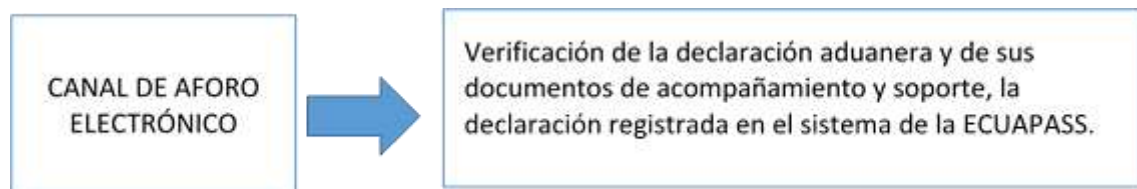


Fuente: Comercio exterior 2016
Elaborado por: Ibeth Sandoval

El proceso de desaduanización tiene un promedio de duración de 8 a 9 días desde la llegada de la mercadería, como se puede observar en el grafico # 18, el proceso que requiere de más tiempo es la segunda etapa donde se debe realizar la transacción de la declaración, debido a que existe la demora en la agilización de trámites ante los agentes de aduana.

Canal de aforo

El canal de aforo que se utilizará para la importación de Cristal plano es:



Top Down

A continuación, se presenta el cálculo correspondiente del costo total de la importación que se pretende realizar de manera anual

Tabla 26 Top Down

CÁLCULO VALOR IMPORTACIÓN	
VALOR FOB	\$90.500,00
FLETE INTERNACIONAL	\$1.800,00
FLETE INTERNO	\$350,00
SEGURO	\$9.050,00
CIF	\$101.700,00
AD VALOREM (30%)	\$30.510,00
FODINFA (0,05%)	\$5.085,00
Subtotal	\$137.295,00
IVA (12%)	\$16.475,40
TOTAL DE IMPORTACIÓN	\$153.770,40

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5. Estudio Financiero

4.5.1. Instalaciones

Al realizar las importaciones de cristal plano para Comercial Vera, es necesario que la empresa cuenta con un lugar de almacenaje adecuado para el producto, por lo cual, a continuación, se muestra el detalla de requerimiento.

Tabla 27 Adecuaciones

ADECUACIONES			VALOR EN USD	
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
Bodegas	m ²	40	25	1.000,00
Total				1.000,00

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.2. Activos fijos

Para mejorar la calidad de atención al cliente, es necesario adquirir nuevos activos fijos, mismos que se reflejan en el siguiente cuadro:

Tabla 28 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Concepto	Cantidad Total	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Escritorio	3	140,00	420,00
Silla	3	50,00	150,00
Archivador	2	100,00	200,00
Total			770,00

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Tabla 29 Equipo de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Concepto	Cantidad Total	Costo unitario USD	Costo Total USD
Equipo de Computación	1	1.000,00	1.000,00
Total			1.000,00

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Tabla 30 Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Concepto	Cantidad total	Costo unitario USD	Costo Total USD
Teléfono	1	50,00	50,00
Total			50,00

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Tabla 31 Vehículo

VEHÍCULO		VALOR EN USD	
Descripción	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
Vehículo	1	20.000,00	20.000,00
			20.000,00

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.3. Depreciaciones

Los activos fijos sufren desgaste o conocido como depreciación, para lo cual es necesario realizar el respectivo cálculo del mismo, de manera que los valores obtenidos sean registrados en donde corresponda:

Tabla 32 Depreciaciones

DEPRECIACIÓN

ACTIVOS TANGIBLES													
Activos	Valor	Vida Útil	Valor Residual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Muebles y enseres	770,00	10	77,00	69,30	69,30	69,30	69,30	69,30	69,30	69,30	69,30	69,30	69,30
Equipo de computación	1.000,00	3	333,33	222,22	222,22	222,22							
Vehículo	20.000,00	5	4000,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00					
Infraestructura	1.000,00	10	100,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
TOTAL	22.770,00			3.581,52	3.581,52	3.581,52	3.359,30	3.359,30	159,30	159,30	159,30	159,30	159,30

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.4. Nómina

La empresa Comercial Vera necesita la contratación de personal extra, que se dedique exclusivamente a la comercialización y distribución de cristal plano en la ciudad de Riobamba.

Tabla 33 Nómina del personal primer año

PERSONAL DE VENTAS								
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
2	Vendedor	400,00	800,00	89,20	66,67	64,33	1.020,20	12.242,40
TOTAL		400,00	800,00	89,20	66,67	64,33	1.020,20	12.220,40

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Tabla 34 Nómina del personal segundo año

PERSONAL DE VENTAS										
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
2	Vendedor	400,00	800,00	89,20	33,33	66,64	66,67	64,33	1.120,17	13.442,08
TOTAL		400,00	800,00	89,20	33,33	66,64	66,67	64,33	1.120,17	13.442,08

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.5. Materia prima

Tabla 35 Materia prima directa

MATERIA PRIMA DIRECTA				
Descripción	Costo por producto en bodega	Estimado producción mes	Total, Materia Prima Mensual USD	Total, Materia Prima Anual USD
CRISTAL PLANO DE CONSTRUCCIÓN	6,80	1.885	12.814,20	153.770,40
Total			12.814,20	153.770,40

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.6. Gasto de ventas

Para la comercialización de cristal plano, es necesario que se realicen gastos destinados a incrementar las ventas del producto nuevo que se pretende importar, en la siguiente tabla se muestran los valores presupuestados para esta acción:

Tabla 36 Gasto de Ventas

GASTO DE VENTAS	
Descripción	Anual
Sueldos	12.242,40
Plan de Marketing	6.500,00
Costo combustible y mantenimiento vehículo	1.253,25
Importación de cristal plano de construcción	153.770,40
TOTAL	173.744,05

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.7. Capital de trabajo

Para que inicie Comercial Vera con este tipo de proyecto, y que pueda cumplir con las obligaciones hacia terceros, es necesario que cuente con un capital de trabajo con un tiempo de 3 meses, en la tabla siguiente se detallan los requerimientos:

Tabla 37 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Descripción	3 meses
Sueldos	3.060,60
Costo combustible y mantenimiento vehículo	313,31
Plan de Marketing	1.625,00
Materia Prima Directa (importación)	38.442,60
TOTAL	43.441,51

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.8. Resumen de inversiones

En la tabla que se muestra, se detalla de manera resumida las inversiones que son necesarias para determinar la factibilidad del proyecto de importación:

Tabla 38 Resumen de Inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES	
INVERSIÓN TOTAL	Valor USD
Inversión en Activos Tangibles	22.770,00
Capital de Trabajo	43.441,51
Total Inversión Inicial	66.211,51

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.9. Financiamiento

Para cubrir con los gastos de inversión requeridos, la empresa Comercial Vera financiará el total de la inversión de la manera que se detalla en el cuadro correspondiente:

Tabla 39 Inversión

% INVERSIÓN		
Descripción	Valor	Porcentaje
Recursos propios	39.726,91	60%
Financiamiento	26.484,60	40%
Total	66.211,51	100%

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Tabla 40 Tabla de pagos

TABLA DE PAGOS				
Periodo de pago:		Anual	Mensual	
Monto:		26.484,60	441,41	
Plazo (años):		5	60	
Periodo de gracia (años):		0	0	
Tasa de interés (anual):		11,20%	0,93%	
Periodo	Principal	Interés	Amortización	Cuota
1	26.484,60	247,19	441,41	688,60
2	26.043,19	243,07	441,41	684,48
3	25.601,78	238,95	441,41	680,36
4	25.160,37	234,83	441,41	676,24
5	24.718,96	230,71	441,41	672,12
6	24.277,55	226,59	441,41	668,00
7	23.836,14	222,47	441,41	663,88
8	23.394,73	218,35	441,41	659,76
9	22.953,32	214,23	441,41	655,64
10	22.511,91	210,11	441,41	651,52
11	22.070,50	205,99	441,41	647,40
12	21.629,09	201,87	441,41	643,28

13	21.187,68	197,75	441,41	639,16
14	20.746,27	193,63	441,41	635,04
15	20.304,86	189,51	441,41	630,92
16	19.863,45	185,39	441,41	626,80
17	19.422,04	181,27	441,41	622,68
18	18.980,63	177,15	441,41	618,56
19	18.539,22	173,03	441,41	614,44
20	18.097,81	168,91	441,41	610,32
21	17.656,40	164,79	441,41	606,20
22	17.214,99	160,67	441,41	602,08
23	16.773,58	156,55	441,41	597,96
24	16.332,17	152,43	441,41	593,84
25	15.890,76	148,31	441,41	589,72
26	15.449,35	144,19	441,41	585,60
27	15.007,94	140,07	441,41	581,48
28	14.566,53	135,95	441,41	577,36
29	14.125,12	131,83	441,41	573,24
30	13.683,71	127,71	441,41	569,12
31	13.242,30	123,59	441,41	565,00
32	12.800,89	119,47	441,41	560,89
33	12.359,48	115,36	441,41	556,77
34	11.918,07	111,24	441,41	552,65
35	11.476,66	107,12	441,41	548,53
36	11.035,25	103,00	441,41	544,41
37	10.593,84	98,88	441,41	540,29
38	10.152,43	94,76	441,41	536,17
39	9.711,02	90,64	441,41	532,05
40	9.269,61	86,52	441,41	527,93
41	8.828,20	82,40	441,41	523,81
42	8.386,79	78,28	441,41	519,69
43	7.945,38	74,16	441,41	515,57
44	7.503,97	70,04	441,41	511,45
45	7.062,56	65,92	441,41	507,33
46	6.621,15	61,80	441,41	503,21
47	6.179,74	57,68	441,41	499,09
48	5.738,33	53,56	441,41	494,97
49	5.296,92	49,44	441,41	490,85
50	4.855,51	45,32	441,41	486,73
51	4.414,10	41,20	441,41	482,61
52	3.972,69	37,08	441,41	478,49
53	3.531,28	32,96	441,41	474,37
54	3.089,87	28,84	441,41	470,25
55	2.648,46	24,72	441,41	466,13

56	2.207,05	20,60	441,41	462,01
57	1.765,64	16,48	441,41	457,89
58	1.324,23	12,36	441,41	453,77
59	882,82	8,24	441,41	449,65
60	441,41	4,12	441,41	445,53
TOTAL	7.539,28	26.484,60		-

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.10. Egresos

Los gastos a los que la empresa Comercial Vera incurrirá durante el proceso de importación y comercialización de cristal plano en la ciudad de Riobamba, se reflejan en el cuadro posterior, para lo cual se ha considerado oportuno realizar una proyección a 5 años, con una tasa de inflación del 0,66% cifras acorde a lo analizado por el Banco Central del Ecuador en el período octubre 2016- octubre 2017.

Tabla 41 Egresos

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS					
Concepto	Año				
	1	2	3	4	5
Descripción					
Gasto de Ventas	173.766,05	176.023,71	177.176,66	178.337,17	179.505,28
Sueldo vendedor	12.242,40	13.442,08	13.530,13	13.618,75	13.707,95
Costo combustible y mantenimiento vehículo	1.253,25	1.261,45	1.269,72	1.278,03	1.286,40
Plan de Marketing	6.500,00	6.542,58	6.585,43	6.628,56	6.671,98
Importación de cristal plano de construcción	153.770,40	154.777,60	155.791,39	156.811,82	157.838,94
Gastos Financieros	2.694,37	2.101,11	1.507,86	914,60	321,35
Intereses Financiamiento	2.694,37	2.101,11	1.507,86	914,60	321,35
Total Egresos	176.460,41	178.124,82	178.684,52	179.251,77	179.826,62

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.11. Ingresos

A continuación, se muestra la proyección de ingresos que se prevé obtener con la venta de cristal plano en la ciudad de Riobamba

Tabla 42 Ingresos

INGRESOS						
Descripción	Costo promedio	Margen de utilidad por motor	Precio por motor	Estimado de motores por mes	Total ingreso mensual USD	Total ingreso anual USD
CRISTAL PLANO	7,80	10,00%	8,58	1.885	16.173,30	194.079,60

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Hoja de costos

Tabla 43 Hoja de costos

HOJA DE COSTOS	
DETALLE	VALOR MENSUAL
COSTOS FIJOS	
Sueldo vendedor mensual	1.020,20
Combustibles y lubricantes mensual	104,44
Plan de Marketing mensual	541,67
Intereses financieros mensual	441,37
Materia prima directa mensual	1.885,42
COSTO FIJO UNITARIO	1,00
COSTOS VARIABLES	
Importación cristal plano mensual	12.814,20
Materia prima directa mensual	1.885,42
COSTO VARIABLE UNITARIO	6,80
COSTO UNITARIO	
Costo fijo unitario	1,00
Costo variable unitario	6,80
COSTO TOTAL UNITARIO	7,80
Margen utilidad por m ²	10%
PRECIO DE VENTA	8,58

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.12. Estados financieros

Los estados financieros que se elaboraron en base a los datos obtenidos son:

- Balance General
- Estado de Resultados

A continuación, se presenta detalladamente cada uno de ellos:

4.5.12.1. Balance General

Tabla 44 Balance General

BALANCE GENERAL INICIAL					
ACTIVOS			PASIVOS		
Activo Corriente		43.441,51	Pasivo no corriente		26.484,60
Caja/Bancos	43.441,51		Préstamo Bancario	26.484,60	
Activo no corriente		22.770,00			
Adecuaciones	1.000,00				
Muebles y enseres	770,00				
Equipo de cómputo	1.000,00				
Vehículo	20.000,00		Patrimonio		39.726,91
			Capital Social	39.726,91	
TOTAL ACTIVOS		66.211,51	TOTAL PAS.+ PAT.	66.211,51	66.211,51

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.12.2. Estado de Resultados

Tabla 45 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)Ingreso de operación	194.079,60	203.783,58	213.972,76	224.671,40	235.904,97
(-)Costos de operación	173.766,05	176.023,71	177.176,66	178.337,17	179.505,28
(-)Costos financieros	2.694,37	2.101,11	1.507,86	914,60	321,35
(=)Utilidad antes de impuestos y participación	17.619,19	25.658,76	35.288,24	45.419,63	56.078,34
(-)15% reparto utilidad trab.	2.642,88	3.848,81	5.293,24	6.812,94	8.411,75
(=)Utilidad antes de impuestos	14.976,31	21.809,95	29.995,01	38.606,68	47.666,59
(-)22% Impuesto a la Renta	3.294,79	4.798,19	6.598,90	8.493,47	10.486,65
(=)Utilidad antes de reservas	11.681,52	17.011,76	23.396,10	30.113,21	37.179,94
(-)5% Reserva de Capital	584,08	850,59	1.169,81	1.505,66	1.859,00
(=)Utilidad Neta	11.097,45	16.161,17	22.226,30	28.607,55	35.320,94

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.12.3. Estado de Flujo de Efectivo

Tabla 46 Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)Ingreso de operación	0,00	194.079,60	203.783,58	213.972,76	224.671,40	235.904,97
(-)Costos de operación	0,00	173.766,05	176.023,71	177.176,66	178.337,17	179.505,28
(+)Depreciaciones	0,00	3.581,52	3.581,52	3.581,52	3.359,30	3.359,30

(-)Costos financieros	0,00	7.991,29	7.398,03	6.903,65	6.211,52	5.618,27
(=)Utilidad antes de impuestos y participación	0,00	8.740,74	16.780,32	26.310,92	36.763,41	47.422,12
(-)15% reparto utilidad trab.	0,00	1.311,11	2.517,05	3.946,64	5.514,51	7.113,32
(=)Utilidad antes de Impuestos	0,00	7.429,63	14.263,27	22.364,28	31.248,90	40.308,80
22% Impuesto a la Renta	0,00	1.634,52	3.137,92	4.920,14	6.874,76	8.867,94
(=)Utilidad antes de reservas	0,00	5.795,11	11.125,35	17.444,14	24.374,14	31.440,87
5% Reserva de Capital	0,00	289,76	556,27	872,21	1.218,71	1.572,04
(=)Utilidad Neta	0,00	5.505,36	10.569,08	16.571,93	23.155,43	29.868,82
(-)Capital de trabajo	43.441,51	43.441,51	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Recuperación capital de trabajo	0,00	43.441,51	0,00	0,00	0,00	0,00
(+)Depreciación	0,00	3.581,52	3.581,52	3.581,52	3.359,30	3.359,30
(-)Inversión activos	22.770,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)Reinversión de activos	0,00	0,00	0,00	1.000,00	0,00	20.000,00
(+)Valor de rescate de activo	0,00	0,00	0,00	333,33	0,00	4.000,00
(=)Flujo neto generado	-66.211,51	9.086,88	14.150,61	19.486,79	26.514,73	17.228,12

Elaborado por: Ibeth Sandoval

4.5.13. Evaluación financiera

Por medio de la utilización de indicadores financieros, se pretende determinar la viabilidad del proyecto de importación de cristal plano para Comercial Vera, para lo cual es necesario realizar los cálculos de:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Periodo de Recuperación de Capital (PRC)
- Costo/Beneficio

4.5.13.1. Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del VAN se debe utilizar la fórmula que a continuación se establece:

$$VPN = I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{FC}{(1+i)^n}$$

Tabla 47 VAN

Valor Actual Neto (VAN)	
Tasa descuento	7,81%
Años	Flujos
Inversión	-66.211,51
Año 1	9.086,88
Año 2	14.150,61
Año 3	19.486,79
Año 4	26.514,73
Año 5	17.228,12
VAN	67.606,59

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Al calcular el valor neto, se obtiene que luego de traídos los flujos a valor presente > 0 , con un valor de \$67.606,59; resulta viable la propuesta planteada.

4.5.13.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para la Tasa Interna de Retorno se debe utilizar la fórmula:

$$TIR = i1 + (i2 - i1) \frac{VAN1}{(VAN1 - VAN2)}$$

Tabla 48 TIR

Tasa Interna de Retorno (TIR)	
Años	Flujos
Tasa descuento	7,81%
Inversión	-66.211,51
Año 1	9.086,88
Año 2	14.150,61
Año 3	19.486,79
Año 4	26.514,73
Año 5	17.228,12
TIR	8,52%

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Se observa que la TIR es de 8,52% lo que demuestra una vez más la viabilidad del proyecto de importación.

4.5.13.3. Periodo de Recuperación del Capital (PRC)

Tabla 49 Periodo de recuperación

Inversión USD		66.211,51	
Tiempo	Flujo de Fondos	Valor USD	Acumulación de Flujos
Año 1	Flujo de Fondos 1	9.086,88	9.086,88
Año 2	Flujo de Fondos 2	14.150,61	23.237,49
Año 3	Flujo de Fondos 3	19.486,79	42.724,28
Año 4	Flujo de Fondos 4	26.514,73	69.239,01
Año 5	Flujo de Fondos 5	17.228,12	86.467,13
PRC 3 AÑO Y 11 MESES			

Elaborado por: Ibeth Sandoval

Se estima que se recuperará el capital en un tiempo estimado de 3 años y 11 meses, lo cual demuestra la viabilidad del proyecto

4.5.13.4. Relación Costo Beneficio

Tabla 50 Relación Costo-Beneficio

Años	Flujos
Año 1	9.086,88
Año 2	14.150,61
Año 3	19.486,79
Año 4	26.514,73
Año 5	17.228,12
Total	86.467,13
Inversión	66.211,51
Beneficio/Costo	1,31

Elaborado por: Ibeth Sandoval

A través de este resultado se concluye que por cada dólar invertido en la importación de cristal plano de construcción la empresa Comercial Vera genera treinta y un centavos de ganancia; resultando apreciado por la organización

Por medio del análisis de cada uno de los indicadores se observa la viabilidad de realizar una importación anual para que Comercial Vera comercialice cristal plano de construcción.

CONCLUSIONES

- La elaboración y sustentación teórica de los temas a tratar en la investigación presentada se fundamentó en la investigación documental, cuyas fuentes de información fueron libros, revistas, artículos científicos, publicaciones gubernamentales, entre otras; de manera que se buscó generar mayor realce al estado del arte por medio de la utilización de fuentes informativas actualizadas y relevantes a nivel académico.
- De acuerdo al estudio de mercado realizado con la aplicación de la respectiva encuesta se concluye que en el mercado local existe demanda de cristal plano de construcción, ya que debido al crecimiento del sector de la construcción, este es un material que se utiliza con gran regularidad; en cuanto a los proveedores la principal competencia son las comercializadoras de vidrios que se ubican en la Panamericana Norte, sin embargo con el proceso de importación los costos de este material disminuyeron para Comercial Vera, encontrándose en un nivel altamente competitivo.
- Para la elaboración del proyecto de importación se han establecido cuatro estudios fundamental, estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera; a través de cada uno de los elementos referidos se estableció la cantidad necesaria de importación, así también la logística para realizar el proceso; y sobre todo se determinó la factibilidad económica a través de la utilización de indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de recuperación y Relación Costo/Beneficio; cada uno de los indicadores demostraron la viabilidad para la implementación del plan en mención.

RECOMENDACIONES

- Es necesario que las investigaciones sean realizadas de manera correcta, ya que las mismas sirven como fuentes de referencia para futuras investigaciones con una temática similar, por lo tanto se sugiere al investigador, utilizar fuentes de consultas actualizadas y verídicas, generando de esta forma mayor valor al estudio realizado.
- Es fundamental que los directivos de Comercial Vera, realicen estudios de mercados con frecuencia de manera que se pueda proyectar niveles de venta, que permitirá contar con el stock necesario para cumplir con los requerimientos de la demanda, de manera que se fidelicen y se mantenga satisfechos a los clientes.
- Se sugiere realizar el respectivo análisis del proyecto de importación de cristal plano para construcción presentado, con el fin de que el mismo sea implementado por la empresa, de manera que se ofrezca este material a precios más bajos que los de la competencia, lo que se reflejará en el nivel de ingresos obtenidos.

BIBLIOGRAFÍA

- Ander, E. (2002). *Introducción a la planificación* . Buenos Aires : Lumen.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme C.A.
- Armijos, R. (2014). *Manual general para importadores Ecuador 2014*. Quito: Reiarm
- Ayala, S. (2006). *Desarrollo regional. Primera aproximación el caso Guanajuato* . Guanajuato : Delegación General de la Secretaría de Educación Pública en el Estado de Guanajuato .
- Barbagalio, J. (2005). *La comercialización* . Buenos Aires: Universidad Nacional del Nordeste.
- Barquero, J., Rodríguez, C. ., & Huertas, F. (2007). *Marketing de clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* Madrid: McGraw-Hill.
- Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados* . México: Pearson.
- Blake, O. (1982). *Diccionario de planeación y planificación* . México: Edicol.
- Boutet, M., & Jacobo, G. (2005). *El vidrio en la construcción y su aplicación en equipamiento urbano de interés social de la Región NEA, según principios de arquitectura bioclimática*. España: Comunicaciones científicas y tecnológicas .
- Browne, A. (2016). *Importación paso a paso* Recuperado de: https://www.browne.cl/inf_practica/importar/importar2.html
- Burgas, M. J. (2011). *Importancia de las relaciones comerciales entre las Repúblicas de China y Ecuador 2005-2010*. (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil) Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1362/1/JENNIFER%20GABRIELA%20BURGA%20MAT%C3%8DAS.pdf>
- Cabrera, E. (2011). *Política arancelaria del Ecuador y su incidencia en el comercio exterior 2008-2010*. (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil) Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redPol%C3%ADtica%20Arancelaria%20d>

el%20Ecuador%20y%20su%20incidencia%20en%20el%20Comercio%20Exterior%202008-2010.ug/1362/1/JENNIFER%20GABRIELA%20BURGA%20MAT%20C3%8DA S.pdf

Canales, R. (2015). Criterios para la toma de decisión de inversiones . *Revista electrónica de Investigación en Ciencias Económicas* , 102-117.

Cárdenas, S. (2015). *Balanza comercial del Ecuador en tiempos de dolarización* . (Tesis de pregrado, Universidad Espíritu Santo) Recuperado de: <http://www.uees.edu.ec/dolarizacion/pdf/1/3-Conf-Sebastian-Cardenas-190115.pdf> .

Carvajal, L. (2013). *Método deductivo*. Recuperado de: <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>

Case, K., & Fair, R. (2005). *Principios de la microeconomía*. México: Pearson.

Cisneros, L. (2011). *Importación de bisutería desde Hong Kong-China hacia Quito-Ecuador vía aérea bajo regimen 10*. (Tesis de pregrado, Escuela Politécnica del Ejército) Recuperado de: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4133/1/T-ESPE-057061.pdf>.

Código Orgánico de la Producción, Comercio y Productividad. (2013). *Medidas no arancelarias del comercio exterior*. Recuperado de: <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>.

COMEXI. (2016). *Informe Ecuador importaciones NCE vidrio y sus manufacturas*. Recuperado de de <http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Ecuador/vidrio-y-sus-manufacturas/EC/70>

COMEXI. (2014). *Ministerio de comercio exterior*. Recuperado de: <http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Boletin-Julio-y-Agosto-Actualizado.pdf>

Comunidad de comercio exterior (2015). *Declaración aduanera*. Recuperado de: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/declaracion-aduanera-de-importacion-dai>

- Diccionario de Finanzas . (s.f.). *Eco-finanzas*. Recuperado de: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TARIFA.htm>
- Dorta, P. (2013). *Transporte y logística internacional* . Gran Canaria: Universidad de las Palmas de Gran Canaria.
- Ecovidrio. (s.f.). *Origen e historia del vidrio*. Recuperado de <http://www.ecovidrio.es/BlankSite/media/Docs/Historia-vidrio.pdf?ext=.pdf>
- Fernández, N. (2005). *Manual de proyectos* . Sevilla: Junta de Andalucía .
- Fisher, D. (1987). *Economía: macroeconomía y microeconomía*. Mexico: McGraw-Hill.
- Fontano, A. (2015). *Capital de trabajo: la importancia de tener los conceptos claros*. Recuperado de: <https://pad.edu/wp-content/uploads/2012/01/Capital-de-trabajo-La-importancia-de-tener-los-conceptos-claros.pdf>
- INEC. (2012). *La industria de la construcción es el mayor empleador del mundo* .Quito: InfoEconomía.
- Instituto de Promoción de Exportadores e Inversiones . (s.f.). *Barreras arancelarias* . Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-barreras-arancelarias/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Fascículo provincial Chimborazo*. Quito: Equipo de Comunicación y Análisis del Censo de Población y Vivienda Ecuador.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de mercadotecnia*. Madrid: Pearson .
- Ley de Regimen Tributario Interno . (2015). *Título Segundo Impuesto al Valor Agregado, Capítulo I Objeto del impuesto*. Recuperado de: www.sri.gob.ec/BibliotecaPortalet/descargar/cbac1cfa-7546.../20151228+LRTI.pdf
- Luna, D., & Chaves, R. (2001). *Estudio de factibilidad*. Petén: Proarca.
- Llumipanta, G., & Ortega, V. (2013). *Diseño de un sistema de procedimientos administrativos, financieros y contables, para el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las actividades de importación y exportación de mercaderías en el Ecuador* . (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica

Salesiana Sede Quito) Recuperado de:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5279/1/UPS-QT03767.pdf> .

Malhotra, N. (1997). *Metodología de la investigación* . México: Pearson .

McCarthy, J., & Perreault, W. (1987). *Comercialización, un enfoque gerencial*. México: El Ateneo.

Meigs, R., Williams, J., Hake, S., & Bettner, M. (2003). *Contabilidad 11a ed.*. Bogotá: McGraw-Hill.

Molina, A. (2011). *Logística internacional* . Madrid: Pearson

Mora, O. (2011). *Las importaciones de calzado desde la República Popular China hacia el Ecuador, período 2009-2010*. (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil) Recuperado de:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2352/1/Mora%20Orodo%C3%B1ez%20Genaro%20Bolivar.pdf>.

Morris, P. (2008). Cleland and King: management and the systems approach . *International Journal of managing projects in business* .

Moya, M. J. (2003). *Elementos de finanzas públicas y derecho tributario* . Caracas: Pearson

Navas, A. (2009). *Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente*. *Revista venezolana de Gerencia* , 606-628.

Nelson, C. (2010). *Manual de importaciones y exportaciones*. México: Prentice Hall.

Nora, G., López, E., Aceves, J., Celaya, R., & Beltrán, N. (2010). *¿Qué integra el estudio financiero en un plan de negocios?* *Revista venezolana de gestión*.

OMC. (2016). *Tarifas* . Recuperado de:
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm

Orjuela, S., Sandoval, P., & Sapag, N. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos* (Tesis de pregrado, Universidad de Chile) Recuperado de:
https://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf .

- Padilla, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos* . Bogotá: Ecoe.
- Parella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas: Fedupel.
- PROEcuador (2016). *Inversiones en Ecuador* Recuperado de: <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>
- Real Academia de la Lengua Española (2017) *Diccionario de la lengua Española*. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=UFbxsxz>
- Rivas, H. (2009). *Legislación aduanera Venezuela* . Caracas: Volumen.
- Rodriguez, C. (31 de 07 de 2012). *Comercio internacional*. Recuperado de: http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Comercio_internacional.pdf
- Romero, J. (2010). *Principios de contabilidad 4a ed.* México : McGraw-Hill.
- Sánchez, A. (2014). *Desaduanización* . Recuperado de: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/desaduanizaci-n>
- Sánchez, U. (2006). *Modelos y esquemas de comunicación*. Medellín: Pearson
- Sapag, C. (1995). *Preparación y evaluación de proyectos* . Bogotá: McGraw-Hill.
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2016). *Proceso de nacionalización de mercancías*. Quito: SENAE.
- SRI. (2017). *Importador*. Recuperado de: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/voy-a-iniciar-mi-negocio>
- Tejera, J. (2010). *Fundamentos de análisis económicos* . Recuperado de: <http://ocw.um.es/ciencias/introduccion-a-la-economia/material-de-clase-1/introducc-economia-rrll-y-rrhh-diapositivas-tema-5-ocw-1p.pdf>
- Tirado, D. (2009). *La demanda, la oferta y el mercado. Aplicaciones* . México : Pearson.
- Tratado de derecho comunitario europeo*. (1986). Madrid: Civitas.