



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA DE INGENIERÍA FINANCIERA Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación.

Previo la Obtención del Título de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

**PROYECTO DE IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FILTROS
MARCA: ADVANCE, PARA LA EMPRESA “COMERCIAL GARCES”, UBICADA
EN EL CANTÓN QUERO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA,
DESDE BEIJING – CHINA, EN EL PERIODO 2018-2019.**

AUTOR:

GARCÉS REAL, ALEX HERNÁN

Riobamba - Ecuador

2019

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido desarrollado por la Sr. Garcés Real, Alex Hernán, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez abalizado su contenido, se autoriza su presentación.

Lcdo. Víctor Gabriel Avalos Peñafiel
DIRECTOR

Ing. Gerardo Luis Lara Noriega
MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Garcés Real, Alex Hernán, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 05 de julio de 2019.

Garcés Real, Alex Hernán

C.I. 180399646-9

DEDICATORIA

Esta tesis es una parte de mi vida y comienzo de nuevos retos que la dedico a toda mi familia en especial a mis padres y mi hermana, Hernán Garcés, Elvia Real y Andrea Garcés quienes siempre confiaron en mí, me apoyaron en todo y me dieron fuerzas para salir adelante y culminar mis estudios. También dedico esta tesis a toda mi familia materna y paterna, quienes son parte fundamental de mi vida.

Además, dedico esta tesis a mi querida novia Paola Buenaño quien me ha acompañado durante toda mi carrera universitaria, con su apoyo incondicional. Y finalmente dedico esta tesis a todos mis conocidos, amigos, compañeros y en especial a toda esa linda gente de mi querido Quero pueblo donde nací.

Garcés Real, Alex Hernán

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme la bendición de haber nacido y creado todo y regalarnos el don de crear nuevas ideas y por llenarnos de sabiduría en momentos difíciles.

A mis padres y hermana por haber estado presente en mi vida, apoyándome y guiándome por el buen camino.

A mis profesores por guiarme en esta etapa como estudiante, por enseñarme lo que saben y contarnos sus experiencias en la vida profesional, por corregirme en mis errores y además por despejar mis dudas.

A todos los servidores de la ESPOCH, además de mi Facultad de Administración De Empresas que gracias a sus funciones me ayudaron a cumplir mis metas.

A mis amigos y compañeros de clases, quienes me brindaron su apoyo incondicional y su sincera amistad durante estos 5 años que no olvidare.

Garcés Real, Alex Hernán

TABLA DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	xi
Índice de gráficos	xiii
Índice de figuras	xv
Resumen	xvi
Abstract	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: EL PROBLEMA	2
1.1. Planteamiento del Problema.	2
1.2. Formulación del Problema.....	3
1.2.1. Delimitación del Problema.	3
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	3
1.4. OBJETIVOS	7
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.	7
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	8
2.1 Antecedentes investigativos	8
2.1.1. Reseña Histórica de La Empresa.	8
2.2. Fundamentación Teórica	10
2.2.1. Comercio Internacional	10
2.2.2. Balanza de pagos	10
2.2.3. Balanza comercial.....	12
2.2.4. Importancia de las Importaciones desde China	13
2.2.5. Ventajas de las importaciones	14
2.2.6. Desventajas de las importaciones	14
2.2.7. Relación comercial Ecuador - China	14

2.2.8. Financiamiento de importación	16
2.2.8. República Popular China	16
2.2.9. Procedimiento de Importación.....	17
2.2.10. Canales de distribución y comercialización	17
2.2.11. Según la longitud del canal.....	18
2.2.12. Según su forma de distribución.	18
2.2.13. Importar el producto correcto	19
2.2.13.1. Producto de interés	19
2.2.14. Trámites y Documentos de Importación	20
2.2.14.1. Registro de Importador.....	20
2.2.14.2. Autorizaciones Previas	21
2.2.14.3. Certificados de Conformidad con Norma Técnica	21
2.2.14.4. Certificado de Origen	21
2.2.14.5. Declaración de Importación (DUI) y Visto Bueno.....	22
2.2.14.6. Plazo de Validez del DUI	22
2.2.14.7. Límites de Tolerancia:	22
2.2.14.8. Inspección previa al embarque de las mercaderías en el exterior:	23
2.2.14.9. Tributos a las Importaciones:	23
2.2.14.10 Tasas por servicios aduaneros:	24
2.2.14.11. Desaduanización.....	25
2.2.14.12. Metodología tradicional de evaluación de proveedores	26
2.2.15. Doble tributación	29
2.2.16. Comercialización	35
2.2.16.1 EL departamento de Comercialización.....	35
2.2. MARCO CONCEPTUAL	36
2.3.1. Importación.....	36
2.3.2. Globalización.....	36
2.3.3. Economía.....	36
2.3.4. Comercio exterior.....	37

2.3.5. Muestra	37
2.3.6. Encuestas	37
2.3.7. Planeación.....	37
2.3.8. Aranceles	37
2.3.9. Seguros	38
2.3.10 Embarque.....	39
2.3.11. Requisitos de importación	40
2.4. Idea a defender.....	40
2.4.1. General.	40
2.4.3. Variables.....	40
2.4.3.1. Variable Independiente.....	41
2.4.3.1. Variable Dependiente.	41
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	41
3.1 Modalidad de la Investigación.....	41
3.2. Tipos de investigación.....	41
3.3. Métodos, Técnicas e Instrumentos.	42
3.3.1. Métodos	42
3.3.2. Técnicas.....	43
3.3.2. Instrumentos	43
3.4. Campo de Acción:	43
3.5. Población y muestra.	43
3.5.1. Muestra	44
3.5.2 Encuesta.....	44
CAPITULO IV: MARCO PRPOSITIVO.....	68
4.1. Implementación de la propuesta	68
4.1.1 Contenido	68
4.1.2. Ubicación Geográfica de la Empresa	69
4.2. Flujo grama del proceso de importación	70
4.3. Tipos de Incoterm.....	71
4.3.1. Selección del Incoterms.....	72
4.3.2. Obligaciones de las partes.	72

4.3.2.1. Exportador	72
4.3.2.2. Importador	73
4.3.2.3. Contenedor seco o Dry Van.....	74
4.3.3. Régimen de Importación	75
4.4. Requisitos para ser Importador.....	76
4.5. IMPORTACIÓN	78
4.5.1. Requisitos	78
4.5.2. Registro en ECUAPASS	79
4.5.3. Documentos para importar	80
4.5.3.1. Documentos de acompañamiento.....	80
4.5.3.2. Documentos de soporte	81
4.5.3.3. Proforma	81
4.5.3.4. Factura comercial	81
4.5.3.5. Certificado de origen	82
4.6. Proceso de desaduanización	82
4.7. Canal de aforo.....	83
4.7.1. Canal de Aforo Automático.....	84
4.7.2. Canal de Aforo Electrónico	84
4.7.3. Canal de aforo documental	84
4.8. Comercialización	85
4.8.1 Objetivos.....	85
4.8.2. Descripción del producto.....	85
4.8.1.2. Presentación.....	85
4.8.1.3. Modelo AO-8.....	85
4.8.1.4. Planos y Características	86
4.8.1.5. Modelo AO-5190.....	88
4.8.1.6. Planos y Características	88
4.8.1.7. Precio.....	89
4.8.1.8. Publicidad	90

4.9. Estados.....	90
4.9.1 Estado de Resultado	90
4.9.2. Balance General.....	92
4.9.3. Nivel de Crecimiento.....	94
4.9.4. Proyecciones.....	95
4.9.5. Evaluación Financiera Global	97
4.9.6. Flujo de efectivo neto	97
4.9.7. Tasa Interna de retorno.....	97
4.10. Interpretación de la inversión de la importación	98
4.10.1 Valor Actual Neto.....	98
4.10.2 Flujos de efectivo	98
4.10.3 Tasa Interna de Retorno.....	99
CONCLUSIONES.....	100
RECOMENDACIONES	101
Bibliografía	

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1-2: Balanza de Pagos	11
Tabla 2-2: Balanza comercial importaciones.	13
Tabla 3-2: Productos de exportación e importación	15
Tabla 4-2: Atributos evaluados en proveedores	28
Tabla 5-2: Convenios	30
Tabla 6-2: La notificación de documentos se realizará de manera electrónica.....	32
Tabla 7-3 Población del personal de la empresa Comercial Garcés.....	43
Tabla 8-3: Pregunta 1	48
Tabla 9-3: Pregunta 2	49
Tabla 10-3: Pregunta 3	50
Tabla 11-3: Pregunta 4	51
Tabla 12-3: Pregunta 5	52
Tabla 13-3: Pregunta 6	53
Tabla 14-3: Pregunta 7	54
Tabla 15-3: Pregunta 8	55
Tabla 16-3: Pregunta 9	56
Tabla 17-3: Pregunta 10	57
Tabla 18-3: Pregunta 1	58

Tabla 19-3: Pregunta 2	59
Tabla 20-3: Pregunta 3	60
Tabla 21-3: Pregunta 4	61
Tabla 22-3: Pregunta 5	62
Tabla 23-3: Pregunta 6	63
Tabla 24-3: Pregunta 7	64
Tabla 25-3: Pregunta 8	65
Tabla 26-3: Pregunta 9	66
Tabla 27-3: Pregunta 10	67
Tabla 28-4: Proceso de Desaduanizacion	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Grafico 1-2: Procedimiento de Importación.....	17
Grafico 2-3: Conoce usted la empresa.....	49
Grafico 3-3: Preferencia de marca de Filtros	50
Grafico 4-3: Características que influyen en la compra	51
Grafico 5-3: Probaría un nuevo filtro	52
Grafico 6-3: Marca de filtros Advance.....	53
Grafico 7-3: Adquisición de un producto chino	54
Grafico 8-3: Sitios de Venta.....	55
Grafico 9-3: Información sobre el producto.....	56
Grafico 10-3: Recomendación de la marca	57
Grafico 11-3: Presentación del producto.....	58
Grafico 12-3: Existencia de procesos de Importación.....	59
Grafico 13-3: Procesos de importación en curso.....	60
Grafico 14-3: Interes en importar Filtros.....	61
Grafico 15-3: Productos a importar	62
Grafico 16-3: Tiempos de importación	63
Grafico 17-3: Forma de pago	64
Grafico 18-3: Dificultad al importar	65

Grafico 19-3: Opinión de productos chinos	66
Grafico 20-3: Otros lugares de venta	67
Grafico 21-3: Conocimientos en importación	68
Grafico 22-4: Procedimiento de exportación.....	70
Grafico 23-4: Transferencia de responsabilidades	74
Grafico 24-4: Procedimiento para registro en ECUAPASS	79
Grafico 25-4: Crecimiento de Utilidad.....	94

INDICEN DE FIGURAS

Figura 1-2: Convenios con el Ecuador	30
Figura 2-4: Modelo de Filtro A0-8.....	86
Figura 3-4: Plano.....	86
Figura 4-4: Modelo AO-5190	88
Figura 5-4: Características	88

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de titulación fue realizar un proyecto de importación y comercialización de filtros marca Advance, para la empresa “Comercial Garces”, ubicada en el cantón Quero, provincia de Tungurahua, desde Beijing – China, en el periodo 2018-2019; este trabajo investigativo fue de tipo mixto, descriptivo, explicativo, correlacional y finalmente bibliográfico documental, para los respectivos estudios se trabajó con un población de 508 personas calculo una muestra de 219, la herramientas utilizada en la recolección dela información fue la encuesta, con las cuales se pudo determinar el interés de la población en la adquisición de los filtros a ser importados garantizando un crecimiento en la demanda por el producto. Para el proceso de importación se determinó como proveedor a la empresa Meiruier Fliter la cual por su experiencia es garantía y se determinó los requerimientos necesarios para cumplir con el perfil de importador; la cantidad inicial para el proyecto de importación fue de 20000 unidades de filtros a un costo inicial de 1.40 incluido el transporte hasta el puerto y su desembarque en Ecuador, siendo la inversión para el primer año de 28000 dólares. El estudio financiero nos demuestra que el proyecto es rentable ya que el flujo de efectivo proyectado muestra un incremento sostenido en las utilidades además de que el VAN positivo y un TIR de 92% nos indican que la inversión está garantizada ya que se recuperará en un periodo corto de tiempo y producirá un redito económico muy elevado. Por lo que se concluye que esta inversión es muy rentable debido a las facilidades para importar productos desde el mercado chino hacia Ecuador además de presentar una inversión inicial muy accesible para introducir un producto competitivo dentro del mercado, por lo que se recomienda aplicar el plan de importación de forma muy rigurosa, con la finalidad de cumplir con los principios de eficia eficacia y economía.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <COMERCIO EXTERIOR>, <PLAN DE IMPORTACIÓN>, <IMPORTACIÓN DE BIENES>, <CHINA>, <FLUJO DE IMPORTACIÓN>.

ABSTRACT

The objective of the present degree thesis was to carry out an import and commercialization project of Advance brand filters, for the company "Comercial Garces", located in Cantón Quero, province of Tungurahua, from Beijing - China, in the period 2018-2019; this research work was mixed, descriptive, explanatory, correlational and finally bibliographic documentary, for the respective studies we worked with a population of 508 people I calculate a sample of 219, the tools used in the information relationship was the survey, with which could determine the interest of the population in the administration of the filters to be imported, guaranteeing a growth in the demand for the product. For the importation process, Meiruier Fliter was determined as supplier, which due to its experience is a guarantee and the necessary requirements were determined to comply with the importer profile; the initial amount for the import project was 20,000 filter units at an initial cost of 1.40, including transportation to the port and landing in Ecuador, with an investment of 28,000 for the first year. The financial study shows that the project is profitable since the projected cash flow shows a sustained increase in the news, in addition to the positive NPV and an IRR of 92% indicate that the investment is guaranteed as it recovers in a period short of time and will produce a very high economic redito. So it is concluded that this investment is very profitable due to the weaknesses to import products from the Chinese market to Ecuador in addition to presenting a very accessible initial investment to introduce a competitive product within the market, so it is recommended to apply the plan import in a very rigorous manner, in order to comply with the principles of efficiency and economy.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <FOREIGN TRADE>, <IMPORT PLAN>, <IMPORTATION OF GOODS>, <CHINA>, <IMPORT FLOW>.

INTRODUCCIÓN

La empresa Comercial Garcés, inician sus actividades a partir del 15 de septiembre de 1998, como un emprendimiento e idea familiar. Ubicada un pequeño local junto al parque central de la ciudad de Quero enfocándose a la venta al por menor de accesorios, partes y piezas para vehículos y presentando servicios complementarios. Con el incremento de sus ventas y el crecimiento de la cartera de crédito el nivel de productos ofertados incremento de producción nacional e internacional.

Podemos indicar no que ha existido investigaciones anteriores que tengan relación a la implementación de un proyecto de importación y comercialización integrados en la empresa por lo que es necesario indicar como mejorará la económica y calidad de los productos para la empresa De este punto parte que el presente trabajo investigativo es de tipo mixto ayudando a establecer bases conceptuales en cuanto al comercio exterior y de los procesos de importaciones establecidos por las leyes vigentes.

Utilizando encuestas las cuales fueron elaboradas al personal administrativo las que ayudaron a la recolección de información se determinó el nivel de conocimientos en procesos de importación, saber el volumen de importación necesario, y los tipos de negociación para poder elaborar los lineamientos a seguir para realizar los para el proyecto de importación

Una de las características de esta investigación es tomar al cliente como la parte fundamental para establecer sus gustos y preferencias por eso se tomó una muestra de la cartera de clientes con el objetivo tener información real de satisfacción de sus expectativas saber si recomendarían el producto importado a nuevos clientes

Con le presentación y la selección de proveedores de los productos importados se establece una comunicación directa la cual ayudara a garantizar un buen costo de adquisición y poder establecer un adecuado precio de venta al público.

CAPITULO I: EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema.

En la actualidad, se está desplegando cambios económicos, sociales, los cuales se desarrollan en gran medida por la globalización y el desarrollo tecnológico, lo que obliga a crecer a las empresas como fruto de ese inesperado crecimiento la administración y la gestión se vuelve más compleja, incrementando la competitividad provocando en adoptar nuevas estrategias con el propósito de obtener resultados en un periodo determinado.

El presente proyecto presenta la importación y comercialización el cual está diseñado para el “Comercial Garcés” una empresa dedicada a la venta de toda la gama de repuestos automotrices de calidad.

Es oportuno indicar que la empresa se encuentra en la investigación oportuna de satisfacer las necesidades de sus clientes superando sus expectativas, en forma suficiente, económica y con productos de calidad, actualmente la empresa satisface de manera restringida y con rendimientos no muy óptimos los requerimientos de sus clientes, a causa de que las compras que realiza de la marca: ADVANCE son por intermediarios lo que presenta un margen de utilidad y ganancia muy limitado.

Por tal motivo se ha propuesto importar directamente productos que comercializa para así generar un mayor margen de ganancia que le permita crecer y desarrollarse como una empresa importadora.

La empresa se propone en emprender sus procesos de importación e iniciar con una marca de un producto que presente mayor rotación y demanda como son los filtros de: aceite, aire, gasolina y diésel para todo tipo de marcas de vehículos

Bajo esta condición se ha realizado un análisis a sus clientes que indica considerablemente la propuesta de llevar a cabo un “Proyecto de importación y comercialización de filtros marca: “ADVANCE” con un proveedor chino”.

Al analizar el mercado se debe empezar por estudiar al consumidor, este es el que nos ayuda a identificar los tipos de productos que desea adquirir, para esta investigación a través de la aplicación de encuestas que se realizarán a las lubricadoras y lavadoras de autos de la ciudad de Ambato se podrá establecer si los dueños de estos establecimientos utilizan los productos ADVANCE, para determinar si estos productos cumplen con sus expectativas.

Para realizar este proyecto se obtiene información actualizada mediante el, Sistema de Rentas Internas (SRI) que proporcionó el número de lubricadoras y lavadoras de autos que existen en la ciudad de Ambato, estableciendo que esta actividad se dedican 500 establecimientos en esta ciudad.

1.2. Formulación del Problema.

¿Cómo la importación y comercialización de filtros de marca: ADVANCE, mejorara la, económica y calidad de los productos para la empresa “Comercial Garces” ubicada en el cantón Quero, provincia de Tungurahua, desde Beijing – china, en el periodo 2018-2019

1.2.1. Delimitación del Problema.

El presente proyecto investigación es realizado en la empresa “Comercial Garces” comercializadora de toda la gama de repuestos automotrices ubicada en las calles 17 de abril y Guayaquil, Parroquia Quero, del Cantón: Quero, Provincia de Tungurahua, y está diseñada para contribuir a la importación y comercialización.

1.3. JUSTIFICACIÓN.

Las importaciones son de gran importancia para la economía, ya que esta permite a los países reemplazar la inexistencia, escasez, de un bien y los altos costos, siempre cuidando

la calidad de los productos, mediante la cual se puede proveer el mercado con productos provenientes de terceros países.

Actualmente el mercado internacional se encuentra dominado por las grandes marcas las cuales, según datos de Forbes, estas son las 10 empresas que generan en ventas más de 1.5 billones de dólares en los cinco continentes, siendo las más representativas:

- 1.Volkswagen Group (Alemania) ...
- 2.Toyota Motor (Japón) ...
- 3.Daimler (Alemania)

Los cual han monopolizado la venta de los distintos repuestos que usan sus vehículos y para demás marcas en los que se los puede adaptar, siendo una parte importante de su mercado esta comercialización. La distribución de estas piezas es monopolizada por estos grupos económicos y las distintas marcas que conforman sus conglomerados. En este contexto internacional las grandes fábricas chinas han entrado con gran fuerza en este mercado. Como se puede notar con **SAIC Motor (China)** fundada en 1955 con el nombre de la Shanghai Diesel Parts Manufacturing Company, predecesora de SAIC Motor. En 2012, vendió 4.49 millones de vehículos; un crecimiento al año del 12%. La marca china mantiene importantes relaciones con General Motors y el grupo Volkswagen., encontrando en el 10 lugar del ranking antes mencionado, debido al gran incremento en las ventas de vehículos.

En el Ecuador con la entrada al mercado de vehículos fabricados en China los importadores se han diversificado en gran medida, así como también se ha incrementado su demanda.

Cuando se analizan los datos que emergen del mercado de vehículos livianos y comerciales también es posible encontrar estadísticas sorprendentes. Por ejemplo, entre los meses de enero y junio de 2018 fueron importadas un total de 48.650 unidades, mientras que durante el mismo período las compañías ensambladoras produjeron 18.576 unidades. De enero a

junio de 2018 fueron exportadas 600 unidades. Entretanto, durante los primeros siete meses del año fueron vendidas 79.979 unidades. Este incremento en el mercado pronostica una gran demanda de repuesto entre los cuales y por la idiosincrasia de nuestros caminos uno de los más solicitados son los filtros para todas las marcas. Por lo que su demanda es muy alta y el cliente se encuentra en el país con costos muy elevados, lo que incrementa el mantenimiento del vehículo.

En la provincia de Tungurahua siendo una de las pocas provincias donde se ensamblan vehículos el mercado de repuestos crece de forma exponencial ya que por su cercanía con otras ciudades como Riobamba o Latacunga la demanda es generalmente más alta que la oferta, especial en los demás cantones que se ven un poco más relegados en el ámbito económico, por lo que la Ciudad de Quero por su ubicación y la cercanía de demás puntos importantes de comercialización es el lugar idóneo para comercializar repuestos de automóviles.

El presente proyecto de importación permitirá a la empresa generar mayor oportunidad de crecimiento en referencia a ganancia y utilidades, mediante la aplicación correcta de los procesos de importación, una selección adecuada de proveedores que ayude a la integración de otras líneas de artículos que tiene dentro de su cartera de productos.

Es importante señalar que la implementación de este proyecto de importación de filtros de vehículos favorecerá también a todo el mercado automotriz de la región centro del país ya que en el momento se cuenta con una escasez del producto y los que se ofertan no son de la calidad que se requiere, esto logrará que las empresas se integren con mayor competitividad y crecimiento favorable en el cantón Quero.

La investigación tiene un gran aporte Académico ya que instala a la práctica los conocimientos obtenidos, exploración y práctica en el campo estudiantil universitario. En cuanto al aporte social permitirá a los interesados hacer uso de los resultados.

La empresa Comercial Garcés de propiedad de los Sres. Hernán Garcés y Elvia Real, inician sus actividades a partir del 15 de septiembre de 1998, como un emprendimiento o

una pequeña lubricadora producto de una idea en conjunto de este matrimonio. En ese año sus propietarios arriendan, adecuan y organizan un pequeño local junto al parque central de la ciudad de Quero enfocándose a la venta al por menor de accesorios, partes y piezas para vehículos tanto a: gasolina, diésel y maquinaria agrícola complementándolas con el servicio del cambio de aceite.

A consecuencia del incremento de sus ventas y recibiendo sugerencias de su cartera de clientes se fue incrementando el portafolio de productos como son: llantas, baterías y filtros de las principales marcas tanto nacionales como importadas para satisfacer las necesidades de nuestra clientela logrando así posicionarnos como la mejor lubricadora de la ciudad.

Con el pasar de los años la empresa ha ido cambiando y adaptándose al mercado apresuradamente ya que la competencia ha visto una oportunidad de negocio en la misma ciudad distintos emprendimientos relacionadas a brindar la misma actividad comercial. Por ello han sentido la necesidad de buscar proveedores nacionales que brinden mayores beneficios de rentabilidad y calidad en los productos que comercializan como: aceites, filtros, llantas, baterías y un sinnúmero de partes de automotores que den un valor agregado al producto logrando obtener calidad, durabilidad y garantía dentro de la cartera de productos para así poder comercializarlos a nivel nacional.

Con todos estos cambios realizados los esposos Hernán Garcés y Elvia Real en los actuales momentos con la experiencia acumulada a través de 20 años de servicio interrumpido y con el apoyo de sus dos hijos traza una nueva meta empezar el proyecto de transformarse en una Compañía Limitada enfocada a la importación de manera directa partes y piezas automotrices que generen una mayor ventaja competitiva dentro del mercado y además generar mayores ingresos y utilidades en beneficio de todos quienes conformen este nuevo proyecto.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL.

Realizar un proyecto de importación y comercialización de filtros marca: Advance, para la empresa “Comercial Garces”, ubicada en el cantón Quero, provincia de Tungurahua, desde Beijing – China, en el periodo 2018-2019.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Elaborar el marco teórico conceptual que permita el desarrollo de la investigación
- Realizar el diagnostico interno y externo de la empresa.
- Estructurar el proyecto de importación y comercialización de la empresa.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.

2.1 Antecedentes investigativos

2.1.1. Reseña Histórica de La Empresa.

La empresa Comercial Garcés de propiedad de los Sres. Hernán Garcés y Elvia Real, inician sus actividades a partir del 15 de septiembre de 1998, como un emprendimiento, una pequeña lubricadora producto de una idea en conjunto de este matrimonio. En ese año sus propietarios arriendan, adecuan y organizan un pequeño local junto al parque central de la ciudad de Quero enfocándose a la venta al por menor de accesorios, partes y piezas para vehículos tanto a: gasolina, diésel y maquinaria agrícola complementándolas con el servicio del cambio de aceite.

Desde el inicio de sus actividades tuvo la gran acogida y aceptación de todos los habitantes del cantón Quero y sus alrededores ya que en esa época no existía una lubricadora de esas características.

A consecuencia del incremento de sus ventas y recibiendo sugerencias de su cartera de clientes se fue incrementando el portafolio de productos como son: llantas, baterías y filtros de las principales marcas tanto nacionales como importadas para satisfacer las necesidades de nuestra clientela logrando así posicionarnos como la mejor lubricadora de la ciudad.

Para empezar sus actividades y brindar el servicio de cambio de aceite se contrató dos jóvenes con experiencia en lubricación aportando así a la creación de dos fuentes de trabajo al país.

La empresa Comercial Garcés empezó con un capital de 20 millones de sucres (\$800.00) dólares americanos producto de un préstamo bancario el cual se utilizó en la compra de mercadería y herramientas básicas para realizar el servicio de cambio de aceite, a pocos meses de iniciado las actividades hubo un cambio monetario en el país por esta situación se

pasó momentos difíciles que se logró superarlos en base a la constancia y la rápida adaptación al dólar americano.

Superado este cambio monetario, se produjo un fenómeno natural la erupción del Volcán Tungurahua que afectó a la mayoría de cantones de la Provincia y en particular al cantón Quero que por ser una zona agrícola sus habitantes migraron a distintas partes del país y tuvieron que abandonar sus tierras o plazas de trabajo ya que la afectación produjo crisis y nuestro emprendimiento se vio amenazado de quebrar (cierre de sus actividades). Haciendo frente a estas adversidades tanto naturales y económicas, la empresa logró mantenerse y continuar en sus actividades comerciales y de servicio dentro de la misma zona.

Con el pasar de los años la empresa ha ido cambiando y adaptándose al mercado apresuradamente ya que la competencia ha visto una oportunidad de negocio en la misma ciudad distintos emprendimientos relacionadas a brindar la misma actividad comercial. Por ello han sentido la necesidad de buscar proveedores nacionales que brinden mayores beneficios de rentabilidad y calidad en los productos que comercializan como: aceites, filtros, llantas, baterías y un sinnúmero de partes de automotores que den un valor agregado al producto logrando obtener calidad, durabilidad y garantía dentro de la cartera de productos para así poder comercializarlos a nivel nacional.

Por la amenaza de la competencia se vio en la obligación de buscar un sitio más grande para incrementar servicios y maquinaria que ayude a realizar el trabajo de una manera acorde a las exigencias de su clientela es así que adquiere un lote de 600 m² en el barrio sur en la misma ciudad, en el cual se construyó su edificio propio que consta de cuatro plantas para almacenar toda la mercadería adquirida para su posterior comercialización y distribución a su respectiva clientela.

Con todos estos cambios realizados los esposos Hernán Garcés y Elvia Real en los actuales momentos con la experiencia acumulada a través de 20 años de servicio interrumpido y con el apoyo de sus dos hijos traza una nueva meta empezar el proyecto de transformarse en una Compañía Limitada enfocada a la importación de manera directa partes y piezas automotrices que generen una mayor ventaja competitiva dentro del mercado y además

generar mayores ingresos y utilidades en beneficio de todos quienes conformen este nuevo proyecto.

2.2. Fundamentación Teórica

A través de la historia las tendencias sociales, políticas y económicas se han ubicado entre dos extremos (dicotomías). Las dicotomías entre izquierda y derecha, conservadores y liberales, comunismo y capitalismo, etc., han permeado la actuación de los agentes para tomar decisiones dependiendo de su corriente. Lo común a todas estas dicotomías consiste en que independientemente del país hay una coexistencia entre ellas y cada vez más se entrelazan relaciones a escala mundial. Lo que se ha llamado globalización es precisamente esa aceleración de interrelaciones en y entre todos los ámbitos. (Rozas Gutiérrez, 2016).

2.2.1. Comercio Internacional

Una exportación es un producto vendido por un país a otro y una importación es un producto comprado a otro país. Cuando pensamos en comercio exterior, nos vienen a la mente los bienes transportados de un país a otro, pero no es necesariamente así en el caso de los servicios. Los servicios de construcción, por ejemplo, son ejecutados “in situ” en el país importador. Los viajes y el turismo también son dos grandes categorías de exportaciones que se producen en el país importador: la entrada que paga un estadounidense por visitar la Torre Eiffel es un exportación francesa de un servicio mientras que la visita de un turista chino al Gran cañón del Colorado aumenta las exportaciones estadounidenses de servicios. (Feenstra, 2015)

2.2.2. Balanza de pagos

Balanza de pagos Además de la ventaja que aporta la balanza de pagos como registro estadístico, su importancia consiste en adelantar datos informativos de un país referentes a sus flujos financieros con el exterior, los movimientos de divisas realizados y su capacidad

competitiva. Un pertinente análisis permite valorar su significado en tres aspectos a considerar: el contable, financiero y económico, cuyos rasgos esenciales

(Lafuente, 2012)

Tabla 1-2: Balanza de Pagos

5. BIENES (1)											
Período: 2016 - 2018. IIIT											
Millones de dólares											
Transacción / Período											
	2016-I	2016-II	2016-III	2016-IV	2017-I	2017-II	2017-III	2017-IV	2018-I	2018-II	2018-III
Exportaciones	3.786,4	4.460,3	4.399,6	4.779,2	4.855,4	4.823,5	4.743,5	5.195,8	5.359,6	5.556,8	5.738,4
Mercancías generales	3.706,0	4.374,1	4.309,9	4.710,7	4.792,3	4.766,5	4.694,0	5.145,2	5.305,7	5.506,2	5.684,6
Mercancías según SENA E	3.627,2	4.297,5	4.235,2	4.637,7	4.721,1	4.696,5	4.625,4	5.079,5	5.238,6	5.432,4	5.596,0
Petroleras (4)	896,2	1.477,3	1.484,5	1.601,1	1.666,7	1.618,1	1.693,7	1.935,0	2.049,4	2.228,1	2.478,1
Petróleo crudo	837,1	1.343,3	1.364,9	1.508,7	1.537,3	1.460,6	1.480,9	1.711,1	1.817,3	1.989,3	2.205,8
Derivados	59,1	134,1	119,6	92,4	129,5	157,6	212,9	223,9	232,0	238,8	272,2
No petroleras	2.731,0	2.820,2	2.750,7	3.036,6	3.054,4	3.078,3	2.931,6	3.144,5	3.189,3	3.204,2	3.117,9
Tradicionales	1.529,0	1.619,6	1.557,6	1.751,1	1.775,7	1.817,9	1.692,0	1.837,7	1.882,5	1.856,8	1.849,2
Banano y plátano	712,5	688,9	637,6	695,1	849,9	788,1	684,1	712,4	872,7	767,9	737,0
Café y elaborados	30,1	32,7	37,4	48,4	28,6	26,4	31,7	32,6	22,1	19,1	19,3
Camarón Cacao y elaborados	517,9	689,6	679,4	693,2	644,9	827,2	759,2	806,6	760,9	843,6	819,9
Atún y pescado	202,0	140,5	142,4	265,1	192,5	118,4	163,7	214,4	132,8	149,6	193,1
No tradicionales	66,6	67,8	60,8	49,1	59,8	57,8	53,2	71,6	94,0	76,7	79,8
Ajuste por comercio no registrado (3)	1.202,0	1.200,6	1.193,1	1.285,5	1.278,6	1.260,4	1.239,7	1.306,8	1.306,7	1.347,4	1.268,7
Bienes para transformación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reparación de bienes	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Bienes adquiridos en puerto por medios de transporte	78,9	84,7	88,1	66,9	61,5	55,5	48,1	49,2	52,3	49,2	52,3
Oro no monetario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Importaciones	3.766,0	3.613,8	4.031,2	4.447,0	4.321,9	4.626,7	5.046,1	5.312,2	5.075,8	5.572,9	5.822,9
Mercancías generales	3.760,3	3.608,1	4.025,5	4.441,3	4.316,2	4.621,0	5.040,4	5.306,5	5.070,1	5.567,2	5.817,2
Mercancías según la SENA E	3.690,5	3.538,7	3.954,4	4.367,0	4.247,9	4.557,0	4.982,3	5.246,1	5.011,4	5.509,4	5.754,4
Bienes de consumo	789,6	762,7	829,0	993,8	875,4	1.022,5	1.199,6	1.312,8	1.156,7	1.200,9	1.295,6
No duraderos	476,1	489,7	519,5	580,8	496,1	579,6	646,0	690,4	594,3	620,6	677,5
Duraderos (2)	313,5	273,1	309,5	413,0	379,3	442,8	553,6	622,4	562,4	580,2	618,1
Combustibles y lubricantes	552,7	533,5	686,8	717,4	757,7	726,9	820,1	877,2	857,5	1.184,1	1.093,2
Materia primas	1.364,4	1.279,0	1.447,3	1.596,9	1.594,9	1.710,6	1.692,1	1.713,2	1.752,8	1.821,3	1.988,8

Agrícolas	230,4	257,5	251,8	302,4	252,1	296,4	297,8	317,8	331,3	323,5	364,8
Industriales	1.034,4	945,8	1.093,7	1.191,9	1.238,5	1.305,8	1.278,8	1.287,4	1.302,1	1.369,1	1.473,5
Materiales de construcción	99,7	75,7	101,8	102,6	104,3	108,4	115,5	107,9	119,4	128,7	150,4
Bienes de capital	973,7	951,4	969,2	1.046,9	1.007,6	1.085,4	1.259,3	1.329,2	1.235,0	1.280,5	1.359,3
Agrícolas	24,0	27,2	29,5	29,3	29,5	34,5	36,6	33,4	39,8	38,7	44,0
Industriales	731,7	714,5	679,1	760,1	740,9	764,7	873,1	926,1	841,7	889,1	907,3
Equipos de transporte	218,1	209,8	260,6	257,4	237,2	286,1	349,6	369,8	353,4	352,7	408,0
Diversos	10,0	12,0	22,1	12,1	12,3	11,7	11,2	13,6	9,5	22,7	17,6
Ajuste por comercio no registrado (3)	69,8	69,4	71,2	74,3	68,3	64,0	58,1	60,4	58,7	57,7	62,8
Bienes para transformación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Reparación de bienes	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Bienes adquiridos en puerto por medios de transporte	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2	4,2
Oro no monetario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SALDO	20,3	846,5	368,3	332,1	533,5	196,8	-302,5	-116,4	283,7	-16,0	-84,5

Fuente: Banco Central del Ecuador

2.2.3. Balanza comercial

La balanza comercial es la diferencia resultante de los bienes materiales vendidos y comprados al / en el extranjero por un país durante un período determinado o ejercicio, normalmente un año. Las partidas que integran dicha balanza son las exportaciones e importaciones declaradas. Mientras que las primeras originan las entradas de divisas o ingresos, las segundas causan la salida de estas en concepto de pago. La balanza representa, pues, la contraposición de los valores monetarios de las operaciones; se la considera parte integrante de la balanza de pagos, concretamente de la cuenta corriente. Los ingresos obtenidos por las exportaciones logran un doble sentido económico: (Lafuente, 2012)

Tabla 2-2: Balanza comercial importaciones.

	Ene - Nov 2016				Ene - Nov 2017				Ene - Nov 2018				Variación 2018 / 2017	
	Valor		Participación		Valor		Participación		Valor		Participación		TM	USD FOB
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB				
Total Importaciones	12,298	14,048.9	100.0%	100.0%	14,433	17,335.6	100.0%	100.0%	15,870	20,415.0	100.0%	100.0%	8.8%	17.8%
Bienes de Consumo	875	3,874.5	8.8%	23.8%	890	4,013.0	6.1%	23.2%	950	4,034.0	6.1%	22.7%	7.7%	15.3%
No Durables	504	1,894.0	4.2%	13.4%	544	2,207.1	4.5%	12.7%	657	2,450.0	4.2%	12.8%	2.1%	5.2%
Durables	369	1,979.4	1.4%	7.7%	343	1,805.8	1.7%	6.6%	293	1,584.0	1.9%	10.2%	22.5%	24.4%
Tráfico Postal Int. y Correos Rápidos (2)	2.7	111.4	0.02%	0.8%	5.5	137.5	0.02%	0.8%	5.8	145.0	0.02%	0.7%	-2.3%	5.3%
Materias Primas	4,089	5,128.9	49.6%	36.3%	7,658	8,161.7	52.2%	45.5%	8,244	6,910.2	52.0%	39.8%	7.7%	12.1%
Para la agricultura	1,713	920.0	14.0%	4.0%	1,889	1,050.7	22.3%	4.1%	2,255	1,276.7	14.4%	4.3%	15.2%	21.5%
Para la industria	1,871	1,891.7	31.6%	27.3%	4,971	4,710.3	34.4%	27.2%	5,214	3,135.9	31.8%	21.7%	4.9%	9.0%
Materiales de construcción	506	314.6	4.2%	2.4%	780	800.3	5.2%	2.3%	774	880.3	4.8%	2.4%	-2.8%	24.4%
Bienes de Capital	330	5,577.3	2.7%	35.5%	443	4,231.2	3.1%	24.4%	499	4,791.0	3.2%	28.0%	12.7%	15.2%
Para la agricultura	14	310.4	0.1%	0.7%	18	321.3	0.1%	0.7%	10	145.2	0.1%	0.7%	11.7%	15.9%
Para la industria	170	1,621.3	1.5%	18.7%	227	2,990.0	1.6%	17.3%	241	3,258.5	1.5%	18.0%	1.9%	8.8%
Equipo de Transporte	139	851.6	1.2%	0.1%	188	1,215.2	1.3%	6.4%	198	1,587.9	1.5%	8.8%	16.4%	24.4%
Combustibles y Lubricantes	5,165	2,315.6	42.2%	23.8%	5,438	2,880.5	27.7%	16.6%	5,962	4,013.7	26.0%	18.7%	8.6%	39.2%
Servicios	5.4	52.1	0.04%	0.4%	5.1	43.4	0.04%	0.2%	6.1	64.8	0.04%	0.2%	15.0%	45.3%
Ajustes (2)		0.52		0.004%		2.17		0.01%		1.75		0.01%		-0.4%

Fuente: Banco Central de Ecuador

2.2.4. Importancia de las Importaciones desde China

China ofrece capitalismo mundial, entre estas se encuentran dos ventajas muy importantes, china es un mercado sumamente amplio además de ser un excelente lugar para manufacturar tus productos a un precio impensable, por esto es importante conocer la historia de china, al importar del mismo. A causa de todo esto se ha producido otro factor demasiado importante que lo vemos en el día a día, esto se debe a que hasta este día los chinos se encuentran presentes en nuestras vidas, todo esto lo llegamos a ver en nuestras calles, negocios, mercados en donde ya se presentan los productos chinos, incluso en nuestros propios hogares, es por eso que se trata de un país muy apropiado, en el cual puedes iniciar a importar de china hoy mismo.

Al importar lograras crear tu propio negocio y a la vez ser tu propio jefe, logrando con todo esto una mucho mejor libertad financiera y mejor calidad de vida. No tiene por qué sorprendernos que china este reconocido como el país más grande del mundo, con sobresaliente influencia sobre los demás países, ya que todo esto lo lleva haciendo desde hace más de 3,000 años, con lo que ha demostrado superioridad a nivel de tecnología, gracias a ellos, contamos con los grandes inventos, como la imprenta, el papel, la pólvora, la brújula, el timón, el horno entre otro más, y ahora en estos momentos siguen destacando los celulares, las cámaras, los ipad, es por esto que miles de importadores tienen los ojos puestos en el mercado chino y con la seguridad de importar de china de una forma sencilla y exitosa. (Torres, 2019)

2.2.5. Ventajas de las importaciones

En países en vías de desarrollo es necesario alcanzar un nivel internacional de calidad, que obliga a mejorar maquinaria, materias primas y procesos, a base de importaciones, necesarias para exportar.

En países de costos altos de fabricación, probablemente salga más barato importar que fabricar, convirtiéndose así en revendedores, pasando de fabricantes, a comerciantes.

En países con tratados internacionales de libre comercio la reducción paulatina de impuestos de importación hasta llegar a cero, bajará el costo de la compra internacional. (Chamorro, 2012)

2.2.6. Desventajas de las importaciones

Comprar en otro país reduce ingresos del país donde reside el emprendedor, problemas económicos como mayores importaciones que exportaciones.

Las importaciones siempre llevan implícito el riesgo de aumento en el precio de la moneda extranjera. Los negocios atados al aumento de moneda extranjera por importaciones que son su principal fuente de ingresos, deberían contratar coberturas cambiarias o futuros, en casas de bolsa, para protegerse.

Las importaciones, en alto grado, hacen dependiente al emprendedor de las compras internacionales. Cualquier dependencia debilita a la empresa y con mayor razón, proveedores internacionales por la distancia, las entregas y condiciones (Chamorro, 2012)

2.2.7. Relación comercial Ecuador - China

El comercio es una actividad que ha existido desde hace mucho y que el ser humano ha venido practicando, el intercambio de bienes y productos ha sido una constante en el desarrollo de la humanidad. Bajo este argumento es realmente difícil designar un punto de partida entre las relaciones de un Estado y el otro, es por eso que me parece pertinente en función del análisis tomar en cuenta la fecha en que ambos Estados, el ecuatoriano y el chino, se unieron a la OMC (Organización Mundial del Comercio, 2019)

Principales productos de exportación e importación Ecuador – China

Tabla 3-2: Productos de exportación e importación

Exportaciones	#	Importaciones
Petróleo	1	Neumáticos radiales
Madera y Manufacturas	2	Motocicletas terminadas y en CKD
Productos de Cobre y Desechos	3	Televisores
Harina de Pescado	4	Productos laminados de hierro
Camarones	5	Lámparas Fluorescentes
Desechos de Aluminio	6	Aparatos de Telecomunicación
Desechos de Plástico	7	Tubos de Hierro
Banano	8	Ajo
Frutas	9	Monitores
Botones de Plástico o Tagua	10	Acondicionadores de aire

Fuente: Banco Central del Ecuador

El petróleo es el principal producto de exportación ecuatoriano hacia China, cuyo valor representa el 77% del total de las exportaciones realizadas durante el 2010. Actualmente es el quinto principal destino de nuestro petróleo. La oferta ecuatoriana compuesta por 85 subpartidas arancelarias agrupa productos primarios, desechos y en menor proporción productos semielaborados. China por su parte vende a Ecuador productos de aproximadamente 3,361 subpartidas, siendo nuestro principal proveedor de llantas para autos y camiones (el rubro más importante de la oferta china, cerca del 5% del total). Se destacan también motocicletas en partes y terminadas, además de otros bienes de capital y aparatos electrónicos. Cerca del 7% de las importaciones totales del Ecuador provienen de China. (Camara de Comercio de Guayaquil , 2019)

2.2.8. Financiamiento de importación

Financiamiento para materia prima, semielaborados o terminados importados que no se producen en el Ecuador o cuya producción sea insuficiente, deficiente o inexistente:

- Para satisfacer la demanda local.
- Siempre que su destino sea la transformación en materia prima, semielaborado o producto terminado que genere valor agregado en el proceso productivo de la industria nacional y sea destinado a la exportación. (Corporación Financiera Nacional, 2019)

2.2.8. República Popular China

La República Popular China (RPCh) ejerce su soberanía sobre un territorio de 9.6 millones de kilómetros cuadrados, el tercero más grande del mundo después de Rusia y Canadá. Queda a esta República recuperar de facto el control de los 36 000 kilómetros cuadrados de la isla de Taiwan, que gobierna el régimen vencido por los comunistas en 1949, y que bajo el nombre de República de China y con ayuda de Estados Unidos usurpó por 22 años el lugar de la nación china en la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Actualmente, ambos gobiernos reconocen tácitamente que hay una sola China, y que la división en dos entidades políticas es un asunto estrictamente interno. (Rodríguez, 2001)

David Shambaugh, en su libro *China Goes Global, The Partial Power*, publicado en 2013, argumenta que China no ha logrado desarrollar una diplomacia coherente y eficiente de gran potencia, debido a que no tiene una identidad internacional que articule una única visión sobre su lugar en el sistema internacional. Al respecto, identifica tres grupos al interior de China: el primero, que considera que China está en ascenso, con un gran potencial nacional que llevará al país a ser un poder global; un segundo grupo, que argumenta que al país le falta mucho aún para llegar a ser una potencia global, en cuanto es un país socialista todavía en desarrollo; y tercero, aquellos que destacan el factor histórico,

sosteniendo que China debe recuperarse de la humillación a manos de potencias extranjeras que destruyó al Imperio chino, y que debe volver a ocupar un lugar de potencia distinguida y respetada en el sistema internacional. Para Shambaugh, estas distintas visiones reflejan identidades en conflicto en China que se transforman en inseguridades que se reflejan en su política exterior sobre la posibilidad de posicionarse como una potencia global. (Rodríguez Aranda, 2013)

2.2.9. Procedimiento de Importación

El proceso comienza con la transmisión electrónica de la declaración aduanera de importación a través de Ecuapass, para lo cual el declarante debe contar, una vez realizada la correcta transmisión se procede al pago de los tributos, para que la aduana realice el respectivo procedimiento de control de las mercancías mediante el respectivo aforo y sus informes, finalmente la mercancía esta lista para ser despachada en las bodegas donde el importador o declarante con la ayuda de su agente de aduanas podrán retirar sus mercancías. (Aduana del Ecuador, 2015).

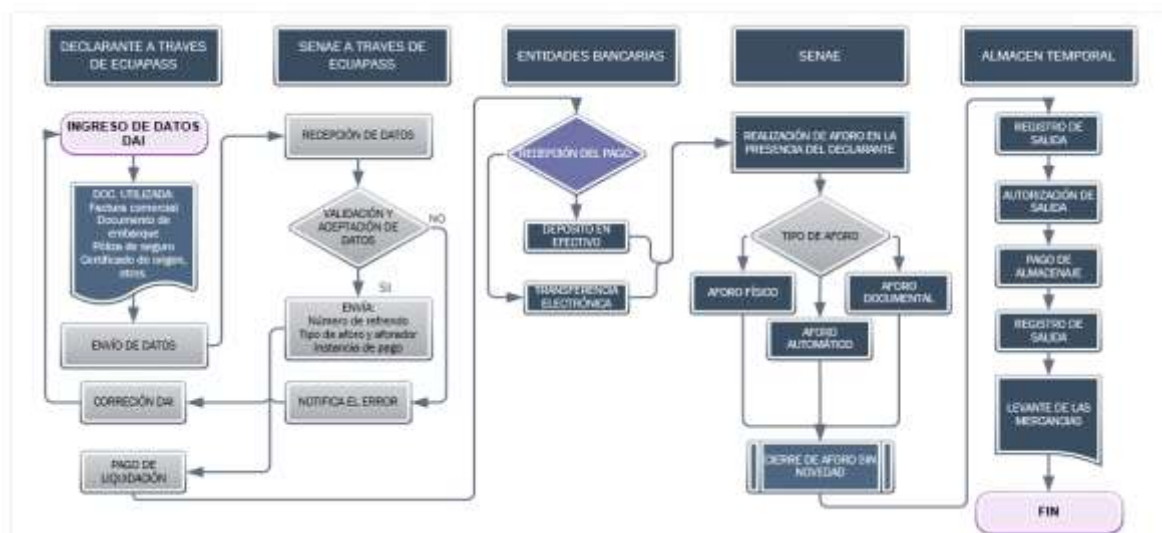


Grafico 1-2: Procedimiento de Importación

Fuente: Aduana del Ecuador

2.2.10. Canales de distribución y comercialización

La mayoría de las empresas venden numerosos productos bajo distintas marcas y operan en diversos mercados. Los productos y servicios se comercializan a través de variados canales

a un amplio rango de consumidores. Los miembros de los canales difieren en tamaño, ubicación, especialidad y muchas otras capacidades operativas. Esto presenta un fenómeno de multimarketing por los diferentes niveles de participantes y funciones que le caben a cada uno. (Paz, 2008).

Podemos en forma sencilla definir un canal de distribución para un producto o servicio, como todas las actividades necesarias para poner el producto al alcance del consumidor meta, con el objetivo de facilitar su compra. Este proceso incluye al conjunto de individuos u organizaciones que participan en el cumplimiento de estas actividades, pudiendo o no tomar derechos sobre la mercadería; a las relaciones que se establecen entre ellos y a los caminos alternativos que puedan utilizarse para cumplir con este objetivo. En otras palabras, los canales de distribución proveen los medios por los que las mercaderías y servicios son trasladados desde su punto de concepción, extracción, o producción hasta los lugares de consumo, facilitando así la tarea de compra por parte del consumidor final. (Paz, 2008)

2.2.11. Según la longitud del canal

Directo

Mediante la aplicación de un canal de distribución directo en la cual la empresa comercializa un producto directamente al consumidor en donde no necesita la intervención de intermediarios, por lo que se considera una venta directa.

2.2.12. Según su forma de distribución.

Administrados.

Una o varias instituciones miembros del canal disponen, gracias a su tamaño o a sus competencias particulares, de un poder que le permiten influir en las decisiones de otros

miembros del canal. Estas instituciones sacan provecho de este poder para elaborar sus programas, asegurando la coordinación de las actividades de los diferentes miembros del canal. Ellos pueden recurrir ya sea a la incitación positiva, recompensando a los miembros del canal que cumplan sus indicaciones, o ya sea con incitación negativa, penalizando a los que no las apliquen. (Miquel, 2008)

2.2.13. Importar el producto correcto

Por poner un ejemplo, es un error acudir al mercado chino para importar teléfonos móviles de marcas occidentales, ya que éstas serán más caras.

En este caso, lo que te conviene es importar filtros de aire para carros de China.

2.2.13.1. Producto de interés

El producto de interés es aquello en lo que centramos los esfuerzos para conseguirlo ya que el futuro rédito económico que genera se considera elevado debido a su alto nivel de comercialización.

Un producto es más que su nombre, es un sistema de materiales y componentes y mientras menos sepa sobre su producto menos probabilidades tiene de éxito. Tampoco “buena calidad” es un estándar internacional ni la “buena calidad” se basa completamente en la calidad de los materiales y componentes usados para fabricar su producto.

Para iniciar un proceso de importación con un producto de interés definido hay que considerar lo siguiente:

Ningún producto es rentable por naturaleza y mientras menos sepa de un cierto producto, más difícil será evitar los fraudes y asegurar la calidad de sus productos. Personalmente, pienso que la selección de productos básicamente se reduce a sus propios intereses personales, como es el caso de todas las empresas. (Mora , 2018)

Comenzar un negocio requiere un gran compromiso y si usted no está motivado a vender cierto producto entonces está destinado a fracasar. Sin embargo, aquí tengo una pequeña guía para que usted considere cuando seleccione productos para su negocio de importaciones:

Trate de ser mejor en uno o unos cuantos productos en lugar de tratar de ser mejor en todo.

Enfóquese en uno o unos pocos proveedores en lugar de esparcir su inversión en muchos proveedores. Un proveedor lo considerará más seriamente al ser un comprador de grandes cantidades. Un menor número de proveedores también limitará el tiempo que tenga que invertir en administrar su cadena de suministros y le dará más tiempo para enfocarse en vender y desarrollar su negocio. (Mora , 2018)

Si usted está comenzando una empresa de importaciones en su hogar, debe considerar evitar cargas abultadas que requieran grandes almacenamientos.

Poner marca a sus productos no es difícil y el valor percibido puede aumentar con la impresión de un simple logo. Muchos proveedores pueden hacerlo gratis o por una pequeña tarifa adicional. Una marca no tiene que ser famosa y ciertamente incrementara el valor de su empresa en el futuro, en caso de que quiera venderla.

2.2.14. Trámites y Documentos de Importación

2.2.14.1. Registro de Importador

Para que una persona natural o jurídica pueda realizar importaciones habituales debe obtener el registro como importador ante cualquier banco corresponsal del Banco Central del Ecuador.

Para obtener el certificado como importador se requiere fundamentalmente:

- Solicitud;
- Registro Único de Contribuyentes (RUC);
- Afiliación a una cámara de la producción;
- Registro de firmas autorizadas para realizar trámites de importación.

2.2.14.2. Autorizaciones Previas

La importación de ciertos productos requiere de la autorización previa de las autoridades correspondientes (por ejemplo, licores, medicamentos, ciertos alimentos, entre otros). Tales autorizaciones deben obtenerse con anterioridad a la presentación de la Declaración de Importación ante el banco corresponsal del Banco Central para su aprobación. (Donoso Estrada, 2011)

2.2.14.3. Certificados de Conformidad con Norma Técnica

La importación de productos sujetos al cumplimiento de normas y/o reglamentos técnicos obligatorios deberá contar con la autorización del INEN o con certificados de conformidad con norma emitidos por entidades competentes de países con los cuales existen convenios de reconocimiento mutuo de certificados de calidad. (Aveiga Intriago, 2012)

2.2.14.4. Certificado de Origen

La importación de productos originarios de países que gozan de preferencias arancelarias otorgadas por el Ecuador, deben contar con el certificado de origen expedido por los

organismos competentes del respectivo país (por ejemplo, Comunidad Andina, Venezuela, Colombia, Perú, Bolivia; países miembros de la ALADI; Chile, entre otros).

2.2.14.5. Declaración de Importación (DUI) y Visto Bueno

La importación de bienes cuyo valor FOB supere US\$4.000 requiere el Visto Bueno del banco corresponsal del Banco Central del Ecuador en el Documento Único de Importación. (Su incumplimiento ocasiona el reembarque inmediato de los bienes). Para obtener el Visto Bueno el importador debe completar el Documento Único de Importación (DUI) y presentarlo en uno de los bancos corresponsales del Banco Central, acompañado de lo siguiente:

- Nota o carta de pedido con la indicación de si la importación es en términos CFR o FOB.
- Póliza de Seguro, si la hubiere.
- Certificado de cumplimiento de obligaciones conferido por la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según corresponda.
- Nota de pedido.

2.2.14.6. Plazo de Validez del DUI

El DUI con el Visto Bueno del banco corresponsal del Banco Central tiene validez indefinida, aunque es válido para un solo embarque. Cuando las mercancías están sujetas a autorización previa deberán ser embarcadas dentro del plazo de validez de dichas autorizaciones.

2.2.14.7. Límites de Tolerancia:

En el caso de que la mercancía importada supere a la declarada en el DUI, ya sea en cantidad o en valor, estará sujeto al pago de una multa. No obstante, los bienes que para su importación requieren de autorización previa estarán sujetos a un límite de tolerancia, independientemente de su valor, de hasta el 10% sobre la cantidad de mercancía declarada. De superarse este límite la mercadería tendrá que ser reexportada.

2.2.14.8. Inspección previa al embarque de las mercaderías en el exterior:

La importación de bienes cuyo valor FOB sea igual o superior a US \$

Requiere de inspección previa al embarque en el país de origen por parte de una de las empresas verificadoras privadas contratadas por el Gobierno del Ecuador. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador , 2018)

La inspección comprende, entre otros:

- La verificación de la calidad, precio, cantidad y peso de las mercancías,
- Su clasificación arancelaria,
- Valor Aduanero
- Pre liquidación de los tributos aplicables.

La tarifa por este servicio en promedio es del 1% del valor FOB de la mercancía, con un mínimo de US\$ 180.

2.2.14.9. Tributos a las Importaciones:

Derechos Arancelarios:

Pueden ser ad-valorem (sobre el valor); específicos (sobre unidades de peso, medida o cuenta) o mixtos (combinación de los dos anteriores).

En el Ecuador los derechos arancelarios son generalmente ad-valorem y se calculan sobre el valor CIF de las mercaderías.

Impuestos:

- **Impuesto al Valor Agregado (IVA):** La tarifa del IVA es el 12% y la base imponible es el resultado de sumar el valor CIF, los impuestos, aranceles, tasas, derechos, recargos y otros que figuren en el DUI.
- **Impuesto a los Consumos Especiales (ICE):** Se aplica en el caso de las importaciones de cigarrillos, cerveza, bebidas gaseosas, alcohol, productos alcohólicos distintos a la cerveza, vehículos motorizados para el transporte terrestre de hasta 3,5 toneladas de carga, triceres, cuadrones, aviones, avionetas, helicópteros, motos acuáticas, yates y barcos de recreación. La tarifa varía dependiendo de los bienes. (Donoso Estrada, 2011)
- **Aportación a favor de la CORPEI:** Equivale al 0.25 por mil sobre el valor FOB de las importaciones superiores a US\$20.000 y el valor fijo de US \$ 5 en aquellas inferiores o iguales a US\$20.000.
- **Fondo de Desarrollo para la infancia (Fodinfa):** Equivale al 0.50% del valor CIF y se aplica a todas las importaciones, excepto en el caso de los productos utilizados en la elaboración de fármacos de consumo humano y veterinario.

2.2.14.10 Tasas por servicios aduaneros:

Tasa de almacenaje: Se paga únicamente cuando la Aduana presta directamente este servicio en los almacenes bajo su responsabilidad.

Tasa de control: Consistente en el 0.50% del valor CIF, con un tope máximo de US\$39.43,

aplicable en el caso de importación bajo los regímenes aduaneros especiales de admisión temporal con reexportación en el mismo estado, depósito aduanero comercial, almacén libre (In Bond o Duty Free) y zona franca. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador , 2018)

Tasa por Modernización: *Equivale al 0,05% del valor CIF de las mercancías que se importen a consumo.*

2.2.14.11. Desaduanización

El importador autoliquidado el valor de los tributos a pagar. Para la presentación de la Declaración Aduanera es obligatoria la intervención de un Agente de Aduanas en los siguientes casos:

- En importaciones efectuadas por entidades del sector público.
- En importaciones de mercancías cuyo valor sobrepase de US\$2.000.
- En importaciones bajo cualquiera de los regímenes especiales. (Aveiga Intriago, 2012)

Para la desaduanización de la mercancía son necesarios los siguientes documentos:

- Original o copia del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte.
- Factura comercial
- Original del Documento Único de Importación (DUI) con el Visto Bueno del Banco Central del Ecuador.

La importadora deberá cumplir con los siguientes documentos, Trámites y Pagos:

1. Registro Único de contribuyentes
2. Afiliación a la cámara de la producción
3. Registro de importador

4. Las empresas desde las cuales se van a importar tienen la norma ISO 9001 con lo que se cumplen con la norma técnica de conformidad con el INEN.
5. No necesitará certificado de Origen ya que no hay preferencias arancelarias, al no pertenecer ni al ALADI ni a la comunidad Andina
6. Deberá tener la declaración de importación DUI y visto bueno ya que la importación superará los 4000 dólares.
7. Dado que se importará bienes que superan los 4000 dólares se deberá pagar a la empresa verificadora de bienes.
8. Pagar los derechos Arancelarios.
9. Cumplir con las obligaciones Tributarias respecto al Impuesto al valor agregado mas no al impuesto a los consumos especiales, dado que no aplica.
10. Aportación a la CORPEI
11. Pago al fondo de desarrollo para la infancia FODINFA.
12. Pago de Tasas de Servicios Aduaneros (almacenaje y control)
13. Tasas de modernización
14. Desaduanizar la mercadería Notas

2.2.14.12. Metodología tradicional de evaluación de proveedores

Se ha establecido que el problema de selección de un proveedor puede consistir en cuatro principales etapas (De Boer et al., 2001):

- a) Definición del problema,
- b) Determinación de los atributos por evaluar,
- c) Evaluación de los proveedores mediante una técnica y
- d) Selección final de un proveedor. (García Alcaraz & Alvarado Iniesta, 2013)

Sin embargo, otros autores han propuesto sus propias metodologías, que han sido casos especiales de aplicación en ciertos sectores industriales, tales como la de Chen (2011) enfocada a la industria textil, Vinodh et al. (2011) en la industria manufacturera y Zeydan et al. (2011) en la industria automotriz.

Con el fin de alcanzar los objetivos propuestos, se ha realizado un amplio estudio de la literatura actual sobre el análisis multicriterio y de la información más relevante sobre la gestión de proveedores en los centros asistenciales. También se ha estudiado la legislación vigente apropiada. Dicha documentación ha sido contrastada para asegurar que la información suministrada sea correcta. Para la selección se han priorizado el rigor científico y la metodología utilizada para la obtención de los datos que asegure su realismo, así como el entorno donde se ubican los estudios presentados. Adicionalmente se ha contado con la experiencia personal de los autores de las publicaciones junto con las aportaciones del personal específico en el entorno sanitario con capacidad de decisión o conocimiento suficiente en la materia. (Medina Fernández , Concepción Suárez, & Villanueva Balsera , 2010)

Para poder aplicar este análisis como indican (Medina Fernández , Concepción Suárez, & Villanueva Balsera , 2010) es necesario disponer de una serie de criterios de evaluación, también es necesaria una tabla de valoración de las acciones por criterios y una agregación de los resultados para su clasificación. Los datos pueden ser tanto objetivos como subjetivos. Dentro del análisis multicriterio se pueden contemplar:

- Los métodos sin compensación, como por ejemplo los criterios de exclusión o de selección que de forma jerárquica irán condicionando el resultado,
- Los métodos de agregación completa, como, por ejemplo, la media ponderada, el proceso analítico jerárquico que determinan el valor de un grupo de criterios por síntesis
- La agregación parcial, en lo que se adopta un sistema de preferencias ante situaciones no comparativas
- Y la agregación local, de carácter iterativo basándose en las preferencias del decisor.

Hay que considerar que para la selección de proveedores un cuadro de variables a ser calificadas entre las principales tenemos:

Tabla 4-2: Atributos evaluados en proveedores

Criterios de selección	A	B	C	D	E	F	G	H	I	Total citas
Calidad										
Capacidad técnica y tecnología usada										
Posición y situación financier										
Instalaciones de producción y capacidad										
Entrega										
Flexibilidad y respuesta al cambio										
Precio										
Servicio post-venta										
Cantidad de negocios anteriores										
Facilidad para establecer comunicación										
Gestión y organización										
Sistemas de comunicación										
Ubicación geográfica										
Imagen e impresión en conversaciones										
Historial de rendimiento										
Cumplimiento de los procedimientos y disciplina										
Acuerdos de reciprocidad										
Garantías y políticas de reclamos										
Cercanía de la relación comprador - vendedor										
Reputación y posición en la industria										
Actitud										
Resolución de conflictos										
Deseo de entablar negocios										
Economía										
Historial de conflictos laborales										
Controles de operación										
Capacidad de empaclado										
Estabilidad política										
Terrorismo										
Ayudas de entrenamiento										
Total	23	5	7	8	5	9	13	6	10	

Estos criterios son necesarios para poder determinar el proveedor con las mejores características beneficiosas para importar desde Asia a América.

2.2.14. Negocios internacionales

La principal diferencia entre la negociación interna y la negociación internacional está centrada en el contacto que la segunda tiene con los denominados elementos de extranjería (García Júnior, 2005).

Los siguientes elementos influyen directamente en las negociaciones y en sus resultados: normas jurídicas locales, cultura local, gustos locales, moral local etc.

La negociación internacional tiene por objetivo la conclusión de un contrato internacional. En esas operaciones coexisten leyes de distintos países potencialmente aptas a regular cada aspecto del contrato (capacidad de las partes, obligaciones contractuales, riesgo en la transmisión de bienes, seguros etc.). El derecho internacional privado adoptado por esos países debe señalar concretamente cuál debe ser la ley efectivamente aplicable al contrato. Los criterios de identificación de esa ley pueden estar contemplados en el propio ordenamiento jurídico interno del país o en los tratados internacionales (bilaterales o multilaterales) por él adoptados. En el caso europeo, además, coexisten normas jurídicas de origen comunitario (Shaw, 2008).

2.2.15. Doble tributación:

Como nos indica (Portilló, 2004) la doble imposición se ha considerado como una injusticia intrínseca y una falta de racionalidad por cuanto no contempla los postulados de justicia y de adecuada distribución de la carga tributaria. Entre los problemas que causa pudiera mencionarse que complejiza la actividad mercantil, obstaculiza la inversión internacional y las vinculaciones entre los pueblos, hechos contrarios a los esfuerzos encausados a facilitar el intercambio comercial y la inversión.

Convenios para evitar doble Imposición.

- a. Los países que a continuación se detallan, son aquellos con los cuales Ecuador tiene un convenio para evitar la Doble Imposición vigente:

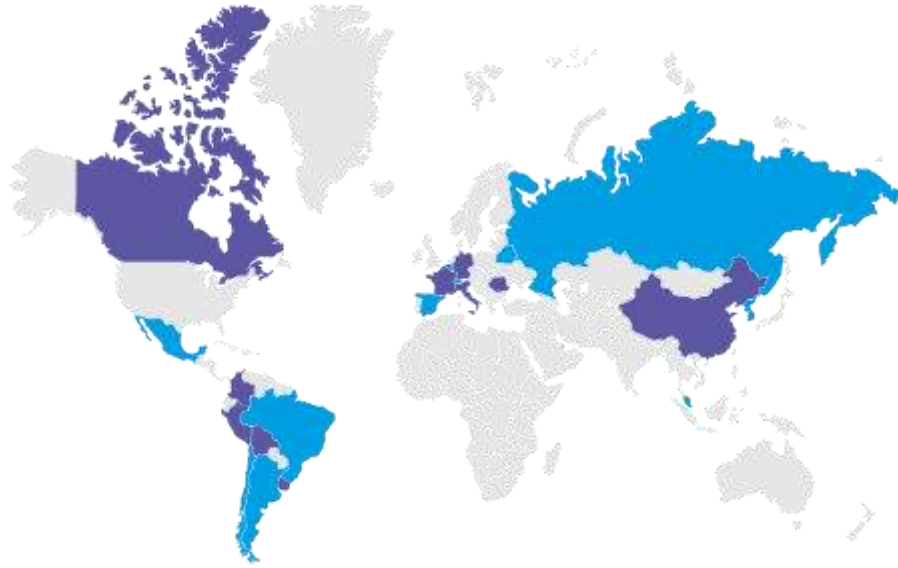


Figura 1-2: Convenios con el Ecuador

Tabla 5-2: Convenios

País:	Texto:	Inicio de Aplicación
Alemania	<u>Español, Deutch</u>	1987
Argentina*	<u>Español</u>	1983
Belarús	<u>Español, English</u>	2018
Bélgica	<u>Español, Nederlands, Français</u>	2005
Brasil	<u>Español, Portugues</u>	1989
Canadá	<u>Español, Français, English</u>	2002
Chile	<u>Español</u>	2005
China	<u>Español, English, Chinese</u>	2015
Corea	<u>Español, Korean, English</u>	2014
España	<u>Español</u>	1994
Francia	<u>Español, Français</u>	1993
Italia	<u>Español, Italiano</u>	1991
México	<u>Español</u>	2002
Qatar	<u>Español, English, Árabe</u>	2019
Rumanía	<u>Español, Româna</u>	1997
Rusia	<u>Español</u>	2019
Singapur	<u>Español, English</u>	2016
Suiza	<u>Español, Français</u>	1996 (Texto Original) 2001 (Protocolo)

Uruguay	<u>Español</u>	2013
Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Perú)	<u>Español</u>	2005
* Solo aplicable a rentas de transporte aéreo.		

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2019)

b. Base legal

1. Constitución de la República del Ecuador

- **Orden jerárquico de las Normas.**

2. Convenios para Evitar la Doble imposición

- Si quiere conocer cuáles son los convenios vigentes que tiene el Ecuador con otros países, revise el mapa en la sección superior.

3. Ley de Régimen Tributario Interno, (LRTI):

- **Retenciones en la fuente sobre pagos al Exterior.**

4. Resoluciones:

- Establece los montos máximos y requisitos para la aplicación automática de los beneficios previstos en los convenios para evitar la doble imposición. **Resolución NAC-DGERCGC16-00000204** (Vigente hasta el 31 de diciembre de 2018).
- Establecer los montos máximos y requisitos para la aplicación automática de los beneficios previstos en los convenios para evitar la doble imposición e incorpora las condiciones para acogerse a la calificación automática. **Resolución NAC-DGERCGC18-00000433** (Vigente desde el 1 de enero de 2019).
- Establece el procedimiento para la devolución de los valores por concepto de la retención del impuesto a la renta realizada a no residentes en aplicación de convenios para evitar la doble imposición. **Resolución NAC-DGERCGC16-00000388**. (Servicio de Rentas Internas, 2018)

- b. Procedimiento para la devolución de impuestos en aplicación de convenios para evitar la doble imposición

Devolución de los valores por concepto de la retención del impuesto a la renta realizada a no residentes en aplicación de convenios para evitar la doble imposición. (Servicio de Rentas Internas, 2018)

Tabla 6-2: La notificación de documentos se realizará de manera electrónica

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
Acercarse a las ventanillas de atención al contribuyente para el registro en el catastro que le permitirá obtener la clave para que pueda acceder a servicios en línea.	Presentar el escrito o la solicitud dispuesta para este caso, en las ventanillas de Secretaría del Servicio de Rentas Internas.	El Servicio de Rentas Internas analizará el trámite, y de ser necesario concederá un tiempo para su legitimación, complementación y plazo probatorio para el esclarecimiento de los hechos materia de la solicitud.	El Servicio de Rentas Internas emitirá una resolución u oficio de respuesta para proceder con la notificación al buzón del beneficiario no residente o a la dirección indicada en la solicitud.

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2019)

Requisitos

Presentar en las ventanillas de la Administración Tributaria un escrito o formulario de solicitud de devolución impreso y en medio magnético conforme al modelo establecido

para este efecto y adjuntando los requisitos formales establecidos mediante resolución NAC-DGERCGC16-00000388. (Servicio de Rentas Internas, 2019)

Respecto a la retención

- Copia de los comprobantes de retención.
- Liquidaciones de compras de bienes y prestación de servicios que le fueron emitidas relacionadas con la solicitud de devolución.
- Contrato y factura o su similar que demuestre el vínculo contractual entre el no residente y la persona a quien se le prestó el servicio.
- Por cada una de las transferencias realizadas la certificación emitida por cualquiera de las instituciones intervinientes o documento bancario ¿ ejemplo SWIFT-, en la que conste la siguiente información. (Servicio de Rentas Internas, 2018)

Respecto a la operación

- Identificación de los titulares de las cuentas bancarias de origen y destino.
- Identificación de las instituciones financieras de origen y destino.
- Número de cuenta de origen y destino.
- País en el cual se encuentran las instituciones intervinientes, de origen y destino, que transfieren y reciben efectivamente los pagos.
- Monto total de la transacción.
- Fecha de la transacción. (Servicio de Rentas Internas, 2018)

Para legitimar al solicitante

- Original o copia del pasaporte de la persona natural o del representante legal, en caso de sociedad, adjuntando la respectiva copia del nombramiento del representante legal.
- Certificado de residencia fiscal.
- Obtener la clave del usuario para el uso de servicios en línea, mismo que se encuentran en la página web institucional.
- En caso de solicitar la devolución por medio de un tercero, poder general o especial vigente, o su equivalente. (Servicio de Rentas Internas, 2018)

Tomar en cuenta

- Todo documento extranjero deberá estar traducido al idioma castellano de ser pertinente y contará con la las formalidades necesarias para su validez en el territorio ecuatoriano, conforme a lo indicado en el artículo 3 de la resolución **NAC-DGERCGC16-00000388** y al artículo 24 de la Ley de Modernización del Estado.
- El beneficiario dado en el artículo 48 de la Ley de Régimen Tributario Interno es para el no residente o un residente con poder del no residente.
- El plazo de atención es de 60 días conforme a lo indicado en el artículo 5 de la resolución **NAC-DGERCGC16-00000388**. (Servicio de Rentas Internas, 2018)

Ecuador y China convenio de doble tributación

En Ecuador en el año 2013 el acuerdo de Doble Tributación con China acuerdo fue destacado por el director del Servicio de Rentas Internas (SRI), Carlos Marx Carrasco, como un mecanismo para facilitar el ingreso de capitales del gobierno y de los inversionistas chinos a Ecuador. Los órganos legislativos de los dos estados deberán aprobar el convenio para que entre en vigencia. (El Universo, 2013)

El documento fue suscrito por el canciller (e) Pablo Villagómez y el comisionado del Servicio de Administración Tributaria de China, Xiao Jie. El volumen comercial bilateral supera al momento los \$2.000 millones y las inversiones que realizan las empresas chinas

en el Ecuador llegan a casi \$100 millones, según el funcionario chino Xiao Jie, quien también destacó su convencimiento de que estas cifras seguirán aumentando con la aplicación del acuerdo. (El Universo, 2013)

2.2.16. Comercialización

Realización de actividades comerciales que dirigen el flujo de mercancías y servicios del productor al consumidor o usuario, a fin de satisfacer al máximo a estos y lograr los objetivos de la empresa. Suma de todos los esfuerzos que se llevan a cabo para la transferencia de propiedad de mercancías y servicios y que proporcionan su distribución física. (Vergara, 2012)

2.2.16.1 EL departamento de Comercialización.

Se ocupa de:

Establecer canales de venta y distribución de los productos y servicios,

Realizar la promoción de la empresa y sus productos,

Planear campañas de publicidad,

Colaborar con la gerencia a fijar los precios de venta tomando como base a la información que le brindan otros departamentos,

Realizar acciones que le permitan detectar las necesidades de los consumidores (Lezanski. P. D., 2004)

Tabla 7-2: Elementos de un plan de comercialización

Objetivos.	Se define la propuesta que la empresa pretende llegar con la
-------------------	--

	presentación de un producto.
Análisis de Mercado	En esta apartado se tendrá que hacer un análisis y recolección de información de los clientes y futuros clientes potenciales
Descripción de productos y servicios	Se debe detallar las características del producto como por ejemplo especificaciones técnicas y presentación al público en general presentación.
Precio	Se debe establecer mediante el análisis de los costos incurridos en la importación y presentar una rentabilidad razonable dentro del mercado.
Publicidad	Se debe plantear las estrategias necesarias para la promoción del producto a comercializar

Realizado por: Autor

2.2. MARCO CONCEPTUAL

2.3.1. *Importación*

Las importaciones ayudan con el envío genuino de bienes y servicios de un país a otro, los cuales son adquiridos para su comercialización dentro del país que carece de estos bienes y servicios

2.3.2. *Globalización*

Es un proceso económico, tecnológico, político, social, empresarial y cultural a nivel mundial, que participan diferentes países con el propósito de crecimiento uniendo sus mercados, costumbre, mediante la transformación de su sociedad, económicas y políticas las que evolucionan a un carácter global

2.3.3. *Economía*

Según Hernández Perez, Araceli. (2014, pág. 3) menciona que la economía es la ciencia que estudia la actividad humana como productora, consumidora y distribuidora de bienes, así como la escasez que limitan la producción, es decir, la actividad humana como productora

pueden ser las compañías que necesitan de materias primas, mano de obra, instalaciones y maquinaria, los cuales se obtienen comprándolas a personas o a empresas que los producen, estos pagos que realizan constituyen los costos de producción.

2.3.4. Comercio exterior

El comercio exterior representa el intercambio entre un país y otro, en términos de bienes y servicios. con el fin de que las naciones involucradas puedan cubrir sus necesidades de mercado tanto externas como internas.

2.3.5. Muestra

Subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta.

2.3.6. Encuestas

Tal vez sea el instrumento más utilizado para recolectar los datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.

2.3.7. Planeación

Implica trazar una directriz; establecer programas o guías económicas, numéricas y conceptuales, y definir objetivos, etapas de financiamiento, marco jurídico y estructura organizativa idónea, para iniciar, mantener, desarrollar y culminar las actividades a realizar.

2.3.8. Aranceles

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación).

FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia) Se aplica el 0.5% sobre la base imponible de la importación.

ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.

IVA (Impuesto al Valor Agregado) Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE.

2.3.9. Seguros

En el Artículo 233 del Capítulo IX de Garantías Aduaneras indica que consiste en la obligación accesoria que se contrae a satisfacción de la autoridad aduanera, con el objeto de asegurar el pago de los tributos al comercio exterior eventualmente exigibles aplicados a la importación o exportación; el cumplimiento de las formalidades determinadas por la Administración Aduanera; y, las obligaciones contraídas para con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por los operadores del comercio exterior para el ejercicio de sus actividades. (Aduana del Ecuador, 2015)

En el reglamento en Capítulo IX de Garantías Aduaneras el Artículo 237 indique de las garantías que debe cumplir

Las garantías deberán cumplir las siguientes disposiciones, según corresponda:

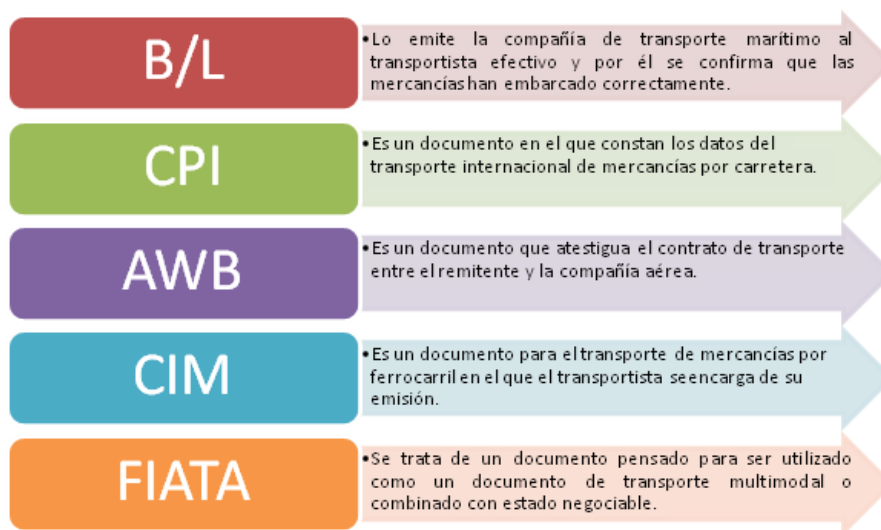
- a) Las garantías serán expresadas en dólares de los Estados Unidos de Norteamérica;
- b) Las garantías serán incondicionales, irrevocables y de cobro inmediato, permitiendo la ejecución total o parcial, condiciones que deberán constar en el texto de la garantía rendida;
- c) Para todos los casos, la Administración Aduanera contará con sesenta días hábiles adicionales, desde el vencimiento de la garantía, para iniciar la acción de cobro, cuando dicha acción no se haya iniciado el día del vencimiento;
- d) En caso de que una garantía general sea ejecutada parcialmente, el operador autorizado, deberá restituir el valor ejecutado, de manera que el valor afianzado total se mantenga durante todo el periodo autorización;
- e) Las garantías bancarias y pólizas de seguros siempre deberán registrar la firma del asegurado;

f) Sin perjuicio de las acciones administrativas a que hubiere lugar por la falta de renovación y/o vigencia de la garantía general, se procederá con la suspensión inmediata del código de operación, para lo cual la unidad que custodia la garantía, deberá comunicar al área competente. (Aduana del Ecuador, 2015)

2.3.10 Embarque.

Los conocimientos de embarque serán adaptados de acuerdo a las necesidades del importador, puesto que el definirá cual es el medio de transporte más adecuado para hacer llegar las mercancías al destino final. Los importadores a diario se enfrentan a dificultades de tipo transaccional, puesto que aún no conocen con claridad los requisitos necesarios o en si las opciones que tienen para transportar las mercancías. (Aduana del Ecuador, 2015)

Por esta razón es importante hacer énfasis en los requerimientos en esta ocasión el Conocimiento de Embarque que si bien es el acuerdo entre el transportista y el importador para hacer llegar las mercancías al destino final. Este conocimiento de embarque puede ser de varios tipos B/L para transporte marítimo, AWB para transporte aéreo, CPI para transporte terrestre internacional, CIM para transporte por tren y finalmente FIATA para transporte multimodal. Debe entenderse con claridad que el importador definirá que medio de transporte es el más conveniente para sus mercancías. (Aduana del Ecuador, 2015)



Realizado: Autor

2.3.11. Requisitos de importación

1. Obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI).

2. Obtener el Certificado digital para la firma electrónica y Autenticación otorgado por el Banco Central del Ecuador y Security Data en: <http://www.eci.bce.ec/web/guest> y <http://www.securitydata.net.ec>

1. Registrarse en el Portal de ECUAPASS: <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>

4. A través de un Agente de Aduana se procederá a realizar los trámites de desaduanización de las mercancías, quien asesorará al importador que mercancía se puede o no importar, así como los respectivos requisitos que cumplir el producto según los requisitos establecidos por la ley. (Aduana del Ecuador, 2015)

2.4. IDEA A DEFENDER

2.4.1. General.

Con la realización del proyecto de importación y comercialización de filtros marca: Advance, para la empresa “Comercial Garces”, ubicada en el cantón Quero, provincia de Tungurahua, desde Beijing – China, en el periodo 2018-2019 permitirá satisfacer las necesidades de sus clientes superando sus expectativas, en forma suficiente, económica con productos de calidad.

2.4.3. Variables

2.4.3.1. Variable Independiente.

Importación y comercialización

2.4.3.1. Variable Dependiente.

Empresa Comercial Garces

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Modalidad de la Investigación

El presente trabajo parte de una investigación cualitativa y cuantitativa, la cual se basa en métodos para la recolección de información para documentar la investigación cuyos datos ayudaran a realizar el proyecto de importación y comercialización los cuales ayudaran a la redacción de las recomendaciones y conclusiones.

3.2. Tipos de investigación

El presente trabajo investigativo será de tipo mixto, descriptivo, explicativo, correlacional y finalmente bibliográfico documental. Los que permitirán establecer bases en cuanto a la Comercio exterior y de los procesos de importaciones enmarcados en la eficiencia, eficacia, efectividad con el nivel de cumplimiento de la normativa legal vigente.

Documental: Utilizaremos en esta investigación ya que nos basaremos en la revisión de leyes reglamentos y normativas establecidas por el organismo regulador de comercio exterior y bases legales a cumplir para el proceso de importación de repuestos automotrices.

Descriptiva: Consideramos oportuno aplicar esta investigación ya que nos ayudaran a aplicar procesos y fases dentro de nuestro plan de importación.

Explicativa: Se recurrirá a este tipo de estudio para explicar las necesidades que tienen los clientes para comprar los filtros de vehículos, como también explicar porque se seleccionará el país de origen para la importación de este producto en relación de los costos de importación.

Estudio exploratorio: Ayudará a indagar problemas que se identifiquen en los procesos de importación desde China.

Estudio descriptivo: Permitirá la descripción de fenómenos, situaciones, contextos y eventos, en búsqueda de las propiedades y características que se sometan a un análisis.

Estudio correlacional: Permitirá conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más variables del objeto de estudio.

3.3. Métodos, Técnicas e Instrumentos.

3.3.1. Métodos

Método Inductivo: Este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y Metodología de la investigación se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría.

Analítico: Nos ayudará a evaluar el plan de importación con todos sus requisitos también realizar un análisis financiero mediante un flujo de caja lo que nos permitirá demostrar la factibilidad de importar filtros de vehículo desde China. (Bernal Torres, 2010)

3.3.2. Técnicas

Encuesta: La aplicaremos a la cartera de clientes de Comercial Garcés con el fin de determinar las principales motivaciones que tendrán para adquirir nuestro producto importado.

3.3.2. Instrumentos

Guía de entrevista: La usaremos de soporte en las entrevistas al gerente de la empresa.

Cuestionario: diseñado con preguntar para la cartera de cliente de Comercial Garcés.

3.4. Campo de Acción:

La presente investigación se realizará en la empresa Comercial Garcés de la ciudad de Quero, provincia de Tungurahua, ubicada en las calles 17 de abril y Guayaquil Barrio Sur.

3.5. Población y muestra.

Personal administrativo y clientes de la empresa.

Tabla 8-3 Población del personal de la empresa Comercial Garcés

SUJETOS	NÚMERO
Personal Administrativo.	8
Clientes	500
TOTAL	508

Fuente: Comercial Garces.

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan.

Se conoce como muestra al subconjunto de los individuos de una población. En el caso de este trabajo investigativos, la población es muy amplia por lo cual se tuvo que calcular la muestra.

3.5.1. Muestra

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

Simbología:

n= Tamaño de la muestra

N= Población 500

E= Error muestral 5% 100 = 0.05

Z= Nivel de confianza 1.96 (95%)

p= Probabilidad de ocurrencia 50%= 0.5

q= 1 – p = Probabilidad de no ocurrencia 50%= 0.5

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 500}{0.05^2(500 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.50}$$

$$n = \frac{480.20}{2.2073}$$

$$n = 217$$

3.5.2 Encuesta.

1. ¿Existe en la empresa actualmente un proceso de importando algún producto automotriz desde China?

Si_____ **NO**_____

Porque:.....

2. ¿La empresa cuenta con un procedimiento de importación?

Si_____ **NO**_____

3. ¿Estaría interesado en importar filtros marca: Advance y ser distribuidor Directo?

Si_____ **NO**_____

4. ¿Qué cantidad, del producto espera importar?

Cantidad

- 1.- 20.000 ()
- 2.- 30.000 ()
- 3.- 40.000 ()

5. Marque en que tiempo espera realizar la importación del producto

- Mensual ()
- Semestral ()
- Anual ()

6. Marque con las formas de pago que usted estaría dispuesto a utilizar en el pago de la importación

Crédito

Pago de contado contra entrega

Pago por anticipado

El 50% al inicio y el 50% contra entrega

De acuerdo a los términos contractuales

otros

7. ¿Sabe de algún obstáculo que pueda dificultar la entrada al país del producto?

Si _____

NO _____

Porque:.....

8. ¿Qué opinión tiene sobre los productos de origen chino?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Malo

9. ¿Sabe usted de la existencia de algún comercial donde se venta la marca de filtro Advance?

Si _____ NO _____

10. Indicar si existe personal con conocimientos técnicos en materia aduanera:

Si _____ NO _____

ENCUESTA A LOS CLIENTES.

DATOS

Sexo: Masculino (____), Femenino (____)

Edad: _____

Objetivo: Conocer el nivel de satisfacción de los clientes y sus expectativas obteniendo información necesaria sobre sus gustos y preferencias, saber si recomendarían el producto.

1.- ¿Conoce usted la empresa “COMERCIAL GARCES”?

Si _____ NO _____

2.- ¿Le gustaría otra marca de filtros para su automotor?

Si _____ NO _____

3.- ¿Cuál de las siguientes características para usted, influyen en la compra del producto?

Precio

Calidad

Marca

4.- Probaría una nueva marca de Filtros

Si _____ NO _____

5.- ¿Conoce la marca de Filtros Advance?

Si _____ NO _____

6.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un producto de origen chino?

Si _____ NO _____

Porque:.....

7.- ¿Dónde gustaría poder comprar este producto?

Locales comerciales

Internet

Otros

8.- ¿Cómo le gustaría recibir la información sobre este producto?

Internet

Radio

Televisión

Correo

9.- ¿Recomendaría la marca de filtros para su comercialización?

Si _____ NO _____

10.- ¿Cuál es su opinión en la presentación del producto?

Excelente

Buena

Regular

Mala

Pésima

3.5.2 Análisis de la encuesta

3.5.2.1 Encuesta realizada a clientes

1.- ¿Conoce usted la empresa “COMERCIAL GARCES”?

Tabla 9-3: Pregunta 1

RESPUESTA	PORCENTAJE	TABULACIÓN
SI	99%	215
NO	1%	2
TOTAL	100%	217

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan.

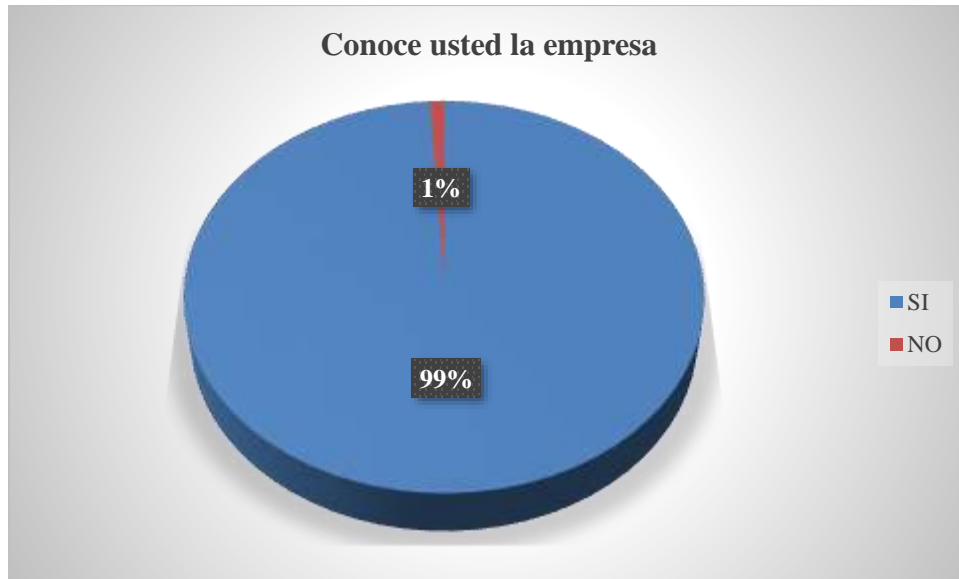


Gráfico 2-3: Conoce usted la empresa

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan.

Análisis e interpretación

El 99% de las personas encuestadas indican que conocen la empresa, mediante el 1% que no conoce del Comercial Garces, por tal motivo se puede evidenciar que la empresa tiene una buena acogida por parte de sus clientes dando como fortaleza.

Es importante indicar que una de las ventajas que una empresa puede tener es que sus clientes tengan conocimiento y aceptación de los productos que ofrece dentro de su portafolio de ventas con el objetivo de poder brindar un servicio de calidad y con productos garantizados.

2.- ¿Le gustaría otra marca de filtros para su automotor?

Tabla 10-3: Pregunta 2

RESPUESTA	PORCENTAJE	TABULACIÓN
SI	70%	155
NO	30%	62
TOTAL	100%	217

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan.

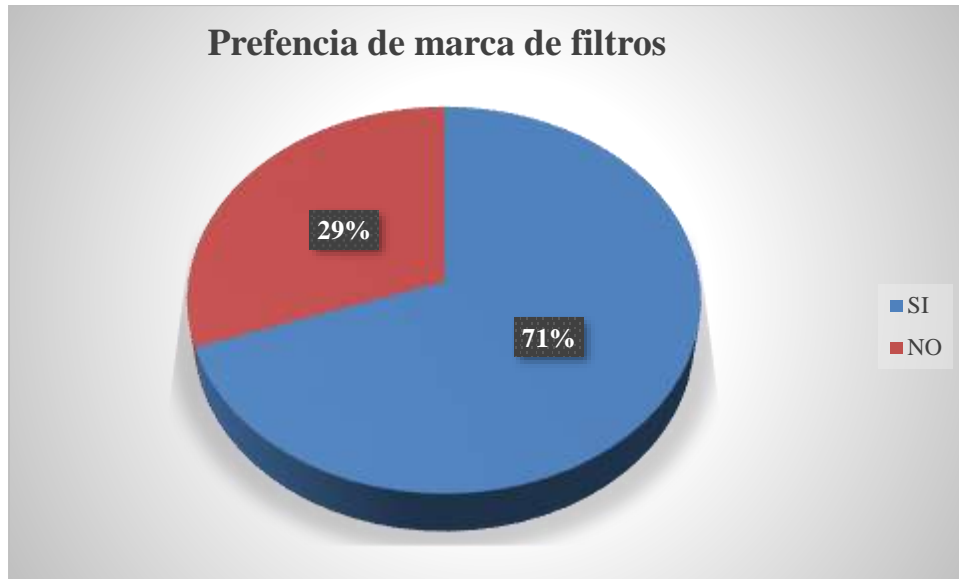


Grafico 3-3: Preferencia de marca de Filtros

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

El 70% por ciento de los clientes encuestados tienen una aceptación por el cambio de un nuevo producto el cual ofrecería una mejor calidad y el 30% por ciento tiene una resistencia al cambio de un nuevo producto o sustituto de la marca estándar de su vehículo por uno diferente.

Es importante indicar a los clientes que los productos sustitutos de la marca de un vehículo pueden ser de mejor calidad.

3.- ¿Cuál de las siguientes características para usted, influyen en la compra del producto?

Tabla 11-3: Pregunta 3

RESPUESTA	PORCENTAJE	TABULACIÓN
Precio	36%	79
Calidad	58%	126
Marca	6%	12

TOTAL	100%	217
-------	------	-----

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

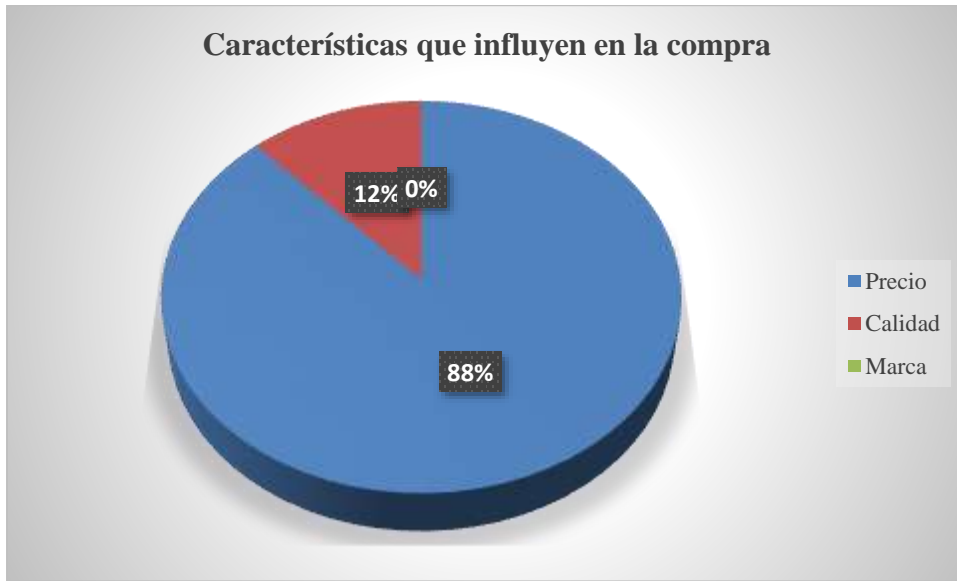


Grafico 4-3: Características que influyen en la compra

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

La principal característica que influye al momento de comprar un producto es la Calidad en la encuesta realizada a los Clientes la cual representa el 58% por ciento, el precio se establece en segundo lugar con el 36% por ciento y el 6% por ciento en el precio.

4.- Probaría una nueva marca de Filtros

Tabla 12-3: Pregunta 4

RESPUESTA	PORCENTAJE	TABULACIÓN
SI	84%	182
NO	16%	35
TOTAL	100%	217

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan



Grafico 5-3: Probaría un nuevo filtro

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Del 84% por ciento de los encuestados se puede ver que están dispuestos a probar una marca diferente de Filtros, por lo que sería una buena estrategia incorporar la nueva marca importada desde china con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes con calidad, también no hay que descuidar el 16% por ciento que presenta una negatividad en el cambio o en la aceptación de nuevos productos.

5.- ¿Conoce la marca de Filtros Advance?

Tabla 13-3: Pregunta 5

RESPUESTA	PORCENTAJE	TABULACIÓN
SI	70%	152
NO	30%	65
TOTAL	100%	217

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

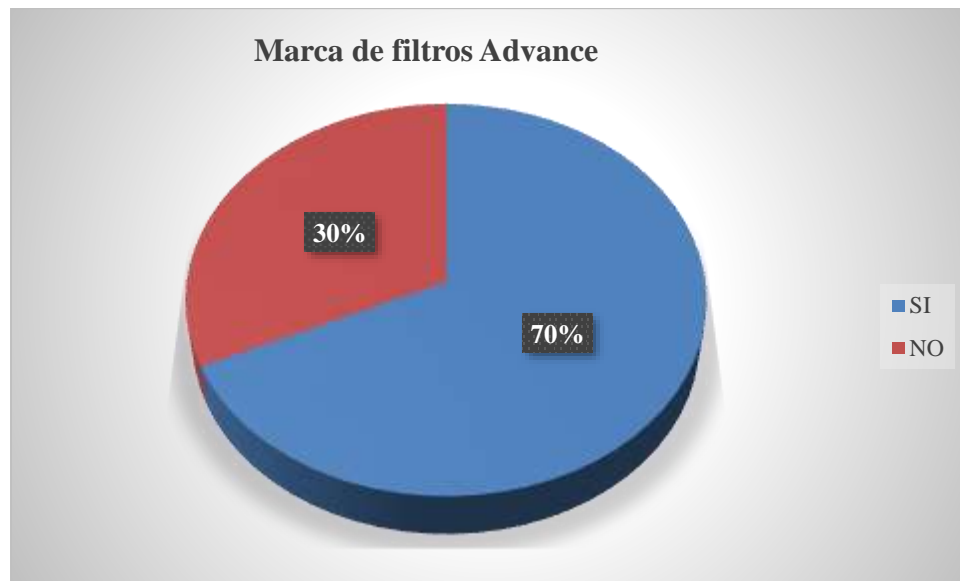


Grafico 6-3: Marca de filtros Advance

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

El 70% por ciento de los clientes saben de la marca de filtros Advance sabiendo que es una marca innovadora la cual posee una gama de filtros de alto rendimiento y calidad para la línea automotriz, una de las estrategias de la marca de filtros Advance presenta una marca fija enfocada en la calidad lo que garantiza una cadena de comercialización, el 30% por ciento no conoce por este motivo se tiene que realizar una campaña publicitaria la cual haga visible todas las características del producto.

6.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un producto de origen Chino?

Tabla 14-3: Pregunta 6

RESPUESTA	PORCENTAJE	TABULACIÓN
SI	68%	148
NO	32%	69
TOTAL	100%	217

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

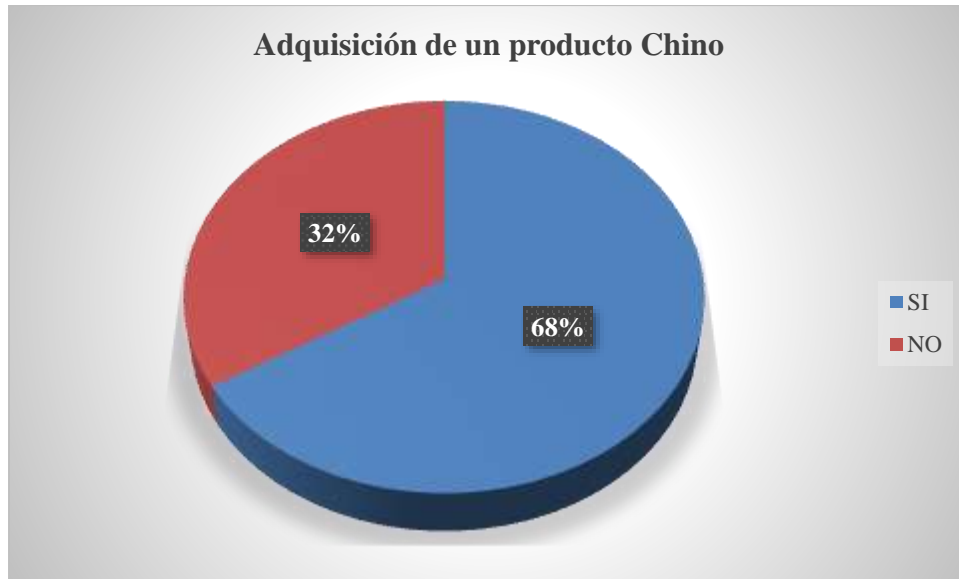


Gráfico 7-3: Adquisición de un producto chino

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

El 68% por ciento encuestado responde que estaría dispuesto en adquirir un producto de origen Chino por tanto nos indica que las preferencias de los Clientes es buena, es importante lograr que el 32% por ciento de los encuestados de los cuales no están dispuestos en comprar un producto de origen chino, uno de los factores negativos es la calidad del producto o el desconocimiento de que los productos chinos están integrando nuevas tecnologías y procesos los cuales ayudan que la calidad del producto mejore.

7.- ¿Dónde gustaría poder comprar este producto?

Tabla 15-3: Pregunta 7

RESPUESTA	PORCENTAJE	TABULACIÓN
Locales Comerciales	88%	191
Internet	12%	26
otros	0%	0
TOTAL	100%	217

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

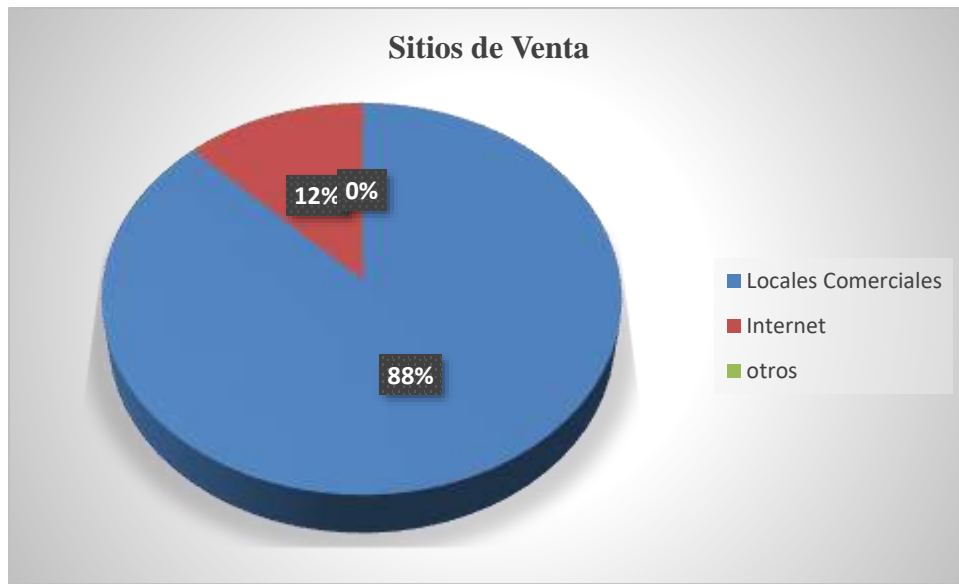


Grafico 8-3: Sitios de Venta

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Mediante este resultado podemos determinar donde los clientes prefieren realizar sus compras en primer lugar tenemos con el 88% por ciento compra en locales comerciales eso indica que el cliente quiere tener contacto directo con la empresa y poder ver directamente el producto de su preferencia, en segundo lugar es compra por internet con el 12% el uso de nuevas tecnologías como el internet que ayuda a llegar a nuevos mercados eso facilita que los clientes puedan adquirir sus productos en cualquier lugar donde se encuentre.

8.- ¿Cómo le gustaría recibir la información sobre este producto?

Tabla 16-3: Pregunta 8

RESPUESTA	PORCENTAJE	TABULACIÓN
Internet	60%	130
Radio	14%	30
Televisión	24%	53
Correo	2%	4

TOTAL	100%	217
-------	------	-----

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

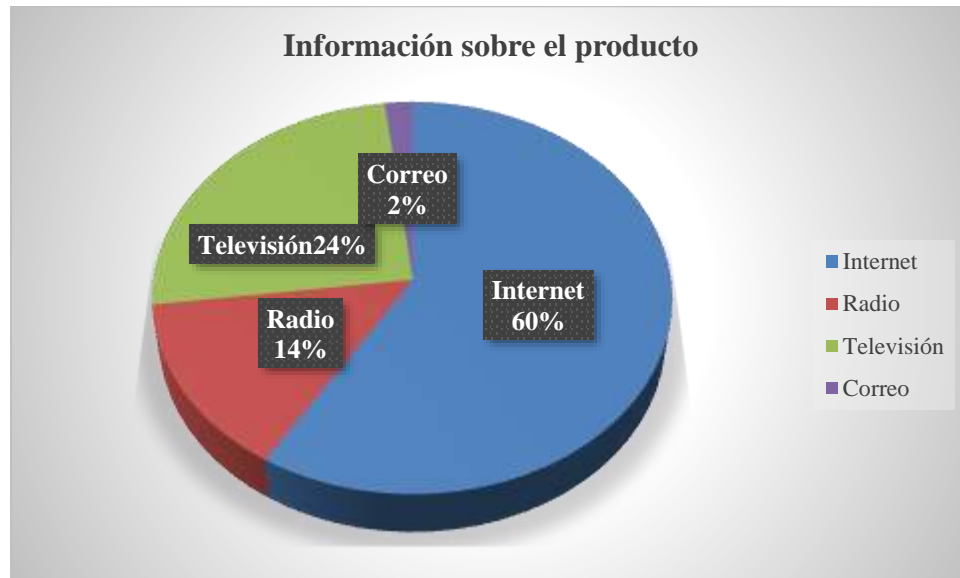


Gráfico 9-3: Información sobre el producto

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Las preferencias de los clientes sobre la información novedades y actualizaciones del producto se estable en tres canales de comunicación en primer lugar internet con el 60% por ciento, en segundo lugar, la Televisión con el 24% por ciento y en tercer lugar la radio con el 14% y Correo con el 2% estos medios ayudan a la publicidad y divulgación del producto.

9.- ¿Recomendaría la marca de filtros para su comercialización?

Tabla 17-3: Pregunta 9

RESPUESTA	PORCENTAJE	TABULACIÓN
SI	98%	212
NO	2%	5
TOTAL	100%	217

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan



Grafico 10-3: Recomendación de la marca

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

El resultado de esta pregunta el 98% por ciento responde que si recomendaría el uso de la marca de filtros Advance lo que permitirá a la empresa poder tener un mercado más grande en el cual logre la captación de nuevos clientes por tal motivo podrá aumentar sus ventas e importaciones.

Mientras que el 2% por ciento no recomendaría la marca de filtros Advance

10.- ¿Cuál es su opinión en la presentación del producto?

Tabla 18-3: Pregunta 10

RESPUESTA	PORCENTAJE	TABULACIÓN
Excelente	48%	104
Bueno	40%	86
Regular	12%	27
Malo	0%	0
TOTAL	100,00%	217

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

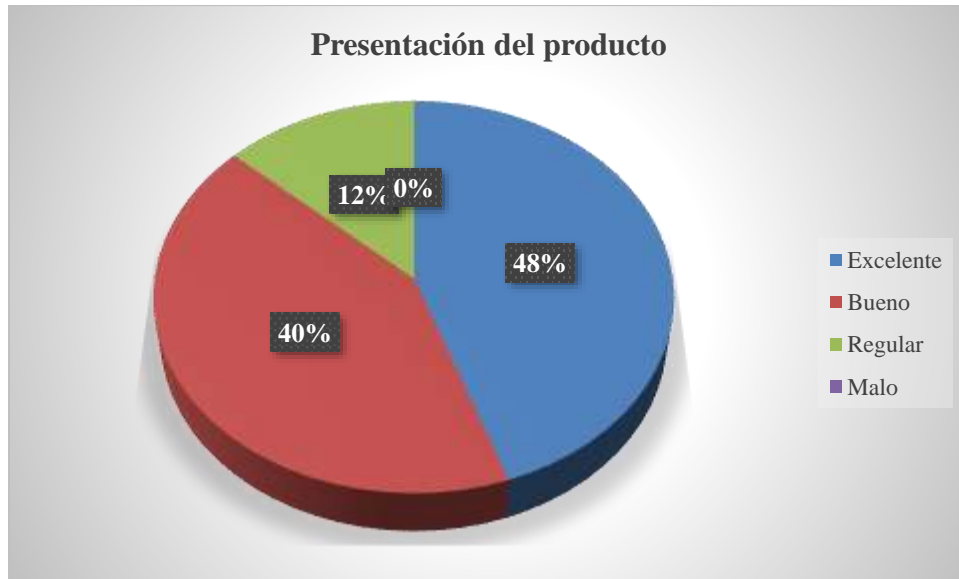


Grafico 11-3: Presentación del producto

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Con el 48% excelente, el 40% bueno, 12% regular estos son los gustos y preferencias de los clientes sobre la presentación del producto esto ayudara al momento de presentar la marca de filtros su empaquetado y almacenamiento por lo tanto es factor que influye en la toma de decisión de comprar un producto.

3.5.2.1 Encuesta realizada al personal administrativo.

1: ¿Existe en la empresa actualmente un proceso de importación de algún producto desde China?

Tabla 19-3: Pregunta 1

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	1	12.50%
NO	7	87.50%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

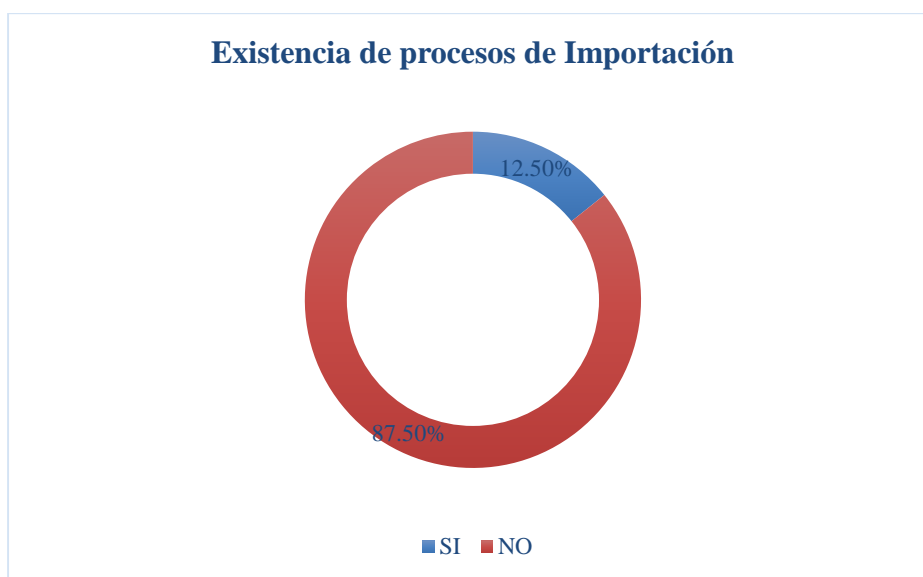


Grafico 12-3: Existencia de procesos de Importación

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

La cuestión respondida por los empleados nos demuestra que en la empresa actualmente no se están llevando a cabo ningún proceso de importación.

2: ¿La empresa cuenta con un procedimiento de importación?

Tabla 20-3: Pregunta 2

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	8	100%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

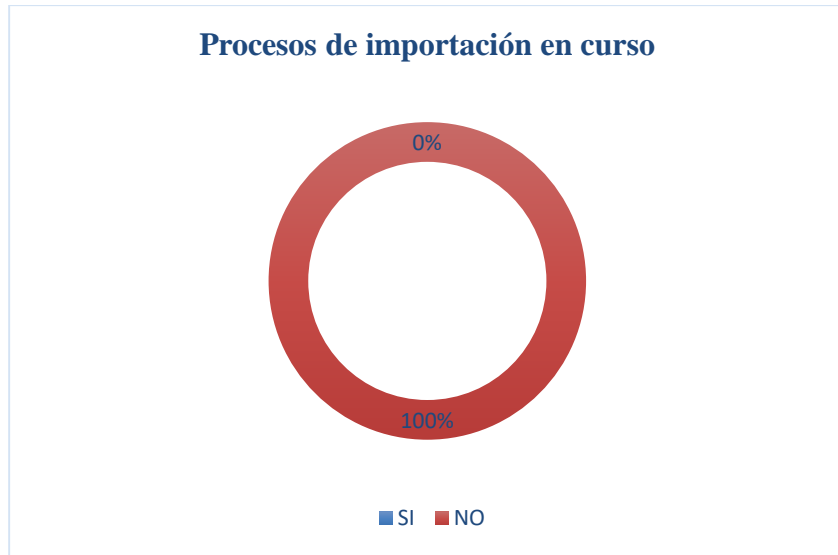


Grafico 13-3: Procesos de importación en curso

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

La empresa no ha desarrollado ningún proceso que permita definir como realizar ninguna importación a futuro por lo que los empleados no están capacitados en ningún procedimiento.

3: ¿Estaría interesado en importar filtros marca: Advance y ser distribuidor directo?

Tabla 21-3: Pregunta 3

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	8	100%
NO	0	0%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan



Grafico 14-3: Interés en importar Filtros

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Los empleados en su totalidad demuestran que interesados en ser distribuidores directos de los Filtros Advance sin importar el proceso que haya que realizar para la importación de los mismos.

4: ¿Qué cantidad del producto espera importar?

Tabla 22-3: Pregunta 4

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
20000	6	75%
30000	2	25%
40000	0	0%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

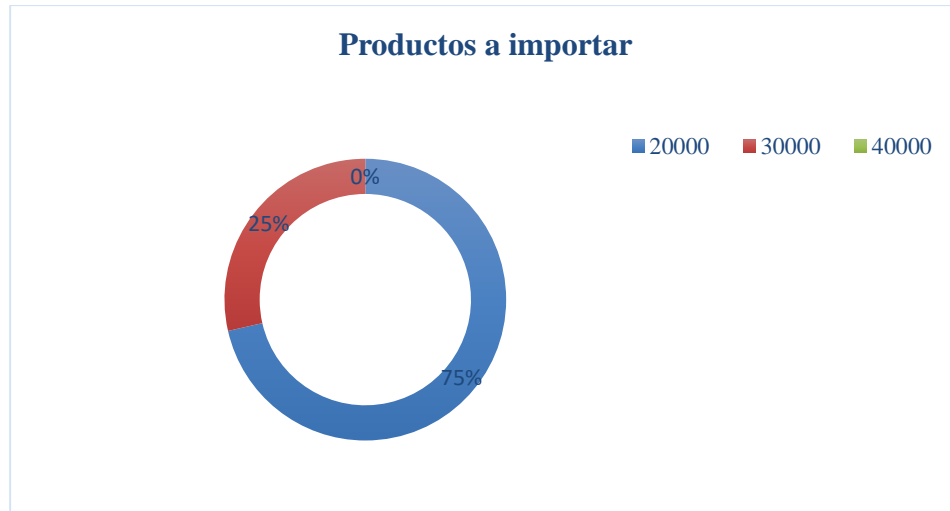


Grafico 15-3: Productos a importar

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Se puede apreciar que la mayor parte de empleados consideran que hay que iniciar por ganar mercado por lo han optado por la opción más pequeña en la cantidad a ser adquirida.

5: ¿Marque en que tiempo espera realizar la importación del producto?

Tabla 23-3: Pregunta 5

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
MENSUAL	3	37.50%
SEMESTRAL	3	37.50%
ANUAL	2	25%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

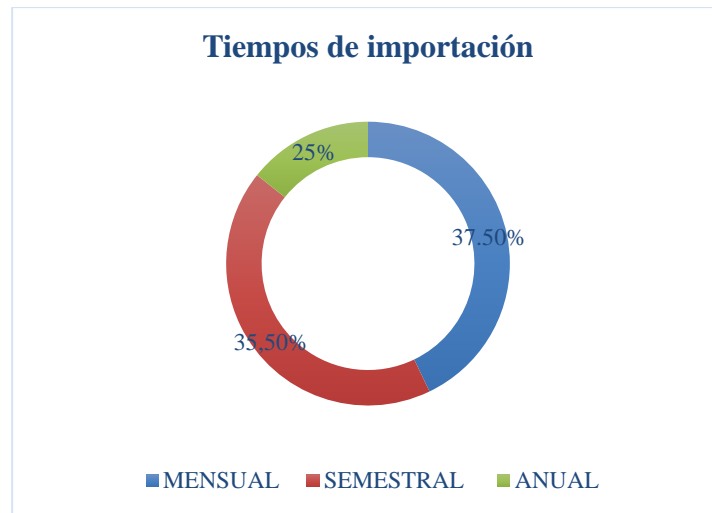


Grafico 16-3: *Tiempos de importación*

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Las opiniones se encuentran divididas sobre los tiempos para realizar los procesos de importación entre mensual y semestral lo que nos indica que en su conocimiento hay gran demanda por los filtros de automóviles.

6: ¿Marque las formas de pago en las que usted estaría dispuesto a utilizar en el pago?

Tabla 24-3: *Pregunta 6*

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
CRÉDITO		0%
CONTRA ENTREGA		0%
POR ANTICIPADO	2	25%
50% INICIO 50% CONTRA ENTREGA	3	37.50%
DEACUERDO CON LOS TERMINOS	3	37.50%

CONTRACTUALES		
OTROS		0%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

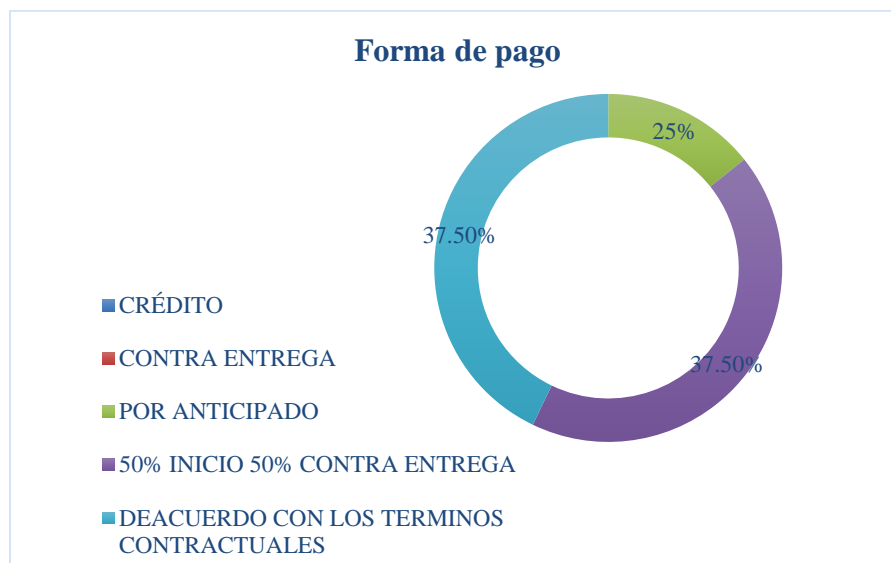


Grafico 17-3: Forma de pago

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Las personas están dispuestas a asegurar su inversión por lo que prefieren realizar sus pagos contra entrega y acorde a los términos que se establezcan en la seguridad que les ofrecen los contratos.

7: ¿Sabe de algún obstáculo que pueda dificultar la entrada al país del producto?

Tabla 25-3: Pregunta 7

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	5	62.50%
NO	3	37.50%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

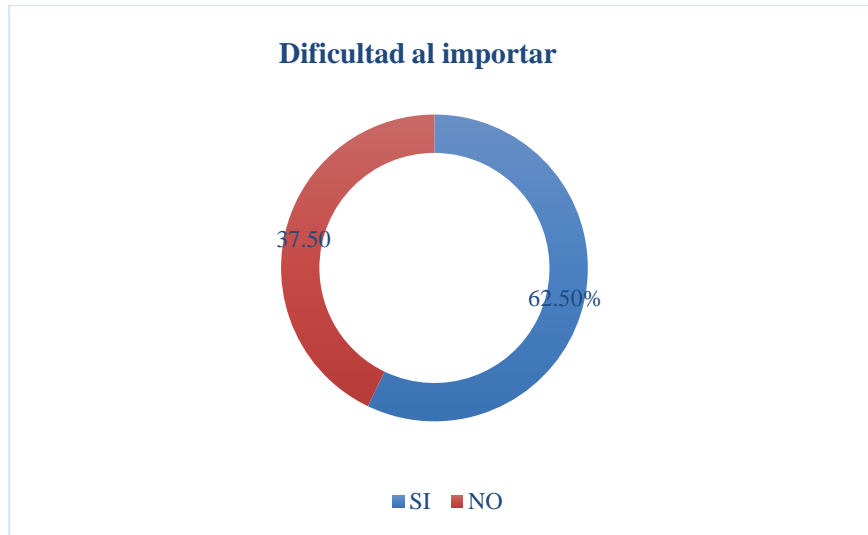


Grafico 18-3: Dificultad al importar

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Los empleados debido a su falta de experiencia en importación desconocen de obstáculos al momento de realizar importaciones y los que si conocen están muy influenciados por desconocimiento de normativa legal y su desconocimiento del procedimiento.

8: ¿Qué opinión tiene sobre la calidad de los productos de origen chino?

Tabla 26-3: Pregunta 8

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
EXCELENTE		0%
MUY BUENO	7	87.50%
BUENO	1	12.50%
REGULAR		0%
MALO		0%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

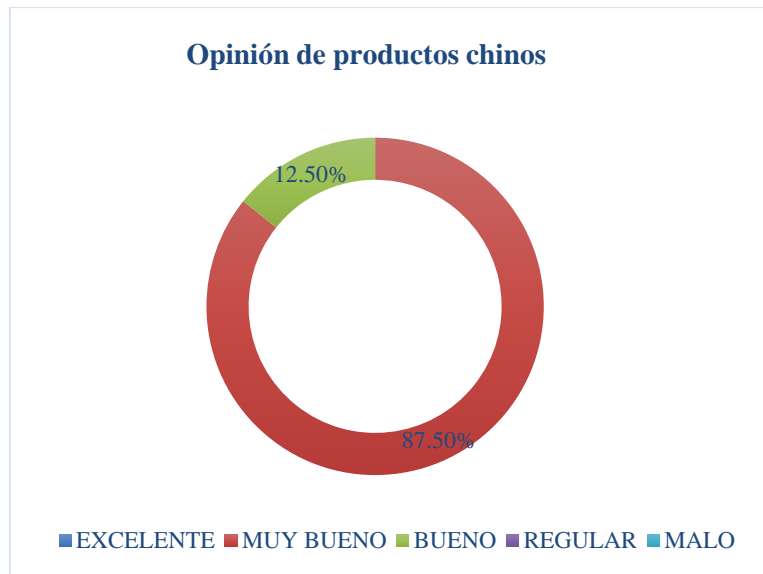


Grafico 19-3: Opinión de productos chinos

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Las inclusiones al mercado local de varios productos de origen chino han cambiado la apreciación de las personas por estos bienes por lo que los empleados consideran que su calidad en general es muy buena.

9: ¿Sabe usted de la existencia de algún lugar comercial donde se venda la marca de filtro advance?

Tabla 27-3: Pregunta 9

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	5	62.50%
NO	3	37.50%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

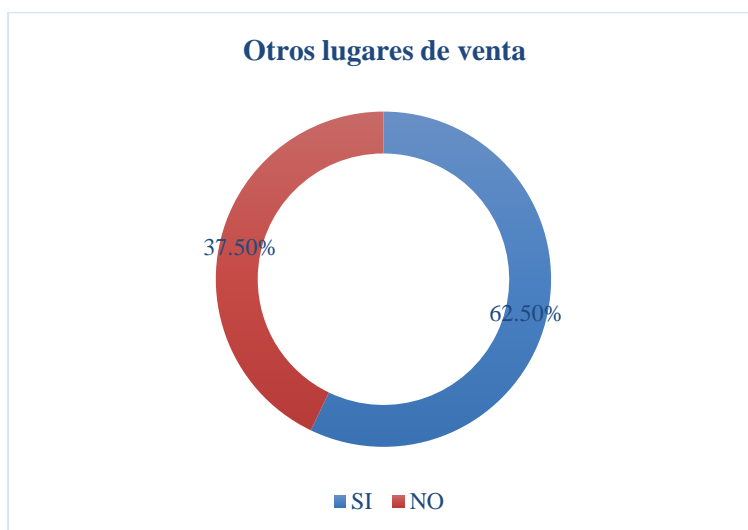


Grafico 20-3: Otros lugares de venta

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

La mayor parte de los empleados refieren conocer un lugar donde se puedan adquirir esta marca de filtros mientras que un porcentaje menor desconocen donde un lugar donde se pueda adquirir este tipo de filtros.

10: ¿Indicar si existe personal con conocimientos, técnicos en materia aduanera?

Tabla 28-3: Pregunta 10

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SI	7	87.50%
NO	1	12.50%
TOTAL	8	100%

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan



Grafico 21-3: Conocimientos en importación

Elaborado por: Garces Real, Alex Hernan

Análisis e interpretación

Una gran ventaja es que en la empresa existe personal que puede ser de mucha ayuda para dinamizar el proceso de importación y reducir los tiempos en los procesos.

CAPITULO IV: MARCO PRPOSITIVO

4.1. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

4.1.1 Contenido

La presente propuesta contendrá los siguientes lineamientos que la empresa Comercial Garces ubicada en el cantón Quero, Provincia de Tungurahua, deberá seguir para ser un

importador de los Filtros de la marca Advance desde Beijing China durante el periodo 2018-2019.

El fabricante con la cual la empresa desea importar es la empresa "MEIRUIER" Fliter, que opera desde 1999. Posee un mercado mercado de capital y ventas. Desde la fundación de la empresa, invirtió más de 30 millones de RMB (renminbi), con introducción de tecnología y equipos nacionales e internacionales avanzados. Desarrollo y producción más de 800 variedades de productos, como todo tipo de separadores de aceite y agua, filtro de combustible, filtro de aceite ect, para todo tipo de grupos electrógenos de maquinaria, ingeniería automotriz. Ante la competencia cada vez más feroz del mercado. Ya hemos fundado una nueva fábrica que tiene más de 80000 metros cuadrados en la provincia de Anhui. Crea la calidad de primera clase, proporciona el servicio de primera clase, el filtro "MEIRUIER" está dispuesto a cooperar de todo corazón con los clientes nacionales y extranjeros, y crea el gran. cianotipo. (Meiruier, 2000)

4.1.2. Ubicación Geográfica de la Empresa

Ciudad: Anhui

Provincia: Hefei

País: China

Sitio web: www.mrefilter.com

Contacto a nivel internacional: Correo electrónico: info@mrefilter.com

- Teléfono: 86-553-8118111



4.2. Flujo grama del proceso de importación

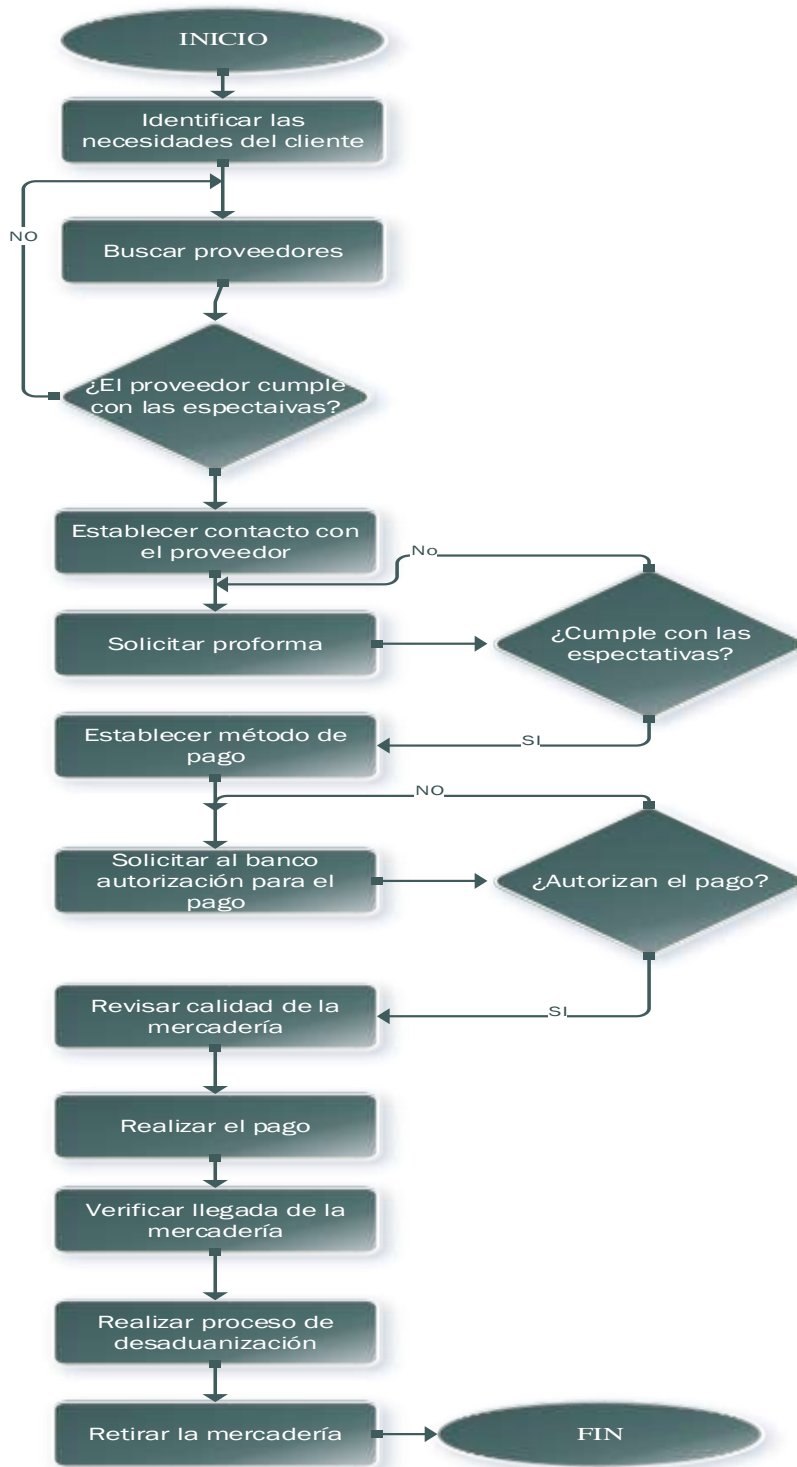


Grafico 22-4: Procedimiento de importacion

Realizado por: Autor

4.3. Tipos de Incoterm.

La empresa deberá seleccionar y estipular el INCOTERMS el cual se ajuste a sus necesidades e interés de la empresa que está importando, en el sistema aduanero ECUAPASS es el que requiere una buena selección y utilización del INCOTERMS, median la cual determinara el valor en aduana. (Afia Guías Incoterms, 2019, pág. 7).

Hay que tener en cuenta que unas de las reglas del INCOTERMS funciona siempre que las partes establezcan un lugar como un puerto el cual debe contar con sus especificaciones las que deberán ser precisas y puedan ser localizadas de forma clara. (Afia Guías Incoterms, 2019, pág. 7).

Uno de los aspectos a tener en cuenta a la hora de firmar un contrato de compraventa internacional es la elección adecuada del Incoterms. Contemos o no con la posibilidad de elegir el medio de transporte en el que se realizará la entrega, conviene que tengamos presente cuáles son los Incoterms que nos interesaría incluir en nuestro contrato particular de compraventa. (Afia Guías Incoterms, 2019, pág. 7).

Se pueden dividir en dos tipos:

- **Multimodal:** aptos para cualquier modo de transporte, o si se utiliza más de un modo (incluyendo los casos en que se utiliza el buque para la realización de parte del transporte de las mercancías). (Afia Guías Incoterms, 2019, pág. 7)
- EXW En fábrica
- FCA Franco transportista
- CPT Transporte pagado hasta
- CIP Transporte y seguro pagados hasta
- DDP Entregada, derechos pagados
- DAT Entregada en terminal
- DAP Entregada en el lugar convenido

- **Marítimo y por vías navegables de interior:** cuando el punto de entrega se localiza en un puerto, y el lugar al cual se transportan las mercancías para el comprador (importador) también. (Afia Guías Incoterms, 2019, pág. 7)

- FOB Franco a bordo
- FAS Franco al costado del buque
- CIF Coste, seguro y flete
- CFR Coste y flete

4.3.1. Selección del Incoterms

“Franco a Bordo” significa que el exportador entregará la mercancía a bordo del buque designado por el importador, en el puerto de embarque convenido (en la forma habitual en dicho puerto). También es posible que el exportador obtenga la mercancía ya entregada en estas condiciones (a bordo del buque), como en los casos de materias primas, u otras mercancías asociadas a ventas en cadena. (Afia Guías Incoterms, 2019, pág. 12).

4.3.2. Obligaciones de las partes.

4.3.2.1. Exportador

- Entregar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa.
- Obtener las licencias / autorizaciones necesarias para exportar, si procede.
- Verificar, embalar, marcar y realizar las inspecciones pre-embarque de la mercancía que resulten obligatorias en su país (del exportador).
- Realizar los trámites aduaneros para exportar, si procede.

- Poder contratar el transporte, por cuenta y riesgo del importador, si éste lo solicita o si responde a la práctica comercial habitual. Aunque el exportador puede negarse a formalizar ese contrato de transporte, avisando de ello al importador.
- Suministrar información, por cuenta y riesgo del importador, para que éste contrate el seguro.
- Avisar al importador, por cuenta y riesgo de éste, de que la mercancía ha sido entregada, o de que el buque no ha podido recogerla en la fecha prevista.
- Suministrar el justificante habitual de entrega de la mercancía.
- Prestar apoyo al importador para la obtención del documento de transporte, así como suministrar la información necesaria para la importación y transporte de la mercancía hasta el destino final; todo ello por cuenta y riesgo del importador. (Afia Guías Incoterms, 2019, pág. 13)

4.3.2.2. *Importador*

- Pagar el precio establecido en el contrato de compraventa
- Obtener, si procede y así lo estima oportuno, las licencias de importación u otras autorizaciones necesarias, y llevar a cabo las formalidades aduaneras para la importación y transporte de la mercancía. Y pagar las inspecciones pre-embarque obligatorias, salvo cuando la obligatoriedad es establecida por las autoridades del país del exportador.
- Contratar el transporte de la mercancía desde el puerto de embarque designado.
- Comunicar al exportador, con tiempo suficiente, el nombre del buque, el punto de carga y, si resulta necesario, el momento en el que ha de entregar la mercancía.
- Ayudar, de forma oportuna, al exportador (a petición y por cuenta de éste) para que obtenga la información y documentos necesarios para el transporte y exportación de la mercancía.
- Aceptar el justificante de entrega de la mercancía suministrado por el exportador.

- Recepción de la mercancía cuando se produzca la entrega.
- Avisar, oportunamente, al exportador sobre los requisitos de información pertinentes, de cara a que aquel (exportador) pueda suministrarle la documentación e información necesaria para la importación y desplazamiento de la mercancía hasta destino. Los correspondientes costes en que incurra el exportador serán reembolsados por el importador. (Afia Guías Incoterms, 2019, pág. 13)



Grafico 23-4: Transferencia de responsabilidades

Fuente: Incoterms 2019

4.3.2.3. Contenedor seco o Dry Van

Un contenedor o container es un recipiente de carga destinado al transporte tanto internacional como nacional mediante las vías marítimas, fluviales terrestres y/o aéreas. El tamaño y forma del mismo varía en función del largo y alto deseados. Aún así la forma y características del mismo están reguladas de acuerdo con la normativa ISO-668:2 (International Organization for Standardization), por esa razón en algunos lugares también se conoce a los containers como contenedores ISO. Esta regulación también facilita la

manipulación y adaptación del mismo a las cubiertas de los buques y los espacios de carga de buques y camiones. (Metropolitana de Aduanas y Transporte, 2019)

20 PIES STANDARD (dry cargo) 20' x 8' x 6'

MEDIDA	EXTERNA (metros/pies)		INTERNA (metros/pies)	
LARGO	6,05m	20'	5,90m	19'4"
ANCHO	2,43m	8'	2,34m	7'8"
ALTO	2,59m	8'6"	2,40m	7'10"



40 PIES STANDARD (dry cargo) 40' x 8' x 6'

MEDIDA	EXTERNA (metros/pies)		INTERNA (metros/pies)	
LARGO	12,19m	40'	12,03m	39'6"
ANCHO	2,43m	8'	2,34m	7'8"
ALTO	2,59m	8'6"	2,40m	7'10"



40 PIES high cube STANDARD (dry cargo) 40' x 8' x 9'6"

MEDIDA	EXTERNA (metros/pies)		INTERNA (metros/pies)	
LARGO	12,19m	40'	12,03m	39'6"
ANCHO	2,43m	8'	2,34m	7'8"
ALTO	2,89m	8'11"	2,59m	8'6"



Fuente: Movicarga Servimaq

4.3.3. Régimen de Importación

Importación para el consumo (Régimen 10)

Es el régimen aduanero de ingreso definitivo de mercancías al país, cuyos procedimientos para su aplicación serán establecidos por el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Las mercancías ingresadas bajo este régimen podrán circular libremente en el Territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera. (Art. 120 del Reglamento al Copci). (Aduana del Ecuador, 2015)

4.4. Requisitos para ser Importador

- Obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Tu situación fiscal debe de estar al corriente
- Contar con la Firma Electrónica Avanzada.
- Contar con los servicios de un agente aduanal o apoderado aduanal.
- Inscribirse en el padrón de importadores.
- Realizar el encargo conferido al agente aduanal.
- Cumplir con el pago de las contribuciones y aprovechamientos aplicables, así como los gastos de almacenaje, carga, descarga, transportación de la mercancía.
- Cumplir con las regulaciones y restricciones no arancelarias que en su caso esté sujeta la mercancía (avisos, normas oficiales mexicanas, permisos, etc.)
- Debes tener el Certificado digital para la firma electrónica y Autenticación otorgado por el Banco Central del Ecuador y Security Data.
- Registrarse en el Portal de ECUAPASS.
- Obtener el RUC. (Tramites y Requisitos Ecuador, 2019)

.4.1. Ruc del Local Comercial Garcés



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 1802245975001
APELLIDOS Y NOMBRES: GARCES JINEZ HERNAN EDALBERTO

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO:	001	ESTADO	ABIERTO	MATRIZ	FEC. INICIO ACT.	15/09/1998
NOMBRE COMERCIAL:	COMERCIAL GARCES				FEC. CIERRE:	23/12/2009
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:					FEC. REINICIO:	03/08/2010

VENTA AL POR MENOR DE ACCESORIOS, PARTES Y PIEZAS DE VEHICULOS AUTOMOTORES
VENTA AL POR MENOR DE LUBRICANTES, REFRIGERANTES Y PRODUCTOS DE LIMPIEZA PARA TODO TIPO DE VEHICULOS AUTOMOTORES

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: QUERO Parroquia: QUERO Calle: 17 DE ABRIL Número: S/N Intersección: GUAYAQUIL
Referencia: FRENTE A LA CAPILLA EL CALVARIO, CASA DE TRES PISOS, ENLUCIDO Telefono Domicilio: 032746612 Celular: 0998854906 Email: comercialgarcés@hotmail.com

No. ESTABLECIMIENTO:	002	ESTADO	CERRADO	LOCAL COMERCIAL	FEC. INICIO ACT.	27/02/2002
NOMBRE COMERCIAL:					FEC. CIERRE:	30/12/2014
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:					FEC. REINICIO:	

SERVICIOS DE TRANSPORTE DE CARGA LIVIANA EN CAMIONETA

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: QUERO Parroquia: QUERO Calle: 17 DE ABRIL Número: S/N Intersección: MARIANO BENITEZ
Referencia: JUNTO AL PARQUE CENTRAL Telefono Domicilio: 032746612 Telefono De Referencia: 032746271

No. ESTABLECIMIENTO:	003	ESTADO	CERRADO	LOCAL COMERCIAL	FEC. INICIO ACT.	21/08/2008
NOMBRE COMERCIAL:	COMERCIAL GARCES 1				FEC. CIERRE:	09/12/2008
ACTIVIDADES ECONÓMICAS:					FEC. REINICIO:	

VENTA AL POR MENOR DE ACCESORIOS, PARTES Y PIEZAS DE VEHICULOS AUTOMOTORES
VENTA AL POR MENOR DE LUBRICANTES, REFRIGERANTES Y PRODUCTOS DE LIMPIEZA

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: QUERO Parroquia: QUERO Calle: AV. 17 DE ABRIL Número: S/N Intersección: GUAYAQUIL
Referencia: A DIEZ METROS DE LA PLAZA JUAN DE ALARCÓN Telefono Trabajo: 0327452300 Celular: 0998854906

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se derivan (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC)

Usuario: LVNRO11008 **Lugar de emisión:** AMBATO/BOLIVAR 1990 **Fecha y hora:** 21/01/2015 09:44:41

4.5. IMPORTACIÓN

En el Ecuador todas las personas sean estén naturales o jurídicas o las personas extranjeras que se encuentren radicados en el país pueden realizar procesos de importación por lo que están en la capacidad de realizar el su registro en el ECUAPAS regulado por la SENAÉ.

4.5.1. Requisitos

Los documentos que se necesitan para realizar una importación son los siguientes:

- Tener Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Encontrarse al día en las obligaciones fiscales (pago de tributos)
- Tener el certificado de Firma Electrónica Avanzada (TOKEN).
- Contratar a un apoderado aduanal.
- Inscribirse en el padrón de importadores.
- Realizar el encargo conferido al agente aduanal.
- Cumplir con el pago total de todos los valores necesarios para contribuciones y aprovechamientos aplicables, así como los pagos de almacenaje, carga, descarga, transportación de la mercancía.
- Cumplir con todos los procedimientos regulatorios establecidos por las políticas ecuatorianas.
- Debes tener el Certificado digital para la firma electrónica y Autenticación otorgado por el Banco Central del Ecuador y Security Data.
- Haber realizado el registro en el sistema de ECUAPASS.

Para el registro de la empresa como importador se deben seguir los siguientes procesos:

1. Verificar que el RUC (Registro Único de Contribuyentes) se encuentre activo y sin ningún impedimento que pueda entorpecer un proceso de importación, como deudas firmes, impugnaciones o suspensiones, o con juicio de coactivas en marcha.
2. Sacar el certificado digital del Banco Central del Ecuador para la firma electrónica en : <http://www.eci.bce.ec/web/guest> y <http://www.securitydata.net.ec>.
3. Realizar el procedimiento de registro en ECUAPAS

4.5.2. Registro en ECUAPASS

Para poder realizar procesos de importación se debe contar con el registro Obligatorio en ECUAPASS para lo cual se debe cumplir algunos requisitos y seguir el siguiente proceso:

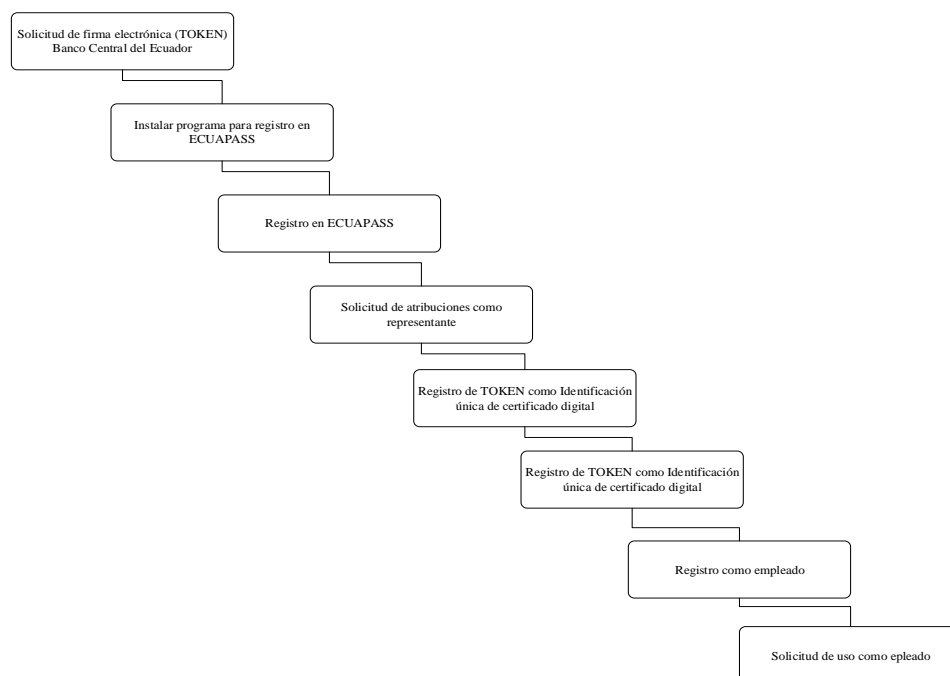


Grafico 24-4: Procedimiento para registro en ECUAPASS

Realizado por: Autor

4.5.3. Documentos para importar

Dentro de un proceso de importación es necesario que se cumpla con todos los requerimientos de documentación de forma efectiva ya que de esta forma se evitara que existan contratiempo en lo posterior por inconsistencias en documentos, los documentos más importantes:

4.5.3.1. Documentos de acompañamiento

Los documentos de acompañamiento son aquellos que son necesarios para no tener inconvenientes al momento de realizar los procesos de transporte y desaduanización, estos documentos son:

- Documentos de Verificación o Control de la mercadería previoal embarque de la misma, en los cuales se deben especificar las características de los mismo y el cumplimiento de normas, para evitar contratiempos por comprometer la calidad para que este proceso sea adecuado se debe considerar lo siguiente:
- Solicitar muestra del bien a ser importado.
- Solicitar la licencia de exportación al proveedor.
- Disponer de toda la información técnica del producto para que el agente de aduanas pueda realizar la clasificación arancelaria según el código armonizado.

4.5.3.2. Documentos de soporte

Los documentos de soporte constituyen la base de toda la información para Declaración Aduanera de Importación (DAI), estos documentos son los siguientes:

- La factura comercial
- Certificado de origen (en los productos que sean necesarios)
- Packing list (el listado de los bienes a ser importados)
- Póliza de seguro acorde al monto de la importación
- Definir la forma de pago. Uno de los medios más seguro es el crédito documentario.
- Para las primeras operaciones, y en función del importe de la compra, recomendamos realizar una inspección de calidad en la fábrica. De esta forma nos podemos asegurar que la producción cumple con los estándares de calidad de la muestra previamente aceptada.
- Una vez tengamos la operación cerrada, debemos aportar los datos de contacto de la fábrica al transitario que hayamos escogido. Recomendamos que tenga experiencia en este mercado.

4.5.3.3. Proforma

En este documento debe constar todas las características del bien y el costo que se va cancelar, con los datos bien definidos del proveedor como razón social, registro mercantil, localización de la empresa entre otros.

4.5.3.4. Factura comercial

La factura comercial debe tener todos los elementos legales correspondientes a la identificación tributaria correspondiente, con un detalle exacto del bien y las cantidades definidas.

4.5.3.5. Certificado de origen

El certificado de origen es necesario para bienes específicos, siendo su presentación necesaria para casos especiales como son bienes que procedencia tiene castigos o beneficios como el queso azul, la carne Kobe, el café ecuatoriano, entre otros.

4.6. Proceso de desaduanización

Para el proceso de desaduanización se deben cumplir los siguientes pasos:

1. Se debe presentar la Declaración Aduanera Única (DAU) física y electrónica mediante el Sistema Integrado de Comercio Exterior (SICE).
2. Se debe esperar la asignación automática del sistema de un número de refrendo y el tipo de aforo según un análisis de riesgo previo. Según el tipo de aforo (Aforo Físico Verificador, Físico Aduana, Documental y Automático).
3. En caso de existir observaciones en la declaración, la aduana devolverá los documentos para su debida corrección en un plazo máximo de 3 días.
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.

Tabla 29-4: Proceso de Desaduanización

ETAPAS	1	2	3	4	5	T. TOTAL
TIEMPO (DÍAS)	1,1	3,79	1,09	0,6	1,47	8,06

ACTORES					
TRANSPORTISTA INTERNACIONAL	X				
CONSOLIDADOR DE CARGA	O				
DEPOSITO TEMPORAL	X			X	X
AGENTE AFIANZADO DE ADUANA		X	O	X	O
IMPORTADOR		X	X	X	X
ORGANISMOS DE CONTROL		X		O	
TRANSPORTISTA LOCAL					X
COMPAÑÍAS VERIFICADORAS				X	
FUNCIONARIO ADUANERO	X			X	
BANCOS			X	O	

X	PARTICIPA EN LA ETAPA
O	OPCIONAL EN LA ETAPA
	NO PARTICIPA EN LA ETAPA

4.7. Canal de aforo

Es el acto de determinación tributaria a cargo de la Administración Aduanera y se realiza mediante la verificación electrónica, física o documental del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercancía Art. 140 (COPCI, 2013).

El aforo físico en destino es obligatorio en los siguientes casos:

- Cuando la mercancía venga con certificado de inspección en origen y se active el mecanismo de selección aleatoria;
- Cuando el declarante no acepte las observaciones formuladas por la aduana a su declaración;
- Cuando el Gerente Distrital conociere o presumiere del cometimiento de un ilícito aduanero;

- d) En los casos en que la verificación en origen no sea exigible;
- e) Cuando lo solicite el declarante; y,
- f) En los demás que establezca el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Según la (SENAE, 2015) El aforo físico es el reconocimiento físico de las mercancías, para comprobar su naturaleza, origen, condición, cantidad, peso, medida, valor en aduana y/o clasificación arancelaria, en relación a los datos contenidos en la Declaración Aduanera y sus documentos de acompañamiento y de soporte, contrastados con la información que conste registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, con el objeto de determinar la correcta liquidación de tributos al comercio exterior y/o el cumplimiento de las disposiciones aduaneras exigidas según el régimen aduanero y mercancías declaradas.

4.7.1. Canal de Aforo Automático

Consiste en la validación electrónica de la Declaración Aduanera con la aplicación de perfiles de riesgo establecidos por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

4.7.2. Canal de Aforo Electrónico

Este tipo de canal verifica la declaración aduanera, contrastando la información que consta en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

4.7.3. Canal de aforo documental

Se compone de la revisión completa de cada uno de los documentos que habiliten el proceso de importación, verificando la concordancia de la información, así como la documentación que debe estar en regla para la respectiva autorización de salida.

4.8. Comercialización

La empresa ha seleccionado para su comercialización la Marca de filtros Advance el cual es un producto importado directamente de china con el objetivo de presentar al mercado un producto de calidad y con un precio de venta al público accesible.

4.8.1 Objetivos.

Dar a conocer un producto de calidad y costos accesibles al publico

Incrementar el mercado de la empresa “Comercial Garces”

Establecer los canales de comunicación y promoción del producto

4.8.2. Descripción del producto.

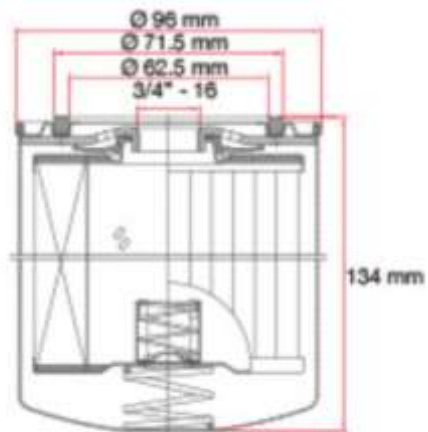
La marca de Filtros de aceite Advance presenta innovación y comprometida con ofertar una gama de filtros de alto rendimiento y calidad para la línea automotriz.

4.8.1.2. Presentación

4.8.1.3. Modelo AO-8



Figura 2-4: Modelo de Filtro A0-8



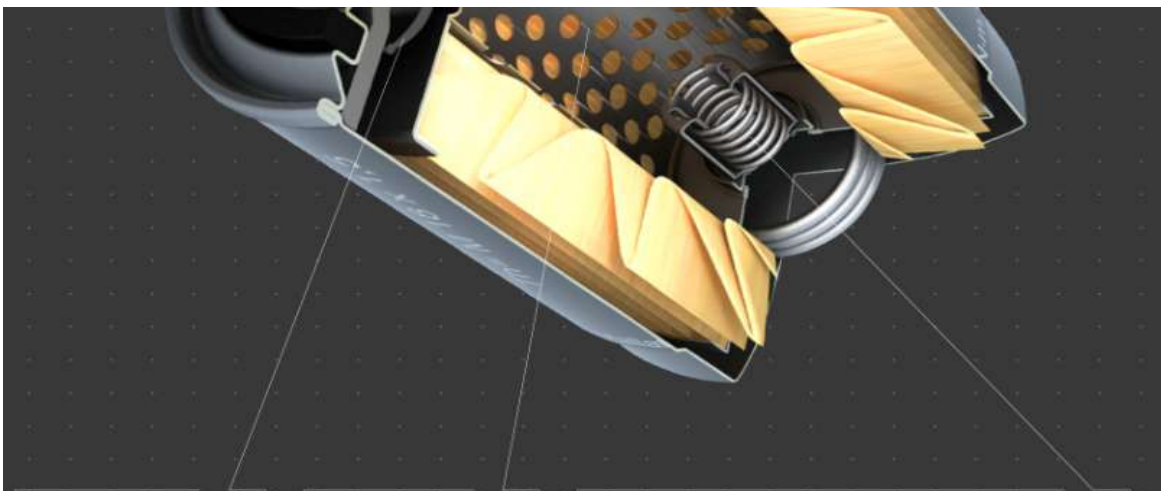
4.8.1.4. Planos y Características

Figura 3-4: Plano

La junta de sellado está diseñada con una goma especial de alta calidad, para soportar los diferentes cambios de presión, temperatura y para trabajar bajo condiciones agresivas.

Los agujeros de la placa roscada son la entrada para el aceite sucio. El aceite se encuentra bajo una presión sumamente alta y es forzado a pasar a través de esos agujeros donde fluye hacia el elemento filtrante.

La composición del papel filtrante es más compleja que el utilizado en los filtros de aire ya que la temperatura del aceite varía entre 0 a 300 grados centígrados, estos cambios drásticos de temperatura cambian la concentración del aceite lo que afecta el flujo del filtro. El papel filtrante está elaborado con fibras celulósicas, y lleva impregnaciones de resinas y fenoles las cuales le dan resistencia mecánica y química, al combinar estos elementos en una geometría de plegado estable se aumenta la eficiencia para capturar partículas contaminantes y su capacidad para retenerlas, generando niveles óptimos de protección del motor.



La válvula anti-retorno o antidrenaje, evita el retorno del aceite al cárter cuando el motor está apagado, previniendo daños cuando se enciende el motor en frío, poca presión de esta válvula puede causar fuga de aceite del filtro, en este caso se producirá el fenómeno llamado "arranque en seco"

El tubo central es un componente metálico de forma cilíndrica, de alta resistencia a la presión diferencial. Mantiene la forma del elemento filtrante ya que de otro modo la presión y el flujo de aceite causarían que el papel se deforme y colapse hacia el centro.

La válvula de by-pass o desvío entra en funcionamiento cuando el papel filtrante se encuentra saturado, los poros del papel quedan obstruidos por las partículas filtradas y aumenta la diferencia de presión entre la entrada y la salida de aceite, en estos casos la válvula se abre a determinada presión para que el circuito de lubricación no se interrumpa. Si la válvula se abre a poca diferencial de presión, la válvula permanece abierta todo el tiempo y como resultado el aceite sin filtrar causará desgaste prematuro del motor, por otro lado, si la válvula se abre a un diferencial de presión demasiado alto, en caso de emergencia, la cantidad de lubricante en los tubos de aceite será insuficiente

Tabla 30-4: Características

AO-8

FILTRO MONOBLOCK	
EQUIVALENCIAS	
Toyota	1560041010
Champ	PH8A
Fram	PH8S
Millard Filters	ML-8
Sho Gun	SH-8A

Realizado por: Autor

4.8.1.5. Modelo AO-5190



Figura 4-4: Modelo AO-5190

4.8.1.6. Planos y Características



Figura 5-4: Características

FILTRO MONOBLOCK	
EQUIVALENCIAS	
General Motors0	6439929
Champ	PH47
Fram	PH3387A
Millard Filters	ML-3387
Sho Gun	SH-2862

Realizado por: Autor

4.8.1.7. Precio

CANTIDAD	20000	C/U	C/T
Costo de compra de cada filtro		0,65	13.000,00
Costo por seguro por filtro		0,23	4.600,00
transporte terrestre y marítimo por unidad		0,25	5.000,00
Pago de desaduanización y gravámenes de importación		0,19	3.800,00
Transporte a empresa		0,08	1600,00
COSTO TOTAL DE CADA FILTRO IMPORTADO		1,40	28000,00
Utilidad del 47.57%		1.28	25.600,00
P.V.P		3.00	60.000,00

Realizado por: Autor

Interpretación: Como podemos observar en la tabla de los costos de importación y de los impuestos presentados en la normativa vigente a la empresa le cuesta importar \$1.40 que representa el costo unitario y una utilidad del 47.57% estableciendo un precio de venta al público de \$ 3.00.

4.8.1.8. Publicidad

Mediante este resultado obtenido en por las encuestas realizadas a los clientes se determinar que los clientes prefieren realizar sus compras en el local comercial eso indica que el cliente quiere tener contacto directo con la empresa y poder ver directamente el producto de su preferencia por tal motivo es necesario establecer los canales de comunicación como son el internet, la televisión y la radio, estos medios de comunicación ayudan a la computación de un mayor mercado.

También es necesario utilizar descuentos y cupones los cuales ayuden promuevan a los clientes la compra del producto.

4.9. Estados

4.9.1 Estado de Resultado

COMERCIAL GARCES
Estados de Resultados
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre 2018
(Expresados en Dólares de los Estados Unidos de América)

Ventas netas	488.825,85
Rendimientos Financieros	409,88
Costo de Ventas	233.420,70
	<hr/>
Utilidad bruta	255.815,03
	<hr/>
Gastos administrativos	44.819,68
Sueldos y Salarios	31.626,84
Aporte a la Seguridad Social PATRONAL	3.842,40
BENEFICIOS SOCIALES	7.538,51
Prestacion de servicios	1.753,22
TRANSPORTER	58,71
Gastos en ventas	2.518,50
	<hr/>

Depreciacion Acelerada	2.518,50
Otros servicios	
Intereses Bancarios	0,00
Intereses Bancarios	0,00
Total Gastos	47.338,18
Utilidad operacional	208.476,85
Utilidad del Ejercicio antes de Impuestos y Participación Trabajadores	208.476,85

Sr. Hernan Garces
GERENTE

Lcda. Rocio Morales
CONTADORA CPA

CONCILIACION TRIBUTARIA	
UTILIDAD CONTABLE	208.476,85
Menos: 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	31.271,53
UTILIDAD DESPUES 15% TRABAJADORES	177.205,32
Mas: GASTOS NO DEDUCIBLES	
SUBTOTAL BASE GRAVADA	177.205,32
Menos: Gastos Personales hasta \$10410	-
BASE IMPONIBLE PARA CALCULO IMPUESTO A LA RENTA	177.205,32
IMPUESTO A LA RENTA	-
UTILIDAD NETA	177.205,32
COMPUTO IMPUESTO LA RENTA	
IMPUESTO A LA RENTA CAUSADO	-
Menos: ANTICIPO IMPUESTO A LA RENTA	-
Menos: RETENCIONES EN LA FUENTE	-
SALDO IMPUESTO A PAGAR	-

4.9.2. Balance General

COMERCIAL GARCES
BALANCE GENERAL
Del 01 de Enero al 31 de Diciembre 2018
(Expresados en Dólares de los Estados Unidos de América)

<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS Y PATRIMONIO</u>	
<u>CORRIENTE</u>		<u>PASIVOS CORRIENTES</u>	
Caja Bancos	66.577,89	Préstamos corto plazo	0,00
Cuentas por Cobrar	10.980,00	Cuentas por pagar proveedores	36.754,00
Credito Tributario IVA	6.844,37	Impuestos por pagar	0,00
Inventarios bodega	235.205,19	Otras cuentas por pagar	0,00
Credito Impuesto a la renta	120,02	Anticipo por pagar	0,00
		Utilidades por pagar	0,00
TOTAL ACTIVO	319.727,47	TOTAL PASIVO	36.754,00
CORRIENTE		CORRIENTE	36.754,00
		TOTAL PASIVO	36.754,00
<u>ACTIVO NO</u>		<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>	
<u>CORRIENTE</u>			
Terreno	-		
Construcciones en curso	-	Préstamos largo plazo	0,00
Maquinaria y Equipo	500,00		
(-)Depreciaciones Acumuladas	50,00		
Vehiculo	34.732,14		
(-)Depreciaciones Acumuladas	1.736,61		
Equipo de Computo	2.217,86		
(-)Depreciaciones Acumuladas	731,89		
TOTAL ACTIVO NO	34.931,50	TOTAL PASIVO NO	-
CORRIENTE		CORRIENTE	

		<u>PATRIMONIO</u>	
		Capital social	109.428,12
		Resultado del Ejercicio	208.476,85
		Utilidades Años anteriores	7.717,37
		TOTAL PATRIMONIO	<u>317.904,97</u>
TOTAL ACTIVOS	<u>354.658,97</u>	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	<u>354.658,97</u>

Sr. Hernan Garces
GERENTE

Lcda. Rocio Morales
CONTADORA CPA

ESTADO DE RESULTADOS

Ventas netas	488.825,85
Rendimientos Financieros	409,88
Costo de Ventas	233.420,70
Utilidad bruta	<u>255.815,03</u>
Gastos administrativos	<u>44.819,68</u>
Sueldos y Salarios	31.626,84
Aporte a la Seguridad Social PATRONAL	3.842,40
BENEFICIOS SOCIALES	7.538,51
Prestacion de servicios	1.753,22
TRANSPORTER	58,71
Gastos en ventas	<u>2.518,50</u>
Depreciación Acelerada	2.518,50

Otros servicios	
Intereses Bancarios	0,00
Intereses Bancarios	0,00
Total Gastos	47.338,18
Utilidad operacional	208.476,85
Utilidad del Ejercicio antes de Impuestos	208.476,85

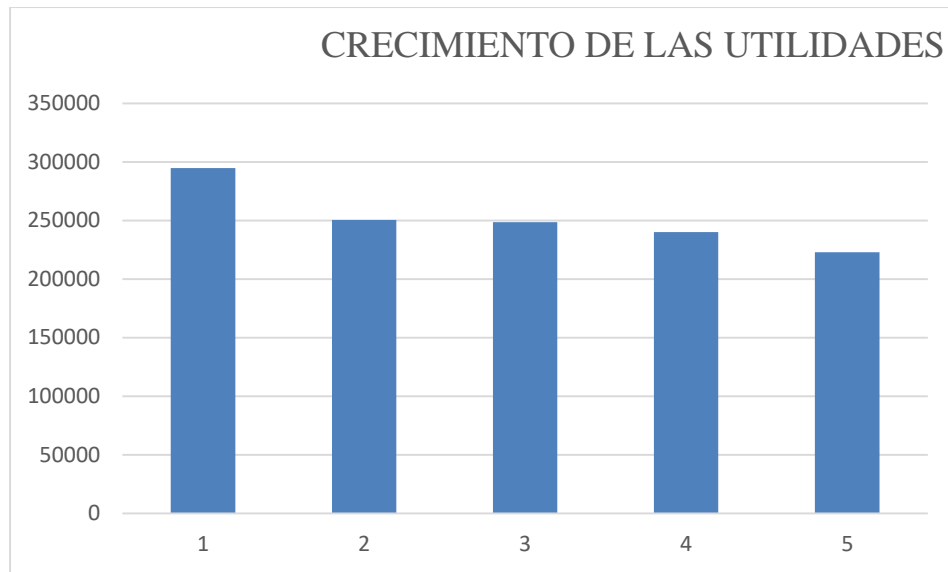


Grafico 25-4: Crecimiento de Utilidad

Elaborado por: Autor

4.9.3. Nivel de Crecimiento

	2014	2015	2016	2017	2018
Ventas netas	317736,803	347066,354	386172,422	359140,352	488825,85
Rendimientos Financieros	266,422	291,0148	323,8052	301,138836	409,88
Costo de Ventas	151723,455	165728,697	184402,353	171494,188	233420,7
Utilidad bruta	166279,77	181628,671	202093,874	187947,303	255815,03
Gastos administrativos	29132,792	31821,9728	35407,5472	32929,0189	44819,68
Sueldos y Salarios	20557,446	22455,0564	24985,2036	23236,2393	31626,84

Aporte a la Seguridad Social PATRONAL	2497,56	2728,104	3035,496	2823,01128	3842,4
BENEFICIOS SOCIALES	4900,0315	5352,3421	5955,4229	5538,5433	7538,51
Prestación de servicios	1139,593	1244,7862	1385,0438	1288,09073	1753,22
TRANSPORTER	38,1615	41,6841	46,3809	43,134237	58,71
Gastos en ventas	1637,025	1788,135	1989,615	1850,34195	2518,5
Depreciación Acelerada	1637,025	1788,135	1989,615	1850,34195	2518,5
Otros servicios					
Intereses Bancarios					
Intereses Bancarios					
Total Gastos	30769,817	33610,1078	37397,1622	34779,3608	47338,18
Utilidad operacional	135509,953	148018,564	164696,712	153167,942	208476,85
Utilidad del Ejercicio antes de Impuestos	135509,953	148018,564	164696,712	153167,942	208476,85

4.9.4. Proyecciones

AÑO	INGRESOS	INGRESOS AJUSTADOS CON INFLACIÓN
2014	317736,803	276431,018
2015	347066,354	301947,728
2016	386172,422	335970,007
2017	301,138836	261,990787
2018	488825,85	425278,49
2019	485278,73	451309,219
2020	532836,046	436925,557
2021	585053,978	479744,262
2022	642389,268	526759,2
2023	705343,416	578381,601

PROYECCIÓN DE GASTOS MÉTODO PROMEDIO	
AÑO	GASTOS
2014	30769,817
2015	33610,1078
2016	37397,1622
2017	34779,3608
2018	47338,18
2019	89515,924
2020	170975,415
2021	213719,269
2022	267149,0857
2023	333936,3571

PROYECCIÓN DE UTILIDAD PROYECTO DE IMPORTACIÓN			
AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	UTILIDAD
2014	276431,018	30769,817	245661,2012
2015	301947,728	33610,1078	268337,6197
2016	335970,007	37397,1622	298572,8445
2017	261,990787	34779,3608	-34517,37006
2018	425278,49	47338,18	377940,3095
2019	451309,219	89515,924	361793,2949
2020	436925,557	170975,415	265950,1425
2021	479744,262	213719,269	266024,9934
2022	526759,2	267149,086	259610,1139
2023	578381,601	333936,357	244445,2441

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	UTILIDAD
2018	425278,4895	47338,18	377940,31
2019	451309,2189	89515,924	361793,295
2020	436925,5573	170975,415	265950,143
2021	479744,262	213719,269	266024,993
2022	526759,1996	267149,086	259610,114
2023	578381,6012	333936,357	244445,244

4.9.5. Evaluación Financiera Global

EVALUACIÓN FINANCIERA					
VAN					
FLUJO DE INGRESOS			FLUJO DE EGRESOS		
AÑO	A	INGRESOS	AÑO	B	EGRESOS
	1	425278,49		1	47338,18
	2	451309,219		2	89515,924
	3	436925,557		3	170975,415
	4	479744,262		4	213719,269
	5	526759,2		5	267149,086

4.9.6. Flujo de efectivo neto

FLUJO DE EFECTIVO NETO					
A-B					
AÑO	VALOR				
1	377940,3095	f1:	377940,3095		
2	347521,5158	f2:	361793,2949	VAN:	\$1.086.883,36
3	252133,2188	f3:	265950,1425		
4	250854,0112	f4:	266024,9934		
5	242952,3755	f5:	259610,1139		
		n:	5		
		i:	12%		
		oi:	-44654,2414		

4.9.7. Tasa Interna de retorno.

TIR		
	INVERSION INICIAL	-44654,2414
	INGRESOS 1	377940,3095
	INGRESOS 2	361793,2949
	INGRESOS 3	265950,1425
	INGRESOS 4	266024,9934
	INGRESOS 5	259610,1139
	TIR:	840%

4.10. Interpretación de la inversión de la importación

PROYECCIONES UNICAMENTE DE LA INVERSIÓN EN LA IMPORTACIÓN			
AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	UTILIDAD
2019	44654,00	28000,00	16654,00
2020	61175,98	35840	25335,98
2021	83811,0926	45875,2	37935,8926
2022	114821,197	58720,256	56100,94086
2023	157305,04	75161,9277	82143,11202

4.10.1 Valor Actual Neto

FLUJO DE INGRESOS		FLUJO DE EGRESOS		FLUJO DE EFECTIVO NETO	
A		B		A-B	
AÑO	INGRESOS	AÑO	EGRESOS	AÑO	VALOR
2019	44654	2019	28000,00	2019	16654,00
2020	61175,98	2020	35840,00	2020	25335,98
2021	83811,0926	2021	45875,20	2021	37935,8926
2022	114821,1969	2022	58720,256	2022	56100,9409
2023	157305,0397	2023	75161,92768	2023	82143,112

4.10.2 Flujos de efectivo

f1:	16654		
f2:	25335,98		
f3:	37935,8926	VAN:	\$107.332,72
f4:	56100,9409		
f5:	82143,112		
n:	5		
i:	12%		
oi:	-28000		

Interpretación: Como se puede evidenciar solo para el proyecto de inversión para la importación se obtiene un VAN positivo lo que nos indica que recuperaremos la inversión inicial y obtendremos un remante adicional por nuestro dinero muy considerable lo que garantiza la viabilidad del proyecto.

4.10.3 Tasa Interna de Retorno

INVERSION INICIAL	-28000
INGRESOS 1	16654
INGRESOS 2	25335,98
INGRESOS 3	37935,8926
INGRESOS 4	56100,94086
INGRESOS 5	82143,11202
TIR:	92%

Interpretación: como se puede observar el TIR es muy superior a la tasa de descuento por lo que se garantiza que la inversión es rentable ya que obtendremos un porcentaje muy elevado de retorno.

Según la consulta a la empresa de transporte de importación el costo del transporte (multimodal) es de 0,75 ctvs por unidad.

CONCLUSIONES

El proyecto de importación de filtros marca advance es muy rentable debido a las facilidades para importar productos desde el mercado chino hacia Ecuador, por lo que este negocio se presenta como una gran oportunidad para la empresa debido a que le representa una inversión inicial muy accesible para introducir un producto competitivo dentro del mercado.

El proyecto evidencia que la población de consumidores presenta un marcado interés en consumir esta marca de filtros debido a su costo, especificaciones técnicas y calidad en general por lo que se considera como un bien de alta demanda lo que garantiza un mercado en constante crecimiento para la importación de este bien.

En este plan de importación se ha elaborado un estudio minucioso de los procedimientos que debe realizar la empresa para reducir de forma significativa los costos de la importación obteniendo una rentabilidad más estable como se aprecia en la evaluación financiera donde se puede apreciar que tanto el VAN como TIR nos indican que financieramente el negocio es muy viable.

RECOMENDACIONES

Entre Ecuador y China en los últimos periodos los dos países han tenido un claro incremento en su balanza comercial por eso es necesario que el estado ecuatoriano deba poner una clara atención a las importaciones de los bienes de consumo, que permita garantizar la calidad de ingreso de los bienes y cumpliendo altos estándares de calidad.

Es necesario que al momento de realizar un plan de importación se apliquen estos procedimientos con el fin de ir determinando los puntos claves y críticos, ser evaluados de después de la ejecución de dichos procesos con el objetivo de saber si presentan eficiencia eficacia y efectividad.

Una de las principales consideraciones al momento de realizar una importación la clave del éxito está en las buenas relaciones que deben tener el exportador y el importador con el propósito que las dos partes puedan llegar a realizar una negociación con buenos términos contractuales.

La empresa debe poseer una estructura orgánica funcional que permita a todos los empleados y personal administrativo conocer y sus funciones y respetabilidad en cada una de las áreas de trabajo lo que permitirá una mayor eficiente eficaz en cada proceso, también se recomienda que se tenga un buen aprovechamiento del nicho del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador. (2015). *Aduana del Ecuador SENAE*. Obtenido de Aduana del Ecuador SENAE: https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/S452_20110519-20150429.pdf
- Afia Guías Incoterms. (2019). *Afia* . Obtenido de Afia : https://azure.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/incoterms/contenido_sidN_1052425_sid2N_1052384_sid3N_1052234_ageL_8338_cidLL_1264369_ctylL_139_scidN_1264369_utN_3.aspx
- Aveiga Intriago, K. (2012). *Implementación de un Plan de Exportación para la Empresa Camaronera Karina Ltda., ubicada en el Cantón Pedernales, Provincia de Manabí, hacia el Distrito de Manhattan - New York – Estados Unidos*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/10205/1/52T00218.pdf>
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Camara de Comercio de Guayaquil . (13 de Febrero de 2019). *Camara de Comercio de Guayaquil* . Obtenido de Camara de Comercio de Guayaquil : <http://www.lacamara.org/website/>
- Chamorro, M. (2012). *Ventajas y desventajas de la importación* . Obtenido de Ventajas y desventajas de la importación : <http://ventajasydesventajasdelaimportacion.blogspot.com/>
- COPCI. (2013). *Tipos de Aforo*. Obtenido de [https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjzia_1v_3VAhWM5CYKHZ2qDHMQFggkMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.sri.gob.ec%2FBibliotecaPortlet%2Fdescargar%2F4cdf82a-6702-4147-917e-344eb79d8eae%2FCODIGO%2BORGANICO%2BDE%](https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjzia_1v_3VAhWM5CYKHZ2qDHMQFggkMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.sri.gob.ec%2FBibliotecaPortlet%2Fdescargar%2F4cdf82a-6702-4147-917e-344eb79d8eae%2FCODIGO%2BORGANICO%2BDE%2F)

Corporación Financiera Nacional. (2019). *Corporación Financiera Nacional*. Obtenido de Corporación Financiera Nacional: <https://www.cfn.fin.ec/financiamiento-de-importacion-2/>

Donoso Estrada, S. V. (2011). *Proyecto de factibilidad para la creación de una importadora de llantas y repuestos automotrices desde china para la ciudad de riobamba, provincia de chimborazo*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1804/1/52T00203.pdf>

El Universo. (2013). *Ecuador firma convenio con China para evitar doble tributación*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2013/01/21/1/1356/ecuador-firma-convenio-china-evitar-doble-tributacion.html>

Feenstra, R. C. (2015). *Comercio internacional*. Barcelona: Reverté.

García Alcaraz, J., & Alvarado Iniesta, A. (2013). *Selección de proveedores basada en análisis dimensional*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104213712294>

Hernández Pérez, A. (2014). *Economía*. México: Digital UNID.

Lafuente, F. (2012). *Aspectos del comercio exterior*. Madrid: B-EUMED.

Medina Fernández, F., Concepción Suárez, R., & Villanueva Balsera, J. (2010). *Aplicación de técnicas de toma de decisión en la selección de proveedores*. Obtenido de https://www.aepro.com/files/congresos/2010madrid/ciip10_0225_0237.2769.pdf

Miquel, P. S. (2008). *Distribución Comercial*. Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=MFeMermRJwIC&pg=PA73&lpg=PA73&dq=Ellos+pueden+recurrir+ya+sea+a+la+incitaci%C3%B3n+positiva,+recompensando+a+los+miembros+del+canal+que+cumplan+sus+indicaciones,+o+ya+sea+con+incitaci%C3%B3n+negativa,+penalizando+a+los>

- Mora , J. (2018). *Producto de interés*. Obtenido de <http://www.importardechina.com/blog/que-producto-importar-de-china/>
- Organización Mundial del Comercio. (13 de Febrero de 2019). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio: https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/its2014_s/its14_world_trade_dev_s.pdf
- Paz, H. R. (27 de marzo de 2008). *E-libro*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/espochsp/reader.action?docID=3206684&ppg=14>
- Portilló, E. (2004). *Los dividendos en el convenio de doble tributación sobre las rentas internacionales*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/espochsp/reader.action?docID=3210872&query=doble+tributaci%C3%B3n+>
- Rodríguez Aranda, I. &. (2013). *La diplomacia pública de China en América Latina*. Santiago de Chile: RIL editores.
- Rodríguez, M. T. (2001). *El siglo XX en China*. México: Miguel Ángel Porrúa.
- Rozas Gutiérrez, S. &. (2016). *Negocios internacionales: fundamentos y estrategias*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- SENAE. (2015). *Tipo de Aforo*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/S452_20110519-20150429.pdf
- Servicio de Rentas Internas. (2018). *Convenio de doble tributación*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/devolucion-del-impuesto-a-la-renta-retenido-a-no-residentes>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador . (2018). *Para Importar*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Torres, L. (13 de Febrero de 2019). *Importa y vender online*. Obtenido de Importa y vender online: <http://importayvendeonline.com/china-y-su-gran-importancia-del-porque-importar/>

Tramites y Requisitos Ecuador. (2019). Obtenido de

https://tramitesyrequisitos.com/ecuador/importar/#Requisitos_para_importar

Lezanski, P. D., Mattio, A. O., & Merino, S. B. (2004). Microemprendimientos. Obtenido

de: <https://ebookcentral.proquest.com>

Vergara, C. N. (2012). Marketing y comercialización internacional. Obtenido de:

<https://ebookcentral.proquest.com>