



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

**PROYECTO DE IMPORTACIÓN DE APARATOS Y
SUMINISTROS TECNOLÓGICOS, PARA LA EMPRESA “IBEMM
TECHNOLOGY CIA LTDA” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA,
PERIODO 2019.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

AUTORA: SEGOVIA ESPINOZA NATALY ESTEFANIA

DIRECTOR: ING. JORGE LUIS CHAFLA GRANDA

RIOBAMBA – ECUADOR

2020

© 2020, Nataly Estefania Segovia Espinoza

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Nataly Estefania Segovia Espinoza, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 22 de enero del 2020.



Nataly Estefania Segovia Espinoza
CC. 060352008-1

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR


El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de investigación, **PROYECTO DE IMPORTACIÓN DE APARATOS Y SUMINISTROS TECNOLÓGICOS, PARA LA EMPRESA “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PERIODO 2019.**, realizado por la señorita: **NATALY ESTEFANIA SEGOVIA ESPINOZA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el ismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA FECHA

Eco. María Isabel Gavilánez Vega
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL


2020 enero 22

Ing. Jorge Luis Chafla Granda
**DIRECTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN**


2020 enero 22

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández Phd
MIEMBRO DEL TRIBUNAL


2020 enero 22

DEDICATORIA

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por ser la institución que me dio la oportunidad de obtener este título universitario y a los docentes Ing. Jorge Chafra y al Ing. Iván Carrillo por ser pilar fundamental en este trabajo de titulación.

Nataly Estefania Segovia Espinoza

AGRADECIMIENTO

Dedico esta tesis a mis padres por ser los principales promotores de mis sueños por confiar y creer en mi cada día en especial por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ustedes en especial a mi madre, amiga, compañera de vida Gloria por acompañarme cada larga y agotada noche de estudio, agotadoras noches en las que su compañía y la llegada de sus cafés era para mí como agua en el desierto, por siempre desear y anhelar siempre lo mejor para mi vida.

Nataly Estefania Segovia Espinoza

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
TABLA DE CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	2
1.1 Antecedentes de Investigación	2
1.2 Marco Teórico	3
<i>1.2.1 Importación</i>	<i>3</i>
<i>1.2.2 Regímenes Especiales</i>	<i>3</i>
<i>1.2.3 Ventajas de la Importación.....</i>	<i>5</i>
<i>1.2.4 Proceso de la Importación</i>	<i>6</i>
<i>1.2.5 Regímenes de Importación</i>	<i>9</i>
<i>1.2.6 Términos internacionales de comercio (INCOTERMS)</i>	<i>10</i>
<i>1.2.7 Proyecto de Importación.....</i>	<i>15</i>
<i>1.2.8 Requisitos para ser importador en la aduana del ecuador</i>	<i>15</i>
<i>1.2.9 Pago de tributos</i>	<i>16</i>
<i>1.2.10 AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)</i>	<i>16</i>
<i>1.2.11 FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia).....</i>	<i>16</i>
<i>1.2.12 ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)</i>	<i>16</i>
<i>1.2.13 IVA (Impuesto al Valor Agregado) Administrado por el SRI.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.14 Regímenes de Importación</i>	<i>17</i>
<i>1.2.15 Proyecto.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.16 Objetivos de Proyectos</i>	<i>18</i>
<i>1.2.17 Elementos de Proyectos</i>	<i>18</i>
<i>1.2.18 Factibilidad Financiera</i>	<i>20</i>
<i>1.2.19 Análisis de Riesgo</i>	<i>21</i>
<i>1.2.20 Rentabilidad</i>	<i>21</i>

1.2.21	<i>Presupuesto</i>	22
1.2.22	<i>Proyecciones Financieras</i>	22

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	23
2.1	Enfoque de investigación	23
2.1.1	<i>Investigación cualitativa</i>	23
2.1.2	<i>Investigación Cuantitativa</i>	23
2.2	Nivel de Investigación	24
2.2.1	<i>Investigación Descriptiva</i>	24
2.2.2	<i>Investigación Bibliográfica</i>	24
2.3	Diseño de investigación	24
2.3.1	<i>No experimental</i>	24
2.4	Población y Muestra	25
2.4.1	<i>Población</i>	25
2.5	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	26
2.5.1	<i>Métodos</i>	26
2.5.1.1	<i>Método Deductivo</i>	26
2.5.2	<i>Técnicas e Instrumentos de investigación</i>	26
2.5.2.1	<i>Técnicas</i>	26
2.5.2.2	<i>Instrumentos</i>	26
2.6	Análisis e interpretación de resultados	27

CAPITULO III

3.	MARCO PROPÓSITO	36
3.1	Tema de la Propuesta	36
3.2	Contenido de la Propuesta	36
3.2.1	<i>Información general</i>	36
3.2.2	<i>Reseña histórica</i>	36
3.2.3	<i>Misión</i>	37
3.2.4	<i>Visión</i>	37
3.2.5	<i>Objetivos empresariales</i>	38
3.2.6	<i>Valores Corporativos</i>	38
3.2.7	<i>Organigrama estructural</i>	40
3.2.8	<i>Descripción de los productos que se comercializan</i>	41

3.2.9	<i>Definición del mercado</i>	44
3.2.10	<i>Proceso de importación</i>	54
3.2.11	<i>Diagnóstico general de la empresa</i>	59
3.2.12	<i>Objetivos del Proyecto</i>	69
3.2.13	<i>Proyecciones financieras</i>	82
3.2.14	<i>Inversión inicial</i>	83
3.2.15	<i>Costo</i>	83
3.2.16	<i>Ventas</i>	86
3.2.17	<i>VAN</i>	87
3.2.18	<i>TIR</i>	88
 CONCLUSIONES		89
RECOMENDACIONES		90
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Empleados de la empresa IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA.....	25
Tabla 2-2:	Productos para su comercialización	27
Tabla 3-2:	Productos importados.....	29
Tabla 4-2:	Productos tienen acogida.....	30
Tabla 5-2:	Diagnostico proceso de importación.....	31
Tabla 6-2:	Diagnóstico general.....	32
Tabla 7-2:	Proceso de importación.....	33
Tabla 8-2:	Registro de proveedores	34
Tabla 9-2:	Rentabilidad en las actividades	35
Tabla 1-3:	Datos Generales.....	36
Tabla 2-3:	Misión	37
Tabla 3-3:	Visión	37
Tabla 4-3:	Características Hp Core i5 8GB	41
Tabla 5-3:	Características Hp Core i5 16GB	42
Tabla 6-3:	Características Impresora Hp Ink Tank 315.....	42
Tabla 7-3:	Características Samsung Galaxy Tab A	43
Tabla 8-3:	Características Samsung Galaxy Tab S3.....	43
Tabla 9-3:	Mercado.....	44
Tabla 10-3:	Adquisición	45
Tabla 11-3:	Marca.....	46
Tabla 12-3:	Decisión de comprar.....	47
Tabla 13-3:	Precio que puede adquirir su equipo informático.....	48
Tabla 14-3:	Frecuencia que renueva sus equipos informáticos	49
Tabla 15-3:	Emplea el equipo informático en	50
Tabla 16-3:	Empresas que comercializan en Riobamba	51
Tabla 17-3:	Medio de comunicación que emplea	52
Tabla 18-3:	Tiempo que revisa el medio de comunicación	53
Tabla 19-3:	Elementos de la importación	54
Tabla 20-3:	Análisis Interno Impacto	59
Tabla 21-3:	Análisis Interno Ponderado	60
Tabla 22-3:	Análisis externo Impacto.....	64
Tabla 23-3:	Análisis externo ponderado.....	64
Tabla 24-3:	Matriz FODA	68
Tabla 25-3:	Objetivos del Proyecto No.1	69
Tabla 26-3:	Comparación de Proveedores.....	72

Tabla 27-3: Objetivos del Proyecto No.2	73
Tabla 28-3: Objetivos del Proyecto No.3	74
Tabla 29-3: Proceso para importación	76
Tabla 30-3: Objetivos del Proyecto No.4	81
Tabla 31-3: Proyecciones financieras	82
Tabla 32-3: Proyecciones de mercado	83
Tabla 33-3: Detalle de la Inversión.....	83
Tabla 34-3: Proyecciones de cantidad de productos.....	84
Tabla 35-3: Proyecciones del costo por año	84
Tabla 36-3: Proyecciones del costo por año	85
Tabla 37-3: Costo	85
Tabla 38-3: Ventas.....	86
Tabla 39-3: Flujo de efectivo.....	87
Tabla 40-3: VAN	88
Tabla 41-3: TIR	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Proceso de importación.....	6
Gráfico 2-1:	Elementos de Proyectos.....	19
Gráfico 1-2:	Productos para su comercialización.....	27
Gráfico 2-2:	Productos importados	29
Gráfico 3-2:	Productos que tienen acogida.	30
Gráfico 4-2:	Diagnostico proceso de importación.....	31
Gráfico 5-2:	Diagnóstico general	32
Gráfico 6-2:	Proceso de importación.....	33
Gráfico 7-2:	Registro de proveedores	34
Gráfico 8-2:	Rentabilidad en las actividades.....	35
Gráfico 1-3:	Valores Corporativos	38
Gráfico 2-3:	Organigrama Estructural.....	40
Gráfico 3-3:	Organigrama Estructural.....	41
Gráfico 4-3:	Adquisición.....	45
Gráfico 5-3:	Marca	46
Gráfico 6-3:	Decisión de comprar.	47
Gráfico 7-3:	Precio que puede adquirir su equipo informático	48
Gráfico 8-3:	Frecuencia que remueva sus equipos informáticos.....	49
Gráfico 9-3:	Emplea el equipo informático en.....	50
Gráfico 10-3:	Empresas que comercializan en Riobamba	51
Gráfico 11-3:	Medio de comunicación que emplea	52
Gráfico 12-3:	Tiempo que revisa el medio de comunicación.....	53
Gráfico 13-3:	Proceso de Importación	56
Gráfico 14-3:	Comparación de precios	58
Gráfico 15-3:	Flujo de Proceso de Importación	75
Gráfico 16-3:	Proyecciones de unidades adquiridas	84
Gráfico 17-3:	Proyecciones financieras	85
Gráfico 18-3:	Proyecciones financieras	86

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** ENCUESTA A LOS EMPLEADOS
- ANEXO B:** ENCUESTA AL MERCADO
- ANEXO C:** PROYECCIONES FINANCIERAS
- ANEXO D:** USO DE REDES SOCIALES
- ANEXO E:** IMPRESOS COMERCIALES 1
- ANEXO F:** IMPRESOS COMERCIALES 2

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tuvo por objetivo la elaboración de un proyecto de importación de aparatos y suministros tecnológicos, para la empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA” de la ciudad de Riobamba en el año 2019, aplicando técnicas de importación y estudio de mercado para el mejoramiento de la rentabilidad, se planteó este tema por los problemas que se presentaron en la empresa, se revisaron varias fuentes bibliográficas con la finalidad de construir el conocimiento, se empleó la investigación de modalidad cualitativa y cuantitativa, apoyada en el tipo descriptivo de los hechos observados en la propuesta, en el diagnóstico se conoció que no existe un proceso de importación, la competencia que afecta sus ventas y a pesar de las nuevas tendencias de comunicación en el mercado globalizado estas no han sido asumidas por la empresa, en tal virtud se han fijado estrategias para superar las deficiencias y poder mejorar su rentabilidad, el mercado seleccionado en China, país que oferta una gran cantidad de productos en calidad y precio, permite un comercio directo, se negociará el precio CIF, dejando al importador los trámites de desaduanización y movilización de los artículos a la ciudad de Riobamba, en conclusión: se ha fijado un proceso definido para la importación, que permita acceder a la empresa a nuevas tecnologías, y convertirse en punto relevante dentro de la ciudad de Riobamba, se recomienda aplicar las acciones definidas dentro de la propuesta.

Palabras clave: <IMPORTACIÓN>, <RENTABILIDAD>, <COSTO, SEGURO Y FLETE (CIF)>, <COMERCIO EXTERIOR>, <CHINA (PAÍS)>



ABSTRACT

This degree work main aim was to develop an import project for technological equipment and supplies at the company "IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA" in Riobamba city, 2019, by applying import techniques and market research for profitability improvement, this issue was raised because of the problems that arose within the company, several bibliographic sources were reviewed in order to build knowledge as well as a qualitative and quantitative modality research was used, supported by the descriptive type of the analyzed facts given in the proposal, it was known in the diagnosis that there is no import process, the competition that affects their sales and despite the new communication trends in the globalized market these have not been assumed by the company, as a result Strategies have been fixed to overcome deficiencies and improve profitability, the selected market in China, a country that provides a large quantity of products in quality and price, allowing a direct trade, the CIF price will be negotiated, permitting the importer to carry out the customs clearance procedures and mobilization of the items in Riobamba city, in conclusion: a process has been fixed defined for importation, which allows the company to access new technologies and become a relevant point within Riobamba city, it is strongly recommended to perform the actions outlined within the proposal.

Keywords: <IMPORTATION>, < PROFITABILITY>, <COST, INSURANCE AND FREIGHT (CIF)>, < EXTERNAL TRADE>, <CHINA (COUNTRY)>



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación tuvo por objetivo la elaboración de un proyecto de importación de aparatos y suministros tecnológicos, para la empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA” de la ciudad de Riobamba en el año 2019.

En el primer capítulo se consultó varias fuentes de consulta bibliográfica, de términos como, por ejemplo: importaciones, proyecto y proyectos de importación, que permitió incluir el conocimiento para el desarrollo de la propuesta.

Mientras que en el segundo capítulo se establece las referencias: cualitativa y cuantitativa, apoyada en el tipo descriptivo de los hechos observados en la propuesta, con la finalidad de construir las metas fijadas en la organización.

En el tercer capítulo se incluyó un diagnóstico, se definió estrategias y proyecciones financieras, adicionalmente se incluyó el proceso de importación, donde se presentan pasos claves para su ejecución, finalmente se redactó las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes de Investigación

Como antecedentes de investigación se consultó dos trabajos de titulación de los que se desprende los siguientes resúmenes:

Para Paredes (2019), en su trabajo de grado titulado; “Proyecto de importación de repuestos de maquinaria pesada desde Miami, Estados Unidos, para la empresa “American Parts” de la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, en el año 2018”, dice:

El presente trabajo investigativo surge de la necesidad de que la empresa “American Parts” requiere de un proyecto de importación, ya que hasta la actualidad no lo tiene, lo que ha traído como consecuencia que sus precios sean altos al no ser importadores directos, por lo que ha sido afectada su participación en el mercado, en sus utilidades y en la cartera de clientes que no ha sido la esperada en estos últimos años. Como parte de la propuesta se ha desarrollado tanto un manual de pasos para la importación ya que será la primera vez que importe herramientas de corte y equipamiento de tren de rodaje, con lo cual primero debe calificarse como importador en el Ecuador. Finalmente se realizó un estudio financiero que favorece a la futura importación, teniendo resultados económicos positivos y una diferencia notable de precios en comparación a lo que se compra a los proveedores nacionales con la realización de una propia importación, logrando recuperar la inversión en menos de un año contable.

Según Bermúdez (2019), en su trabajo de titulación, “Proyecto de importación de repuestos y partes de maquinaria pesada, hacia la empresa Razconsa C. A. ubicada en la ciudad de Borbón, provincia de Esmeraldas, desde Delray Beach - Florida - Estados Unidos en el periodo 2015 – 2016”, dice:

El presente Trabajo de Titulación se desarrollara puesto que en la actualidad se ha podido observar un incremento del flujo comercial entre los diferentes países, gracias al desarrollo y mejora tecnológica, esto permite que se realicen las negociaciones para adquirir los productos de forma ágil y dinámica, logrando cerrar negocios de forma inmediata. Durante 5 años aproximadamente, se ha dedicado a comprar repuestos y partes de maquinaria pesada dentro del país, a precios elevados, además, estos repuestos

son muy difíciles de encontrar, por estas razones la empresa se ve obligada a subir los precios en las obras que realiza. El objetivo de este proyecto es aportar con el diseño de un instructivo que permita realizar la importación de repuestos y partes de maquinaria pesada para mejorar la competitividad y disminuir los costos en la ejecución de obras. El valor es significativo por ello se recomienda efectuar la importación de forma directa.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Importación

Según SENAE (2019), dice: Importación es la introducción de mercancías de procedencia extranjera al territorio aduanero nacional. También se considera importación a la introducción de mercancías procedentes de Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, al resto del territorio aduanero nacional en los términos previstos en el Decreto 2586 de 1999.

Importaciones a consumo (Art. 55).- la importación a consumo es el régimen aduanero por el cual las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para su uso o consumo definitivo.

1.2.2 Regímenes Especiales

Según la Ley Orgánica de Aduanas (2019)

- **Transito Aduanero.-** (Art. 57) Tránsito aduanero es un régimen por el cual las mercancías son transportadas bajo control aduanero, de una oficina distrital a otra del país o con destino al exterior.
- **Importación Temporal con Reexportación en el mismo Estado.-** (Art.58) Importación temporal con reexportación en el mismo estado es el régimen suspensivo del pago de impuestos, que permite recibir mercancías extranjeras en el territorio aduanero, para ser utilizadas con un fin determinado durante cierto plazo y reexportadas sin modificación alguna, con excepción de la depreciación normal por el uso.
- **Deposito Aduanero.-** (Art. 60) Depósito aduanero es el régimen suspensivo del pago de impuestos por el cual las mercancías permanecen almacenadas por un plazo determinado en lugares autorizados y bajo control de la Administración Aduanera, en espera de su destino ulterior.

- **Almacenes Libres y Especiales.-** (Art.61) El almacén libre es el régimen liberatorio que permite, en puertos y aeropuertos internacionales, el almacenamiento y venta a pasajeros que salen del país, de mercancías nacionales o extranjeras, exentas del pago de impuestos.
- **Exportación Temporal con Reimportación en el mismo Estado.-** (Art.62) La exportación temporal con reimportación en el mismo estado, es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo con un fin determinado y reimportadas sin modificación alguna, con excepción de la depreciación normal por el uso.
- **Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo.-** (Art.63) La exportación temporal para perfeccionamiento pasivo es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas, durante cierto plazo, para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.
- **Devolución Condicionada.-** (Art.64) Devolución condicionada es el régimen por el cual se permite obtener la devolución total o parcial de los impuestos pagados por la importación de las mercancías que se exporten dentro de los plazos que señale el reglamento de esta ley, en los siguientes casos: a) Las sometidas en el país a un proceso de transformación; b) Las incorporadas a la mercancía; c) Los envases o acondicionamientos.
- **Reposición con Franquicia Arancelaria.-** (Art.65) Reposición con franquicia arancelaria es el régimen compensatorio por el cual se permite importar mercancías idénticas o equivalentes, sin el pago de impuestos, en reposición de las importadas a consumo, que retornan al exterior después de haber sido sometidas a un proceso de transformación en el país, o se utilizaron para producir, acondicionar o envasar mercancías que se exportaron.
- **Zona Franca.-** (Art.66) Zona franca es el régimen liberatorio que por el principio de extraterritorialidad, permite el ingreso de mercancías, libre de pago de impuestos, a espacios autorizados y delimitados del territorio nacional.
- **Régimen de Maquila.-** (Art.67) La maquila es el régimen suspensivo del pago de impuestos, que permite el ingreso de mercancías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación ser reexportadas.
- **Ferias Internacionales.-** (Art.68) Es un régimen especial aduanero por el cual se autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con suspensión del pago de tributos, por un tiempo determinado, destinadas a exhibición en recintos previamente

autorizados, así como de mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración, libre del pago de impuestos, previo el cumplimiento de los requisitos y formalidades señaladas en el reglamento.

- **Cambio de Régimen.-** (Art.72) Las mercancías declaradas a un régimen suspensivo o liberatorio de impuestos aduaneros, podrán ser declaradas a cualquier otro régimen, antes del vencimiento del plazo concedido.
- **Pago de Tributos.-** (Art.73) En la nacionalización, el pago de los tributos al comercio exterior se efectuará aplicando las tarifas y el tipo de cambio vigentes a la fecha de presentación de la declaración a consumo.
- **Clases de Garantías.-** (Art.75) Las garantías aduaneras son generales y específicas y se otorgarán en la forma, plazos y cuantía que se determine en el reglamento de esta ley. (págs. 1 - 3)

1.2.3 Ventajas de la Importación

Según Mondragón (2018), dice: El comercio internacional son aquellas relaciones comerciales establecidas entre dos o más países en donde intercambian bienes, servicios o capital financiero.

La exportación y la importación son las actividades más básicas del comercio internacional. Entre los beneficios que la importación genera para las empresas, cabe destacar:

- **Ampliar la base de proveedor.-** La ampliación de la base de proveedores a extranjeros permite optimizar los costos en los insumos y aumentar la capacidad competitiva en el mercado doméstico, disminuyendo la dependencia de los suministradores locales.
- **Maximizar la capacidad de distribución.-** Al incorporar capacidad productiva externa en la estructura de distribución de la empresa se consigue un aumento de la rentabilidad de la distribución.
- **Mejorar la capacidad competitiva general.-** La experiencia adquirida en un entorno global facilita el desarrollo y la adaptación de productos y estrategias, que pueden acabar incrementando la capacidad de venta interior.

1.2.4 Proceso de la Importación

Según Mondragón (2018), define los procesos de importación.

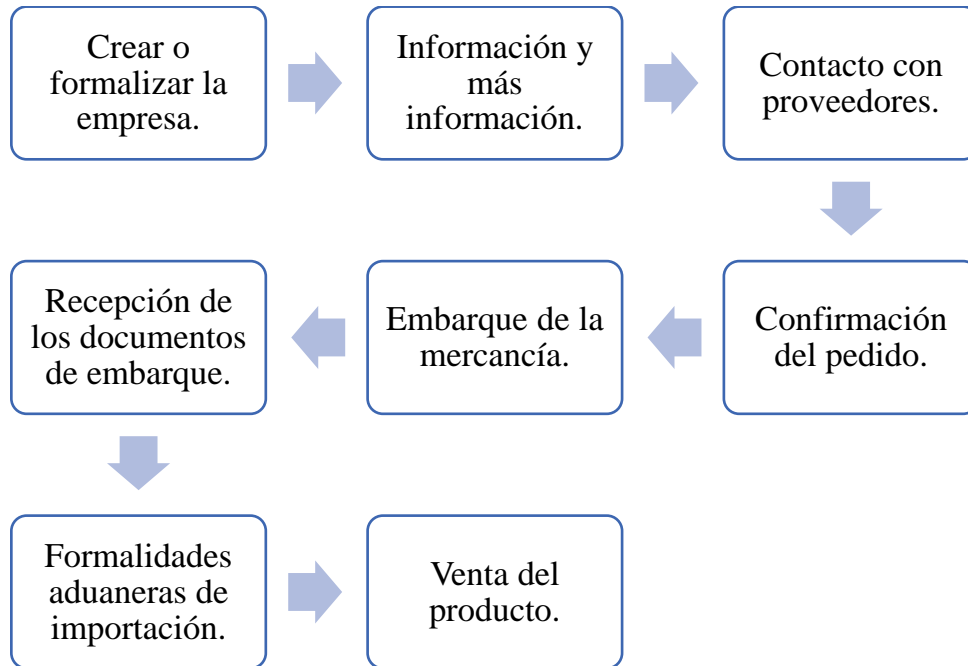


Gráfico 1-1: Proceso de importación

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

1. Crear o formalizar la empresa

Debes crear una empresa como persona natural o jurídica. La Constitución de una empresa o formalización, constituye el punto de partida para iniciar el proceso de Importación. Si bien las importaciones pueden realizarse como persona natural también. Si el negocio se proyecta a largo plazo, lo recomendable es contar formalizarse como empresa jurídica.

2. Información y más información

Antes de iniciar una operación de importación, la empresa deberá recopilar información relativa al mercado de origen del producto y de los potenciales proveedores (Precios, variedades, calidad, etc.). Dentro de la evaluación del potencial proveedor es recomendable conocer si existen acuerdos comerciales suscritos por su país con el país del proveedor que permitan acogerse a rebajas arancelarias otorgadas para el producto a importar.

3. Contacto con proveedores

La empresa se pone en contacto con los proveedores extranjeros seleccionados con el fin de solicitar cotizaciones (ofertas). La cotización es un documento donde el proveedor detalla los precios, formas y medios de pago, condiciones de entrega de las mercancías, responsabilidades, y todas las condiciones necesarias que aseguren al importador que recibirá las mercancías compradas, como también las del exportador que asegure que recibirá el pago de las mercancías vendidas.

4. Confirmación del pedido

Si la empresa está de acuerdo con las condiciones señaladas en la cotización, la devuelve al proveedor (exportador) firmado junto con una orden de compra o nota de pedido significando su aprobación a los términos de la oferta.

5. Embarque de la mercancía

El exportador procede con el embarque de la mercancía. En el caso, la operación se realiza en condiciones CIF, el exportador se hará cargo del contrato del transporte internacional y póliza de seguro (teniendo como beneficiario al importador), y deberá confirmar al importador el medio de transporte internacional que lleva las mercaderías, fecha de salida, número de vuelo, nombre del barco, tiempo de demora del viaje, y fecha estimada de arribo. Caso contrario, la operación se realice en términos FOB, el exportador deberá disponer la entrega de las mercancías en el lugar establecido por la empresa embarcadora elegida por el Importador, con el objetivo que esta empresa transporte las mercancías al país de importación bajo riesgo y responsabilidad del importador.

6. Recepción de los documentos de embarque

El exportador luego de embarcar las mercaderías al comprador, envía los siguientes documentos, ya sea a través de un courier o un banco, según el medio de pago acordado.

- Conocimiento de Embarque
- Factura comercial
- Certificado de Seguro indicando monto de la prima (si éste fue contratado por el exportador).
- Certificado de Origen, si procede.
- Certificado Sanitario o Fitosanitario, si proceden.
- Lista de Empaque.

7. Formalidades aduaneras de importación

Una vez se descarga la mercancía en la aduana de ingreso, el Agente de Aduanas, en coordinación con el importador, procederá a la tramitación aduanera (1) de las mercaderías, realizando el pago correspondiente de los impuestos y demás gravámenes a los cuales se encuentre afecta o bien liberada, dependiendo de si el origen corresponde a algún país con que se tenga Tratado de Libre Comercio vigente.

8. Venta del producto

En este punto, recomiendo vender sus productos a distribuidores o tiendas y no directamente al cliente final. De esta manera podrás rápidamente darle vuelta a tu capital para importar más productos. En el caso, de enfocarte al cliente final, recomiendo, trabajar bajo pedido de tal manera que tus clientes te hagan un adelanto para que tú puedas financiar la importación de la mercadería.

1.2.5 Regímenes de Importación

En el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2019), define los siguientes regímenes de importación.

- **Importación para el Consumo.-** Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.
- **Admisión temporal para reexportación en el mismo estado.-** Es el régimen aduanero que permite la introducción al territorio aduanero de determinadas mercancías importadas, para ser utilizadas en un fin determinado, con suspensión total o parcial del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos, con excepción de la depreciación normal originada por el uso que se haya hecho de las mismas, para ser reexportadas en un plazo determinado sin experimentar modificación alguna, según se determine en el reglamento.
- **Admisión temporal para perfeccionamiento activo.-** Es el régimen aduanero que permite el ingreso al territorio aduanero ecuatoriano, con suspensión del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, de mercancías destinadas a ser exportadas luego de haber sido sometidas a una operación de perfeccionamiento, bajo la forma de productos compensadores.

- **Reposición de mercancías con franquicia arancelaria.-** Régimen aduanero que permite importar, con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos con excepción de las tasas aplicables, mercancías idénticas o similares por su especie, calidad y sus características técnicas, a las que estando en libre circulación, hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo.
- **Transformación bajo control aduanero.-** Es el régimen aduanero que permite introducir en el territorio aduanero mercancías para someterlas a operaciones que modifiquen su especie o estado, con suspensión del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, para la posterior importación para el consumo de los productos resultantes obtenidos de esas operaciones, con la aplicación de los derechos e impuestos a la importación y recargos que les correspondan con arreglo a la naturaleza arancelaria del producto terminado.
- **Deposito Aduanero.-** Régimen aduanero según el cual las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado bajo el control de la aduana en un lugar habilitado y reconocido para esta finalidad, sin el pago de los derechos e impuestos y recargos aplicables.
- **Reimportación en el mismo estado.-** Es el régimen aduanero que permite la importación para el consumo con exoneración de los derechos e impuestos a la importación, recargos aplicables de las mercancías que han sido exportadas, a condición que no hayan sido sometidas a ninguna transformación, elaboración o reparación en el extranjero y a condición que todas las sumas exigibles en razón de un reembolso o de una devolución, de una exoneración condicional de derechos e impuestos o de toda subvención u otro monto concedido en el momento de la exportación, se hayan pagado.
(págs. 31 - 32)

1.2.6 Términos internacionales de comercio (INCOTERMS)

Para Global Transport and Logistics (2019), define los Incoterms carecen de toda fuerza normativa o legal, y obtienen su reconocimiento de su cotidiano y constante uso a nivel mundial, por lo que, para que sean de aplicación a un contrato determinado, este deberá especificarlo así.

Los Incoterms contienen un total de trece posiciones, o tipos de cláusula diferentes, que pueden luego, mediante el uso de determinadas adiciones, modificarse parcialmente. La última edición corresponde al año 2010, que se halla todavía en vigor. Se define cada uno de los Incoterms de la siguiente manera:

- **EXW (en fabrica): Ex Works**

Para Global Transport and Logistics (2019), en Fábrica o Ex Works es cuando el vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en sus propios locales pero no tiene ninguna obligación de cargar la mercancía en el vehículo que venga a recoger la mercancía, ni tampoco despachará la mercancía para la exportación. El incoterm EXW significa la mínima obligación para el vendedor.

Los Incoterms tienen un constante uso a nivel mundial para la aplicación de contratos determinados, la última edición corresponde al año 2010 aún se encuentra en vigor. El Incoterm Ex Works es más utilizado ya que el vendedor tendrá la mínima obligación en el momento de la exportación.

- **FCA (franco porteador): Free Carrier**

Para Global Transport and Logistics (2019), “Franco Porteador” es cuando el vendedor entrega la mercancía al porteador (el responsable de realizar el porte) o a otra persona designada por el comprador en las instalaciones del vendedor o en otro lugar acordado. Se recomienda especificar con todo detalle el punto del lugar de entrega acordado, ya que el riesgo se transmite al comprador en ese punto.

El incoterm FCA exige que el vendedor despache la mercancía para la exportación, si aplicable. Sin embargo, FCA exime al vendedor de cualquier obligación de despachar la mercancía para la importación, pagos de derechos de importación o trámites aduaneros de importación.

El Incoterm Free Carrier es cuando el vendedor entrega la mercancía al porteador y el riesgo se transmite al comprador en el punto del lugar de entrega.

- **FAS(franco al costado del buque): Free Alongside Ship**

Para Global Transport and Logistics (2019), “Franco al Costado del Buque” es cuando el vendedor coloca la mercancía al costado del buque acordado por el comprador, en el puerto de embarque acordado. El riesgo se transmite cuando la mercancía está al costado del buque y el comprador asume con todos los costes a partir de ese momento.

Cuando la mercancía debe ser agrupada o consolidada en contenedores, el vendedor hace entrega de la misma al porteador en una terminal de contenedores. Desde ese

momento, el vendedor pierde el control de la mercancía y esta pasa por múltiples movimientos para ser agrupada en un contenedor.

El incoterm FAS exige al vendedor que despache la mercancía para la exportación, si aplicable. Sin embargo, FAS exime al vendedor de cualquier obligación de despachar la mercancía para la importación, pagos de derechos de importación o trámites aduaneros de importación.

El Incoterm Free Alongside Ship es cuando el vendedor coloca la mercancía al costado del buque acordado por el comprador en el puerto de embarque acordado y el comprador asume todos los costes a partir de ese momento.

- **FOB (franco a bordo): Free On Board**

Para Global Transport and Logistics (2019), “Franco a Bordo” es cuando el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque acordado por el comprador en el puerto de embarque acordado. El riesgo se transmite cuando la mercancía está a bordo del buque y el comprador asume con todos los costes a partir de ese momento.

Se recomienda especificar con todo detalle el punto de carga en el puerto de embarque acordado, ya que los riesgos y costes hasta dicho punto los asume el vendedor. El incoterm FOB exige al vendedor que despache la mercancía para la exportación, si aplicable. Sin embargo, FOB exime al vendedor de cualquier obligación de despachar la mercancía para la importación, pagos de derechos de importación o trámites aduaneros de importación.

El Incoterm Free On Board es cuando el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque acordado por el comprador en el puerto de embarque acordado y el comprador asume con todos los costes a partir de ese momento.

- **CFR (coste y flete): Cost And Freight**

Para Global Transport and Logistics (2019), “Coste y Flete” es cuando el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque. El riesgo se transmite cuando la mercancía está a bordo del buque y el vendedor debe contratar y pagar los costes y flete necesarios para llevar la mercancía hasta el puerto de destino acordado.

Cuando la mercancía se agrupa o consolida en contenedores, el vendedor la proporciona al porteador en una terminal de contenedores. A partir de ese momento, el vendedor pierde el control de la mercancía, que experimenta varios movimientos para ser agrupada en un contenedor.

El Incoterm Cost and Freight es cuando el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque y el vendedor debe contratar y pagar los costes y flete necesario para llevar la mercancía hasta el puerto de destino acordado.

- **CIF (coste seguro y flete): Cost, Insurance and Freight**

Para Global Transport and Logistics (2019), “Coste, Seguro y Flete” es cuando el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque. El riesgo se transmite cuando la mercancía está a bordo del buque y el vendedor debe contratar y pagar los costes y flete necesarios para llevar la mercancía hasta el puerto de destino acordado.

El vendedor también asumirá la cobertura de seguro contra riesgo de pérdida o daños a la mercancía durante el transporte. El comprador debe tener en cuenta que la cobertura es mínima y si deseara una mayor cobertura para las mercancías, debe acordarlo con el vendedor o contratar un seguro extra.

CIF exige que el vendedor despache la mercancía para la exportación, si aplicable. Sin embargo, CIF exime al vendedor de cualquier obligación de despachar la mercancía para la importación, pagos de derechos de importación o trámites aduaneros de importación.

El Incoterm Cost, Insurance and Freight es cuando el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque y el vendedor debe contratar y pagar los costes y flete necesario para llevar la mercancía hasta el puerto de destino acordado.

- **CPT (transporte pagado hasta): Carriage Paid To**

Para Global Transport and Logistics (2019), “Transporte Pagado Hasta” es cuando el vendedor entrega la mercancía al porteador (el responsable de realizar el porte) o a otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado. Con esta regla, el vendedor debe contratar y asumir los costes del transporte para llevar la mercancía hasta el lugar acordado. El incoterm CPT exige que el vendedor despache la mercancía para la exportación, si aplicable. Sin embargo, CPT exime al vendedor de cualquier obligación de despachar la mercancía para la importación, pagos de derechos de importación o trámites aduaneros de importación.

El Incoterm Carriage Paid To es cuando el vendedor entrega la mercancía al porteador, debe contratar y asumir los costes del transporte para llevar la mercancía hasta el lugar acordado.

- **CIP (transporte y seguro pagado hasta): Carriage And Insurance Paid to**

Para Global Transport and Logistics (2019), “Transporte y Seguro Pagados Hasta” es cuando el vendedor entrega la mercancía al porteador (el responsable de realizar el porte) o a otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado y que el vendedor contrata y paga los costes del transporte para llevar la mercancía hasta el lugar acordado. El vendedor también contrata un seguro de transporte contra el riesgo del comprador de pérdida / daño causados por la mercancía durante el transporte. Con el incoterm CIP el comprador debe tener en cuenta que la cobertura es mínima y, si deseara una mayor cobertura para las mercancías, debe acordarlo con el vendedor o contratar un seguro extra.

El Incoterm Carriage and Insurance Paid to es cuando el vendedor entrega la mercancía al porteador en un lugar acordado y el vendedor contrata y paga los costes del transporte para llevar la mercancía hasta el lugar acordado.

- **DAF (entrega en frontera): Delivered At Frontier**

Para Global Transport and Logistics (2019), significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entrega, cuando ha entregado la mercancía, despachada en aduana para su exportación, en el punto y lugar convenidos de la frontera, este término puede usarse en cualquier medio de transporte.

El Incoterm Delivered at Frontier es cuando el vendedor ha cumplido con su obligación de entrega en lugar acordado.

- **DAP (entregada en el lugar): Delivered at Place**

Para Global Transport and Logistics (2019), “Entregada en Lugar” es cuando el vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada ya preparada para la descarga en el lugar de destino acordado. El vendedor corre con todos los riesgos de llevar la mercancía hasta el lugar acordado. Se recomienda especificar con todo detalle el lugar de destino acordado, ya que los riesgos hasta dicho punto los asume el vendedor.

El Incoterm Delivered at Place es cuando el vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en el medio de transporte de llegada ya que los riesgos hasta dicho punto los asume el vendedor.

- **DDP (entrega derechos pagados): Delivered Duty Paid**

Para Global Transport and Logistics (2019), “Entregada Derechos Pagados” es cuando el vendedor pone la mercancía a disposición del vendedor, ya despachada para la importación en los medios de transporte de llegada y preparada para la descarga en el lugar de destino acordado. El vendedor corre con todos los riesgos de llevar la mercancía hasta el lugar acordado y debe despachar la mercancía tanto para la importación como para la exportación, así como realizar todos los trámites aduaneros relacionados.

El incoterm DDP es la máxima obligación para el vendedor. Se recomienda especificar con todo detalle el lugar de destino acordado, ya que los riesgos hasta dicho punto los asume el vendedor. Si el vendedor no puede conseguir el despacho de importación, no se utiliza esta regla. (Global Transport and Logistics, 2019)

El Incoterm Delivered Duty Paid es cuando el vendedor pone la mercancía a disposición del vendedor descargada en el lugar de destino acordado, corre con todos los riesgos hasta llevar la mercancía al lugar acordado.

1.2.7 Proyecto de Importación

Para Sánchez A (2016) Para realizar un proyecto de importación se debe tener en cuenta varios temas, principalmente conocer el mercado meta al que se direcciona la mercadería o productos que se desea importar, también se debe considerar las variables o requisitos para adaptar la empresa y la manera en la que se va a introducir el producto en el mercado seleccionado como son la calidad, precio, aspectos legales, infraestructura, normas y demanda latente o insatisfecha que se presenta al realizar un estudio de mercado.

Un Proyecto de Importación debe tener en cuenta el mercado al que se direcciona, las variables o requisitos y la manera que se va introducir el producto o mercadería.

1.2.8 Requisitos para ser importador en la aduana del Ecuador

Según el Servicio Nacional de Aduanas Ecuador (2019), define los requisitos:

- Obtener el RUC que expide el SRI.

- 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>
- Registrarse en el Portal de ECUAPASS
- 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.

1.2.9 Pago de tributos

Según el Servicio Nacional de Aduanas Ecuador (2019): Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio Exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado. Para conocer el porcentaje de aranceles e impuestos aplicables, se podrá verificar en la página web de la Aduana, link OCE's menú Arancel Nacional Integrado ingresando la partida o descripción del producto. Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

1.2.10 AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)

Según el Servicio Nacional de Aduanas Ecuador (2019): 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).

1.2.11 FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)

Se aplica el 0.5% sobre la base imponible de la importación. (SENAE, 2019).

1.2.12 ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)

Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen. (Consulte en la página del SRI: www.sri.gob.ec, link: Impuestos) (SENAE, 2019)

1.2.13 IVA (Impuesto al Valor Agregado) Administrado por el SRI

Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE. (SENAE, 2019)

1.2.14 Regímenes de Importación

Según el Servicio Nacional de Aduanas Ecuador (2019):

- **Cambio de Régimen.-** Las mercancías declaradas a un régimen que suspenda o libere de tributos al comercio exterior, podrán ser declaradas a cualquier otro régimen, antes del vencimiento del plazo concedido. Previo el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios, el cambio de régimen será autorizado por la servidora o el servidor público competente. Prohíbese el cambio de régimen de mercancías declaradas a consumo a cualquier otro régimen.
- **Pago de Tributos.-** En el cambio de régimen a importación para el consumo, el pago de los tributos al comercio exterior se efectuará sobre el valor en aduana del bien, aplicando las tarifas y el tipo de cambio vigentes a la fecha de aceptación de la declaración a consumo.
- **Pago de Tasas por Servicios.-** Ninguno de los regímenes especiales libera, compensa ni suspende el pago de las tasas por servicios, asimismo tampoco permite su devolución.
- **Transferencia a terceros.-** Las mercancías sujetas al régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo pueden ser objeto de transferencia de dominio a favor de terceros, con autorización previa de la administración aduanera, conforme el reglamento al presente Código y las disposiciones dictadas para el efecto por la administración aduanera. Bajo el mismo procedimiento se podrá regular la transferencia de este tipo de mercancías a terceros, con fines de exportación.

1.2.15 Proyecto

Según Choque (2015) Un proyecto es una determinada intervención, es un tiempo específico, que se construye a partir de un diagnóstico y proyección futura con la finalidad de buscar la transformación de una realidad orientada hacia un estado ideal. Para el desarrollo de un proyecto, se tienen que realizar acciones para los cuales se requieren recursos económicos necesarios. Es importante señalar que los proyectos son

temporales y dan solución a una determinada problemática. Al final del proyecto, se busca que este genere una rentabilidad social, es decir, un cambio explícito.

Para formular los proyectos, se tiene que realizar la correspondencia de los objetivos estratégicos específicos con las necesidades/ problemas/ potencialidades priorizadas en el diagnóstico. Luego, se debe convertir las mismas en propuestas de proyectos o relacionarlos con los proyectos actuales. (pág. 67)

1.2.16 Objetivos de Proyectos

Según Choque (2015) Los objetivos son los resultados deseados que expresan un cambio concreto y mensurable que se alcanzara en un tiempo, espacio y población determinada. Estos dan direccionalidad al plan: permiten diseñar su estructura y determinar las actividades necesarias para alcanzarlas. Además, intervienen en la evaluación, ya que de ellos se desprenden los criterios para determinar el éxito o no del plan. Asimismo, fomentan el trabajo cooperativo y en equipo, puesto que engloban a varias áreas de la organización.

- **Objetivos generales.-** Se trata de aquellos objetivos que se quieren alcanzar cuando finalice una etapa o el proyecto. Se trata de objetivos a largo plazo, es decir, a conseguir en un trimestre, un semestre, un año, o diez años.
- **Objetivos específicos.-** Este tipo de objetivos son más concretos. Señalan pequeñas metas que se tienen que conseguir para poder alcanzar los objetivos
- generales. Estos objetivos son considerados como objetivos a corto o medio plazo. Su temporalización dependerá de la duración del proyecto.

Todo proyecto debería tener en cuenta estos dos tipos de objetivos para comprobar que su proyecto es viable y asegurar su éxito.

1.2.17 Elementos de Proyectos

Según Choque (2015)

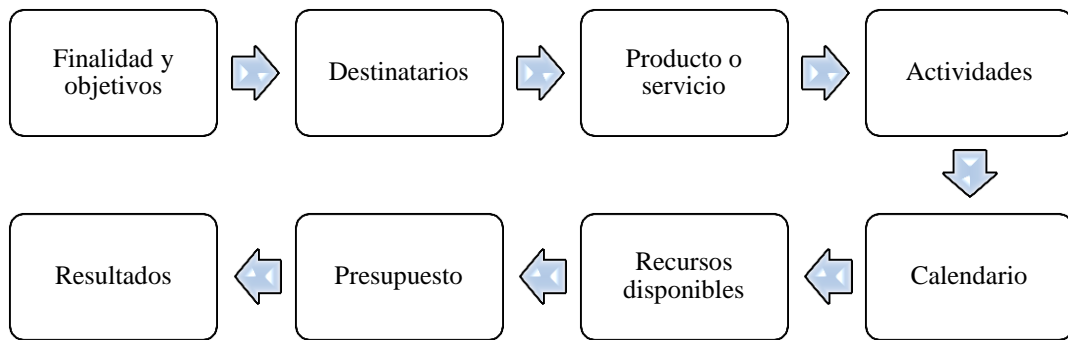


Gráfico 2-1: Elementos de Proyectos

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

El origen de los proyectos suele anticipar el éxito o el fracaso de los mismos. De ahí que elaborar su estructura no sea un asunto menor: significa saber qué lo justifica, cómo se desarrollará, en qué etapas estará dividido, quiénes lo llevarán a cabo y en función de cuáles expectativas o proyecciones. Aun así, es imposible hablar de una única forma de estructurar los proyectos. Cada caso tiene unas necesidades distintas a las que se deben dar respuesta.

1. Finalidad y objetivos:

Las finalidades de un proyecto suelen estar relacionadas con aspiraciones a gran escala, como por ejemplo el posicionamiento de la marca o metas de rendimiento concretas. Comparados con éstas, los objetivos son pasos intermedios o acciones inmediatas que contribuyen a alcanzar las finalidades. Una finalidad puede estar respaldada por varios proyectos, cada uno de los cuales tiene objetivos específicos.

2. Destinatarios:

Todos los proyectos tienen un receptor o beneficiario. Esta categoría se emplea sobre todo en el terreno del marketing, donde señala directamente al público objetivo para el que las empresas elaboran sus productos o servicios. A veces el curso de los proyectos suele estar dado por las condiciones que fijan sus receptores.

3. Producto o servicio:

Es el elemento central del proyecto. En él se debe condensar todo el trabajo previo de análisis conceptual, diseño, producción y estudio de mercados. Sin embargo, no debe confundirse con el resultado final del proyecto, que es de carácter general. El producto, por el contrario, es sólo un medio para alcanzar los objetivos.

4. Actividades:

Todo proyecto tiene unas actividades, las cuales suelen subdividirse en fases o etapas intermedias. Dichas fases son más o menos complejas según del alcance del proyecto. A la hora de definir las tareas, lo más recomendable es hacerlo siguiendo un orden lógico y realista que garantice la evolución del proceso. Además, hay que tener en cuenta que no todas las tareas tienen la misma importancia, por lo cual se hace necesaria una labor previa de jerarquización de las mismas.

5. Calendario:

Asimismo, es recomendable definir unas fechas y unos plazos para el desarrollo de cada tarea. Un calendario no es necesariamente una camisa de fuerza; es, sobre todo, una guía de acción. Por tanto, debe diseñarse con flexibilidad.

6. Recursos disponibles:

Son de dos tipos: humanos y materiales. En ambos sentidos, es necesario precisarlos de la mejor manera y, a la vez, determinar en qué momento del proceso deben emplearse. Esta estimación requiere, además, de un margen de acción que permita la introducción de eventuales recursos que no estén previstos.

7. Presupuesto:

Tiene que ver con la financiación de proyecto. Pero no sólo en términos generales; si es preciso, el cálculo debe incluir el coste de cada etapa y los gastos adicionales en los que pueda incurrir el grupo de trabajo durante la ejecución de sus tareas.

8. Resultados:

Un proyecto debe especificar, además, la manera en que se expresarán sus resultados. Generalmente, éstos se miden en función de si el proceso ha cumplido con los objetivos que se trazaron al inicio. Sin embargo, como la redacción de un proyecto se lleva a cabo antes de conocer los resultados del mismo, en último término se trata de definir aquello que se quiere alcanzar. En esta tarea hay que ser preciso, realista y evitar vaguedades o escenarios demasiado abstractos.

1.2.18 Factibilidad Financiera

Según Gutiérrez (2019) La factibilidad financiera es el estudio que proyecta cuánto se necesita de capital inicial, el rendimiento de la inversión, las fuentes de ese capital y otros miramientos financieros. Es decir, el estudio considera cuánto dinero se necesita, cómo se gastará y de dónde provendrá.

Los estudios de factibilidad financiera se preparan para identificar los puntos positivos y negativos antes de hacer una inversión de tiempo y dinero. Cuando los inversionistas tienen una idea de algún nuevo proyecto, primero realizan un estudio de factibilidad financiera para determinar su viabilidad. Se debe realizar un estudio de factibilidad financiera para determinar la viabilidad económica de un proyecto propuesto, antes de proceder a la preparación de un plan de negocios.

La factibilidad financiera no es un plan de negocios. El objetivo de un estudio de factibilidad financiera es determinar si el proyecto propuesto es una idea rentable. Por otro lado, un plan de negocios es un plan detallado sobre cómo se implementará y se administrará el proyecto con éxito.

1.2.19 *Análisis de Riesgo*

Según Martínez (2014) Es un proceso de calidad total o mejora continua, que busca estimar las probabilidades de que se presenten acontecimientos indeseables, permitiendo medir la magnitud de dichos impactos negativos en el transcurso de ciertos intervalos específicos de tiempo.

Así, el Análisis de Riesgos, consiste no solo en una observación detallada y sistemática, sino que principalmente es una propuesta metodológica, que permite el conocimiento de los riesgos y sus fuentes o causas (peligros), las consecuencias potenciales y remanentes, y la probabilidad de que esto se presente. Sería pretencioso intentar una clasificación general de los riesgos, ya que estos están comúnmente interrelacionados, por lo que una acción puede fácilmente producir riesgos de diversos tipos.

1.2.20 *Rentabilidad*

Según Zamora (2001) La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

1.2.21 Presupuesto

Según Alberto (2014) El presupuesto es expresión cuantitativa porque los objetivos deben ser mensurables y su logro requiere de la asignación de recursos en el tiempo cubierto por el mismo; es formal porque exige la aceptación de quienes son parte de la organización, tanto directivos como subordinados y, finalmente, es el resultado de las estrategias adoptadas porque éstas permiten responder al cómo se ejecutarán e integrarán las diversas actividades de la empresa para alcanzar los objetivos previstos.

En esencia, el presupuesto constituye un plan integrado y coordinado, expresado en términos financieros, de las operaciones de una empresa para un período determinado y cuya finalidad es alcanzar los objetivos establecidos por la alta gerencia.

1.2.22 Proyecciones Financieras

Según Uribe (2015) Para realizar el plan de negocio se debe contar con una herramienta de ayuda básica que son las Proyecciones Financieras, la cual incluye las políticas adoptadas en el manejo de los rubros proyectados y la justificación del valor asignado a todos y cada uno de los renglones del estado financiero.

Las bases para las Proyecciones Financieras deben formar parte del contexto de las proyecciones. En su evaluación es indispensable contar con información que compone cada una de las cifras.

En la preparación de los estados financieros se definirán las bases que sirve de soporte a las cuentas que se proyectan en el estado de resultados, flujo de caja y balance general estableciendo estimaciones para cada una de las cifras que compone el estado de resultados, reflejando simultáneamente la incidencia en el flujo de caja y es el balance general.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación se llevará a cabo en la ciudad de Riobamba, en la empresa IBEMM TECHNOLOGY CIA.LTDA y se desarrollará mediante uso de métodos, técnicas e instrumentos de investigación que permitirá desarrollar el tema planteado.

2.1 Enfoque de investigación

2.1.1 *Investigación cualitativa*

Para Schiffman & Lazar (2005) Las técnicas de la investigación cualitativa consiste en entrevistas de profundidad, grupos de enfoque, análisis de metáforas, investigación de montajes y técnicas proyectivas. Dichas técnicas son administradas por un entrevistador análisis altamente capacitador que analiza también los resultados, por lo cual estos tienden a ser un tanto subjetivos.

La investigación cualitativa se aplicó en la revisión de los hechos que afectan a la empresa y su relación con el tema, como por ejemplo la identificación de las características que espera obtener en un equipo informáticos los clientes de la empresa, el análisis de la información obtenida se adjunta en el desarrollo de la propuesta.

2.1.2 *Investigación Cuantitativa*

Para Schiffman & Lazar (2005) Es de índole descriptiva y la usan los investigadores para comprender los efectos de diversos insumos promocionales en el consumidor, dándoles así a los mercadólogos la oportunidad de “predecir” el comportamiento del consumidor. Este enfoque de investigación se conoce como positivismo, en tanto que los investigadores del consumidor cuyo principal interés consiste en predecir el comportamiento de los consumidores se designan con el nombre de positivistas.

Se desarrolló una investigación cuantitativa, donde se identifican aspectos claves de la empresa que requieren importar varios productos, se presenta en la elaboración de las proyecciones financieras y el análisis del riesgo, que servirá como un instrumento para tomar la decisión si desean efectuar el proceso de importación y si permitirá generar rentabilidad.

2.2 Nivel de Investigación

2.2.1 Investigación Descriptiva

Según Velducea (2014) La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

La investigación fue de tipo descriptiva, se conocen los diferentes aspectos que afectan al mercado, y su relación directa con el proceso de importación, se incluirá una descripción del producto, costos, y normas externas que regula en el mercado, entregando a IBEMM TECHNOLY CIA LTDA un proyecto viable para la toma de decisiones.

2.2.2 Investigación Bibliográfica

Para Gonzales (2018) La investigación bibliográfica o documental consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar. Se trata de uno de los principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información. Se le considera un paso esencial porque incluye un conjunto de fases que abarcan la observación, la indagación, la interpretación, la reflexión y el análisis para obtener bases necesarias para el desarrollo de cualquier estudio.

La investigación bibliográfica, se aplicó en la consulta de varias fuentes para la construcción del conocimiento, y desde este punto se procedió a la elaboración del proyecto.

2.3 Diseño de investigación

2.3.1 No experimental

Según Sampieri (2003) La investigación bibliográfica o documental consiste en la revisión de material bibliográfico existente con respecto al tema a estudiar. Se trata de uno de los

principales pasos para cualquier investigación e incluye la selección de fuentes de información. Se le considera un paso esencial porque incluye un conjunto de fases que abarcan la observación, la indagación, la interpretación, la reflexión y el análisis para obtener bases necesarias para el desarrollo de cualquier estudio.

Fue un tipo no experimental, se ha elaborado en varios trabajos de titulación, con propuestas similares, siendo parte esencial para las empresas auspiciantes, pueden obtener productos a menor costo mejorando sus rendimientos, la empresa IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA recibirá un documento técnico necesario para el desarrollo de una importación.

2.4 Población y Muestra

2.4.1 Población

Población es un grupo de elementos con características similares en el caso del presente trabajo, la población son los empleados de IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA, quienes serán las personas que deberán poner en práctica el proyecto y para el estudio de mercado las empresas proveedoras en el país de origen de la mercadería:

Tabla 1-2: Empleados de la empresa IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA

No.	Nombre y apellido	Cargo
1	Edgar Miranda	Gerente
2	Marcela Portero	Contador
3	Verónica Pontón	Jefe de Almacén
4	Luis Sula	Mensajero
5	Raúl Segovia	Jefe de Ventas
6	Gloria Espinoza	Vendedora
7	Alex Moreno	Vendedor
8	Vanessa Herrera	Vendedora
9	Nataly Segovia	Vendedora
10	Mayra Amaguaña	Auxiliar de Servicios
	Total	10 personas

Fuente: Trabajo de investigación

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

2.5 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.5.1 Métodos

2.5.1.1 Método Deductivo

El método hipotético-deductivo es entendido como un método de investigación que sigue el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas conclusiones.

Se aplicó el método deductivo en la descripción de los procesos y procedimientos de importación mediante la negociación, seguro, flete y nacionalización que la empresa realizó, mismos que se constituyeron de gran ayuda en el diseño del proyecto de importación que se diseñó.

2.5.2 Técnicas e Instrumentos de investigación

Para el presente proyecto se utilizarán las siguientes técnicas e instrumentos de recolección de datos.

2.5.2.1 Técnicas

Observación directa ya que permitió analizar la información documental que posee la empresa respecto a los criterios expresados en los objetivos específicos. Se aplicó una encuesta mediante la cual se estableció la viabilidad del tema planteado según las necesidades de la empresa y finalmente se realizó la consulta empleando medios virtuales para acceder al mercado de origen o importador.

2.5.2.2 Instrumentos

Para la aplicación de registros de la información mediante un check list de los aspectos que el investigador considere necesarios en el mismo sentido para el desarrollo de la encuesta, se elaboró un cuestionario previamente validado con el propósito de que los resultados tengan mayor efectividad.

2.6 Análisis e interpretación de resultados

1. ¿La empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA., en el último período fiscal se han dado importaciones de productos para su comercialización?

Tabla 2-2: Productos para su comercialización

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	20%
NO	8	80%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

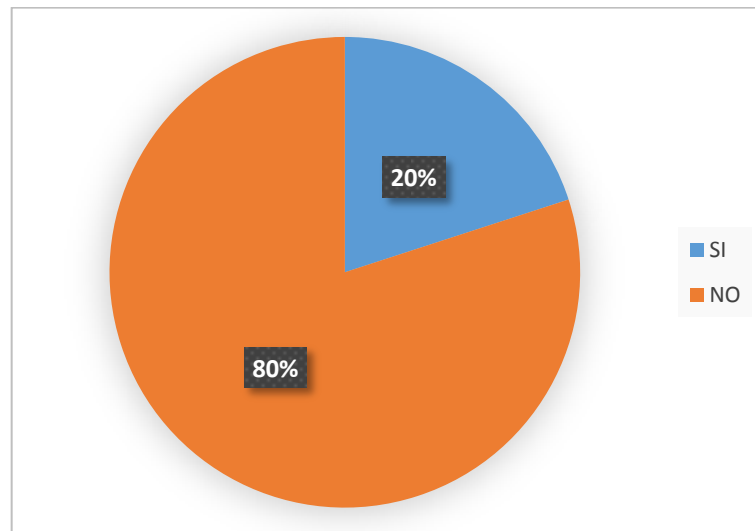


Gráfico 1-2: Productos para su comercialización

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación

Se interrogó a los empleados de la empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA., se pudo conocer que el 20% dice que si se ha realizado el proceso de importación mientras que el 80% dice que no se ha realizado en la actualidad.

Análisis

Sobre la importación de productos para su comercialización, en el mercado local, donde señalaron que la última importación se realizó en el año 2016, se ha dado este proceso de manera consecutiva, principalmente de computadoras, impresoras, celulares entre los más destacados.

2. ¿Mantienen en stock, los productos importados para su comercialización?

Tabla 3-2: Productos importados

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	10%
NO	9	90%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

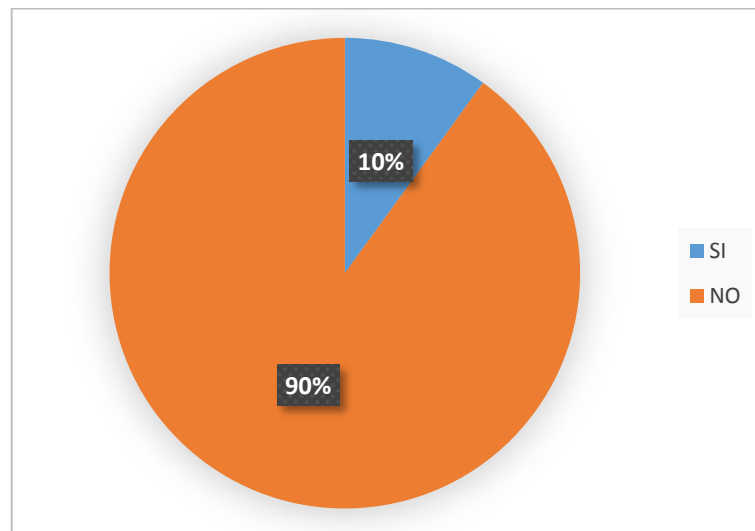


Gráfico 2-2: Productos importados

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación

Se interrogó a los empleados de la empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA., se pudo conocer que el 10% dice que si mantiene un stock de productos importados y el 90% dijo que no existe en la actualidad.

Análisis

Sobre el stock de productos importados para su comercialización en el mercado local no cuentan ya que la última importación se realizó en el 2016, se ha dado este proceso de manera consecutiva, principalmente de computadoras, impresoras, celulares entre los más destacados.

3. ¿Estos productos tienen acogida comparando con los productos importados?

Tabla 4-2: Productos tienen acogida.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	20%
NO	8	80%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

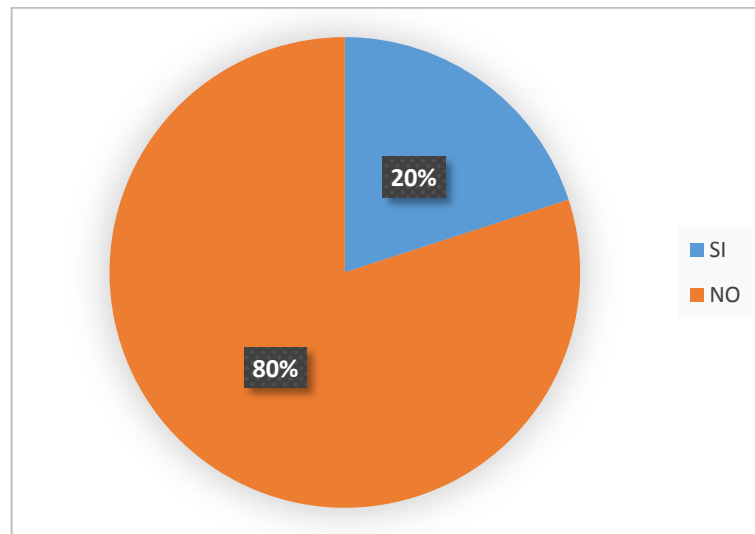


Gráfico 3-2: Productos que tienen acogida.

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación

Se interrogó a los empleados de la empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA., se pudo conocer que el 10% dice que si mantiene un stock de productos importados y el 90% dijo que no existe en la actualidad.

Análisis

Los productos nacionales no tienen mucha acogida como los importados es por eso que se necesita buscar un nuevo mercado donde se pueda realizar la negociación.

4. ¿Se ha realizado un diagnóstico para establecer la ventaja del proceso de importación?

Tabla 5-2: Diagnostico proceso de importación.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	30%
NO	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

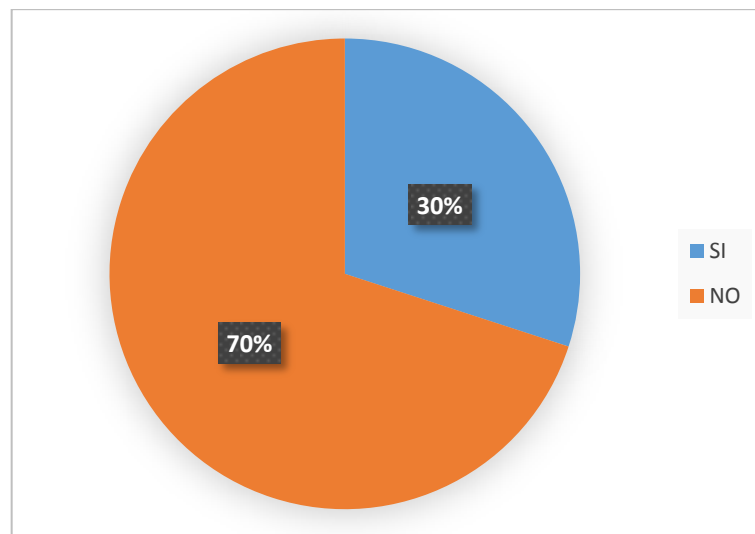


Gráfico 4-2: Diagnostico proceso de importación

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación

Se interrogó a los empleados de la empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA., se pudo conocer que el 30% si se realiza un diagnóstico del proceso de importación para establecer las ventajas que tiene realizarlo y un 70% que no lo hacen.

Análisis

Para el diagnóstico del proceso de importación se tiene ventajas para mejorar su comercialización en mercado local y se debe dar de manera consecutiva.

5. ¿Cuentan con un proceso definido de importación que debe ser aplicado por la empresa?

Tabla 6-2: Diagnóstico general

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	40%
NO	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta de campo
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

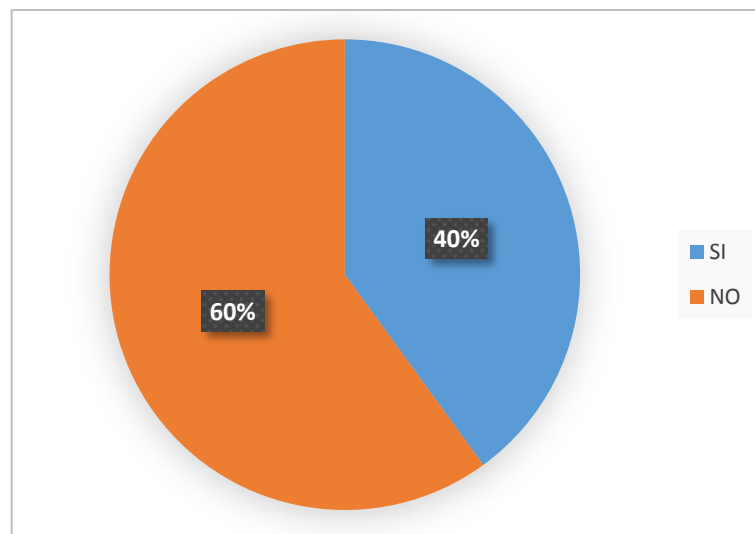


Gráfico 5-2: Diagnóstico general
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación

Se interrogó a los empleados de la empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA., se pudo conocer que el 40% dice que si se ha realizado el proceso de importación mientras que el 60% dice que no se ha realizado en la actualidad.

Análisis

La empresa debe contar con un proceso definido de importación que debe ser aplicado por la persona responsable que verifique el cumplimiento del trámite de importación que se requerirá para el control de las importaciones de los productos.

6. ¿Existe una persona responsable del proceso de importación que verifique el cumplimiento del trámite?

Tabla 7-2: Proceso de importación.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	30%
NO	7	70%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

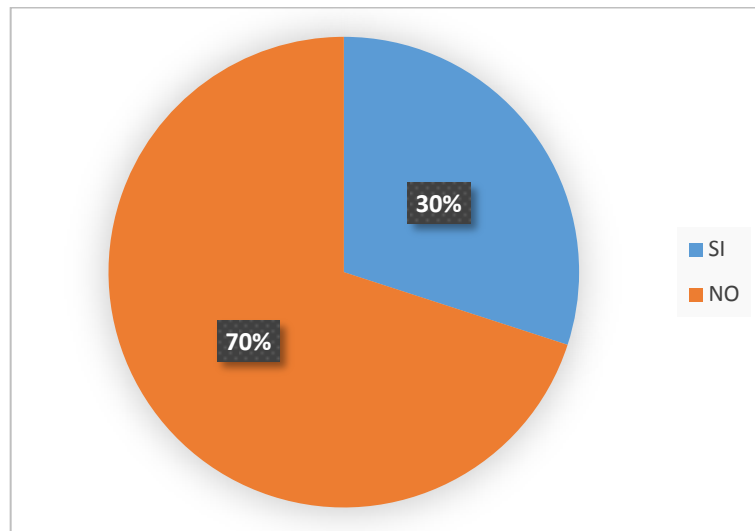


Gráfico 6-2: Proceso de importación.

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación

Se interrogó a los empleados de la empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA., se pudo conocer que el 30% dice que si existe una persona encarga del proceso de importación que verifique el cumplimiento del trámite y un 70% mencionaron que no existe.

Análisis

La empresa para tener un mejor resultado en sus actividades debe tener una persona encarga para todo el proceso de importación que verifique el cumplimiento del trámite para que realice la desaduanización de la mercancía.

7. ¿Mantiene un registro de los proveedores, donde se establezca la forma de negociación?

Tabla 8-2: Registro de proveedores

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	40%
NO	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

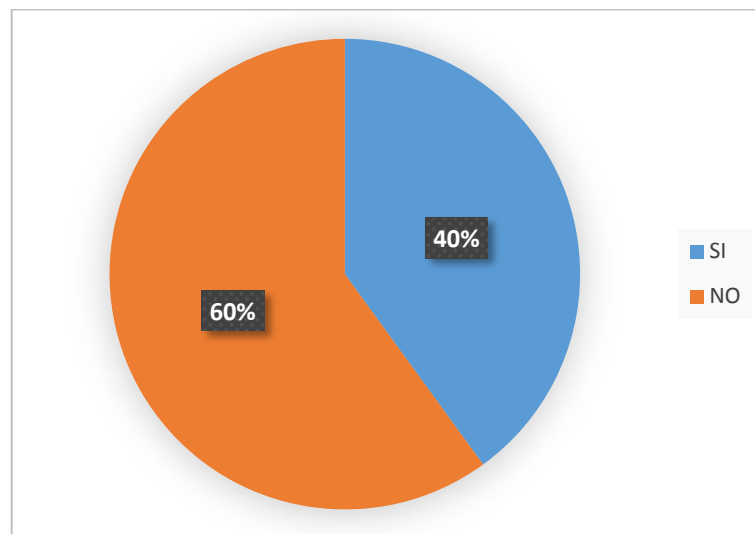


Gráfico 7-2: Registro de proveedores

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación

Se interrogó a los empleados de la empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA., se pudo conocer que el 40% si mantiene un registro de los proveedores donde establezca la forma de negociación y el 60% mencionaron que no cuentan.

Análisis

Para realizar una negociación se debe tener un registro de los posibles proveedores que se debe tener en cuenta los precios de los productos que requiere la empresa.

8. ¿La empresa ha reportado rentabilidad en la realización de las actividades?

Tabla 9-2: Rentabilidad en las actividades

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	10%
NO	9	90%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

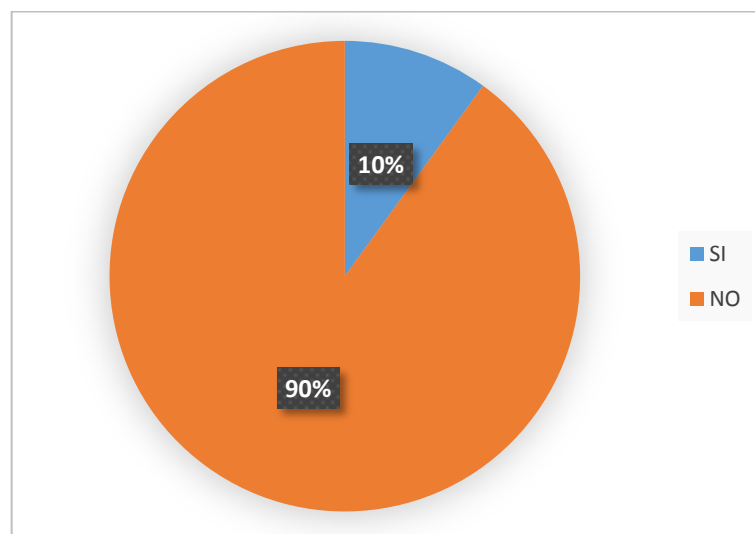


Gráfico 8-2: Rentabilidad en las actividades

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación

Se interrogó a los empleados de la empresa “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA., se pudo conocer que el 10% dijo que la empresa ha reportado rentabilidad en la realización de las actividades y un 90% mencionaron que no ha reportado ningún tipo de rentabilidad.

Análisis

La empresa se ve en la necesidad de aplicar un proyecto de importación, para acceder a productos de calidad y a un costo competitivo.

CAPITULO III

3. MARCO PROPÓSITO

3.1 Tema de la Propuesta

PROYECTO DE IMPORTACIÓN DE APARATOS Y SUMINISTROS TECNOLÓGICOS, PARA LA EMPRESA “IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, PERIODO 2019.

3.2 Contenido de la Propuesta

3.2.1 Información general

Tabla 1-3: Datos Generales

Razón social	Importadora Ibemmtechnology Macro Negocios Cia Ltda
Registro único de contribuyentes	0691748804001
Representante legal	Miranda Mariño Gloria Elizabeth
Productos	Computadoras, impresoras, tablets, teléfonos
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Dirección	Juan Montalvo 3239 México

Fuente: Trabajo de investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

3.2.2 Reseña histórica

IMPORTADORA IBEMM TECHNOLOGY MACRO NEGOCIOS CIA. LTDA. Es una empresa creada para la importación, distribución de software y hardware de última tecnología además de diseño e instalación de programas, venta al por mayor y menor de equipos electrónicos y fabricación de prendas para caballeros con un alto valor agregado partiendo desde la seriedad y el trabajo de un equipo altamente calificado hasta el trato constante y personalizado con nuestros clientes.

La idea inicio como un emprendimiento riobambeño con la iniciativa de Edgar Miranda y Gloria Miranda para dar un buen servicio tanto en tecnología como en el vestir del caballero se

tomó la decisión de constituir una empresa, un 27 de octubre del 2015 nació la Empresa IMPORTADORA IBEMM TECHNOLOGY MACRO NEGOCIOS CIA. LTDA., está ubicada en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba.

IBEMM TECHNOLOGY, se planteó como objetivo principal, en el ámbito de la distribución de hardware, software y soporte, así como el diseño de redes, simplificando los procesos a sus clientes mediante la modernización de sus tecnologías. En vista de la necesidad de nuestros clientes por encontrar productos eléctricos, electrónicos, equipos de comunicación, electrodomésticos a un precio cómodo y accesible, la compañía ha realizado convenios con Empresas de Sector público y privado para brindar productos de muy buena calidad y a precios muy accesibles.

3.2.3 Misión

Tabla 2-3: Misión

¿Quiénes somos?	Ibemm Technology Cia. Ltda
¿Qué buscamos?	Comercializa equipos tecnológicos.
¿Por qué lo hacemos?	Ofrecer productos de calidad y a precios accesibles.
¿Para quienes trabajamos?	Para nuestros clientes

Fuente: Trabajo de investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Ibemm Technology Cia. Ltda es una empresa dedicada a la comercialización de equipos tecnológicos, ofrecemos a nuestra distinguida clientela productos de calidad y a precios accesibles.

3.2.4 Visión

Tabla 3-3: Visión

¿Cómo contribuye la institución al bienestar de la población objetivo?	Entregando productos de calidad con garantía
¿Cuál es la situación futura deseada para los usuarios o beneficiarios?	Comercializar en la zona centro del país de equipos tecnológicos de alta gama
¿Qué se quiere de la institución en el futuro?	Ser un distribuidor reconocido en el mercado local
¿Cómo puede la institución lograr ese futuro?	Importando productos, con servicio técnico destacado y personal capacitado

Fuente: Trabajo de investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Ibemm Technology Cia. Ltda pretende ser una empresa comercializadora en la zona centro del país de equipos tecnológicos de alta gama siendo un distribuidor reconocido en el mercado local, importando productos con servicio técnico destacado y personal capacitado entregando productos de calidad con garantía.

3.2.5 *Objetivos empresariales*

- Realizar un diagnóstico general de la empresa para el establecimiento de la situación real para la determinación de las estrategias acorde a su situación.
- Establecer el mecanismo para la importación de los productos que requiere la empresa para su funcionamiento en el mercado.
- Establecer estrategias para la comercialización de los productos que tiene la empresa procurando el mejoramiento de la rentabilidad.

3.2.6 **Valores Corporativos**

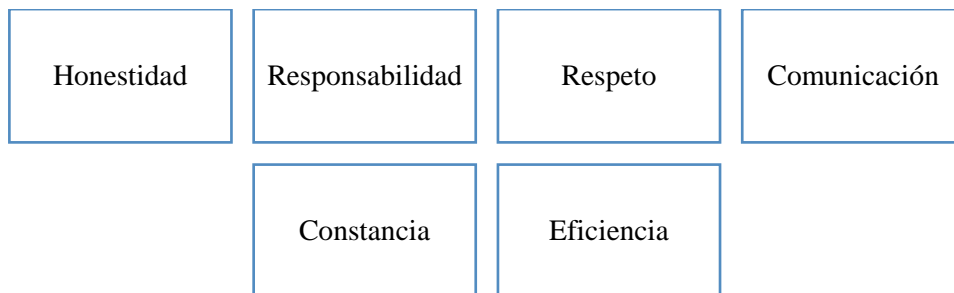


Gráfico 1-3: Valores Corporativos
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

1. Honestidad

La empresa tendrá una buena presentación para nuestros clientes tengan la plena seguridad y confianza.

2. Responsabilidad

La empresa tiene un alto grado de responsabilidad para llevar a cabo las tareas con seriedad

3. Respeto

La empresa tiene un alto grado de respeto y consideración al personal que labora brindándoles un buen trato, para ello brinda facilidades para un eficiente desempeño laboral y está siempre pendiente del crecimiento personal y laboral de sus empleados.

4. Comunicación

Promover y facilitar la comunicación entre todos los niveles de la organización, disponiendo de herramientas eficaces con el compromiso constante.

5. Constancia

La empresa se caracteriza en función de las necesidades y problemas de la población y que a pesar de las incidencias tanto logísticas como humanas, ha logrado permanecer y crecer en el tiempo para constituirse en una de las empresas viables en la provincia de Chimborazo.

6. Eficiencia

Cumplir con las metas y objetivos propuestos por la empresa para dar y garantizar un excelente servicio que satisfaga las necesidades de nuestros usuarios.

3.2.7 Organigrama estructural

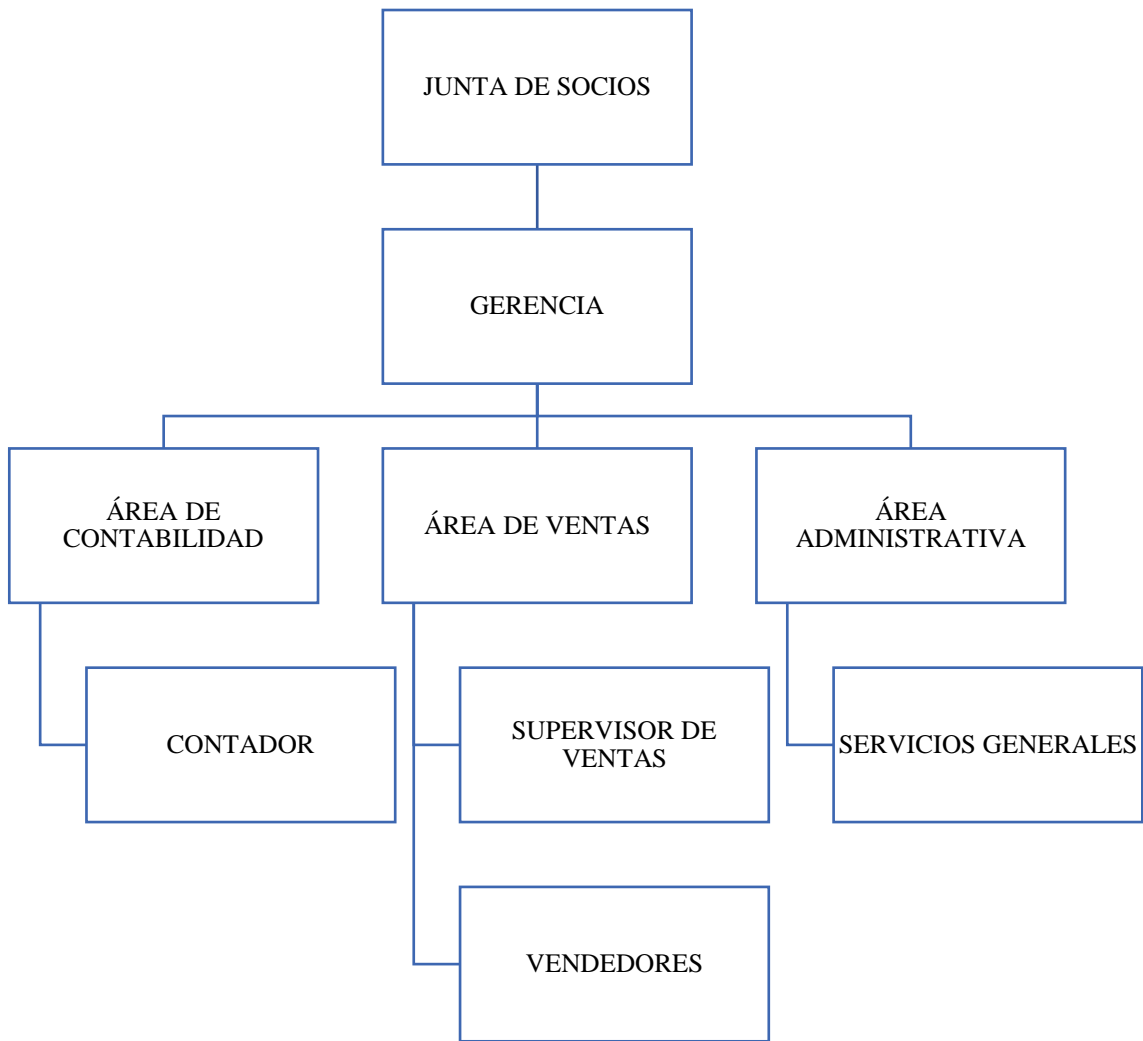


Gráfico 2-3: Organigrama Estructural
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

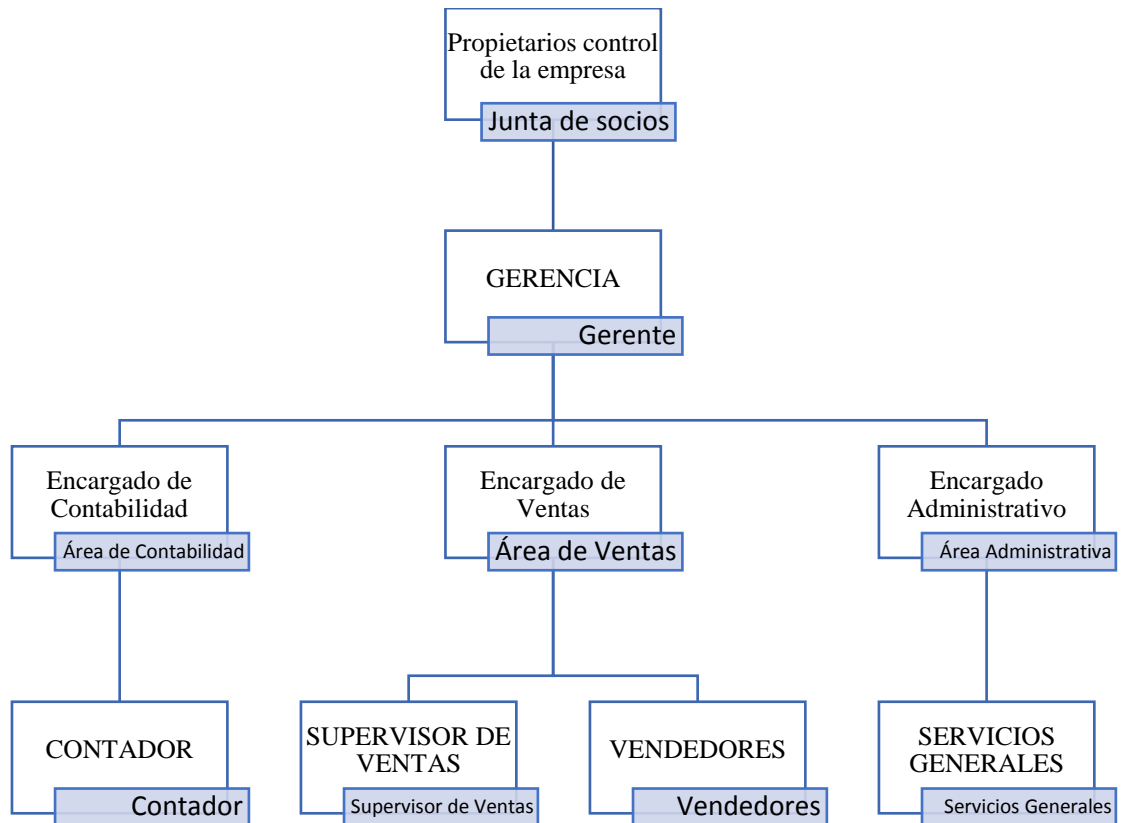



Gráfico 3-3: Organigrama Estructural
 Realizado por: Segovia Nataly, 2019

3.2.8 Descripción de los productos que se comercializan

Tabla 4-3: Características Hp Core i5 8GB

Portátil HP Intel Core i5 de 8GB	
	
Tarjeta Grafica	520 con 2 GB y 4181 MB de memoria gráfica total
Procesador	Intel Core I5 7200 U
Sistema Operativo	Windows 10 Home
Memoria RAM	8GB
Disco Duro	1TB
Pantalla	15.6"

Fuente: Trabajo de investigación
 Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Tabla 5-3: Características Hp Core i5 16GB

Portatil HP Intel Core i5 de 16GB	
	
Tamaño de la pantalla	14 pulgadas
Resolución de la pantalla	1366x768
Procesador	2.3 GHz Core i5 5300U
RAM	8 GB SO-DIMM DDR3
Disco Duro	512 GB SSD
Sistema operativo	Windows 10
Tamaño de memoria flash	256 GB


Fuente: Trabajo de investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Tabla 6-3: Características Impresora Hp Ink Tank 315

Impresora multifunción HP Ink Tank 315	
	
Velocidad de impresión negro	ISO: Hasta 8 ppm
Velocidad de impresión color	ISO: Hasta 5 ppm Borrador: Hasta 16 ppm
Ciclo de trabajo (mensual, A4)	Hasta 1.000 paginas
Calidad de impresión (optima)	Color: Resolución optimizada de hasta 4800 x 1200 dpi en color. Negro: Hasta 1.200 x 1.200 ppp de reproducción.
Velocidad del procesador	360 MHz
Software incluido	Software HP Printer HP Photo Creations

Fuente: Trabajo de investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Tabla 7-3: Características Samsung Galaxy Tab A

Samsung Galaxy Tab A	
	
Pantalla	10.5 TFT con resolución Full HD en ratio 16:10 (1920 x 1200) (264ppp)
Procesador	Qualcomm Snapdragon 450 Quad-Core 1.8 GHz
Cámara trasera	8 Mpx
Cámara delantera	5 Mpx con flash
Almacenamiento	32 GB y 3 GB de RAM
Micro SD	400 GB
Batería	7300 mAh
Wi-Fi	802.11 a/b/g/n/ac
Modelo	4G LTE

Fuente: Trabajo de investigación

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Tabla 8-3: Características Samsung Galaxy Tab S3

Samsung Galaxy Tab S3	
	
Pantalla	9.7 pulgadas
Resolución	2,048x1,536 pixeles
Procesador	Snapdragon 820 (dos núcleos de 2.15GHz y dos de 1.6GHz)
RAM	4 GB
Cámara trasera	13 megapixeles
Cámara frontal	5 megapixeles
Ranura micro SD	256 GB
Sistema operativo	Android Nougat

Fuente: Trabajo de investigación

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

3.2.9 Definición del mercado

Tabla 9-3: Mercado

Lugar	Riobamba
N° Población	264.048
N° Masculino	125.513
N° Femenino	138.535
Población Económicamente activa	193.833

Fuente: Trabajo de investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

DATOS	
n= encuestas	?
N= población	76.113
E= 5% (error muestral)	0,05
P= 50%	0,50
q= 50%	0,50
Z= 95% - 1.96 Nivel de Confianza	1,96

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{73,098.9252}{190.2825 + 0.9604}$$

$$n = \frac{73,098.9252}{191.2429}$$

$$n = 382$$

3. ¿Usted desea adquirir una computadora portátil?

Tabla 10-3: Adquisición

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	34	9%
No	348	91%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

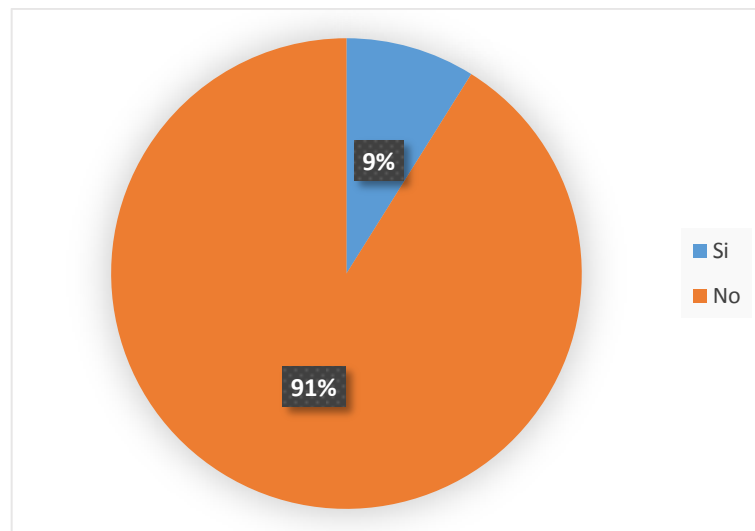


Gráfico 4-3: Adquisición

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación.- En base a la encuesta se pudo determinar que existe una demanda de 9%, ya que reconocen que desean adquirir este producto, mientras que el 91% dice que ya cuenta con este equipo.

4. ¿Qué marca les gustaría adquirir?

Tabla 11-3: Marca

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
HP	160	42%
Toshiba	103	27%
Asus	55	14%
Dell	64	17%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

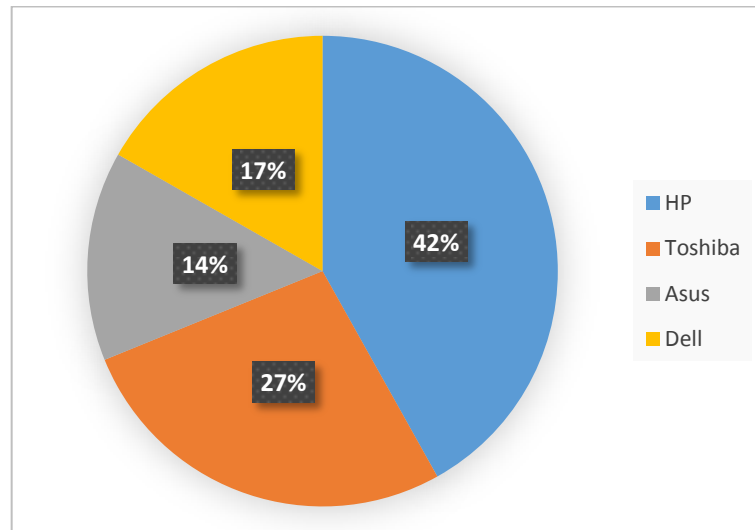


Gráfico 5-3: Marca

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación.- En el momento de comprar sus computadoras el 42% de las personas encuestadas de la población de Riobamba prefieren comprar computadoras de marca HP, el 27% computadoras Toshiba, el 14% computadoras Asus y el 17% prefieren comprar computadoras marcas Dell.

5. ¿El momento de comprar cuales son los componentes que influyen en su decisión?

Tabla 12-3: Decisión de comprar

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	120	31%
Precio	69	18%
Todas las anteriores	193	51%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

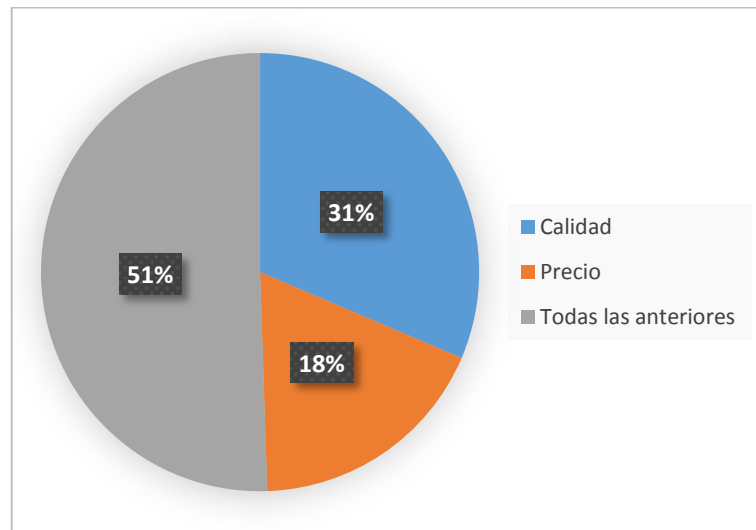


Gráfico 6-3: Decisión de comprar.

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación.- La principal característica que influye al momento de comprar un producto es de calidad en la encuesta realizada a la población activa de Riobamba representa el 31%, el precio es otro factor que representa el 19% y el 50% representa que toman en cuenta los dos factores.

6. ¿Cuál es el rango de precio en el que usted puede adquirir el equipo informático?

Tabla 13-3: Precio que puede adquirir su equipo informático

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
300.00 a 500.00	50	13%
501.00 a 750.00	252	66%
751.00 a 1000.00	80	21%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

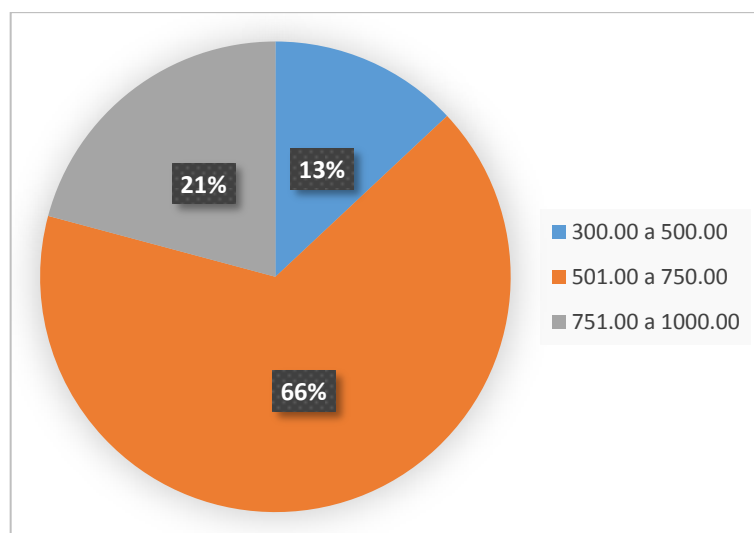


Gráfico 7-3: Precio que puede adquirir su equipo informático

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación.- Para adquirir su equipo informático cual es el precio que estaría dispuesto a pagar, el 13% señalaron de 300.00 a 500.00, el 21% señalaron de 751.00 a 1000.00 y el 66% de las personas encuestadas señalaron de 501.00 a 750.00 que es un rango accesible para la mayor parte de clientes.

7. ¿Con que frecuencia usted renueva sus equipos informáticos?

Tabla 14-3: Frecuencia que renueva sus equipos informáticos

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dos años	128	34%
Más de tres años	254	66%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta de campo
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

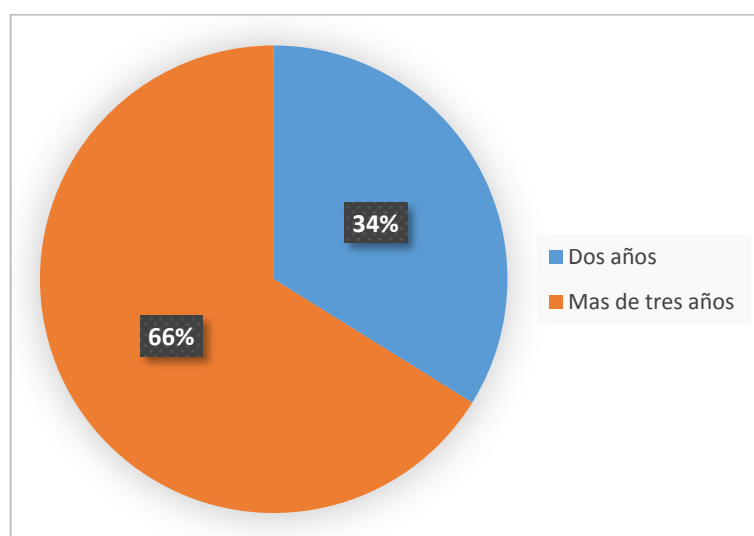


Gráfico 8-3: Frecuencia que remueva sus equipos informáticos
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación.- De la encuesta realizada la población de Riobamba señaló que el 34% cambian de equipos informáticos cada dos años y el 66% señalaron que lo realizan en más de tres años.

8. ¿Usted emplea el equipo informático en?

Tabla 15-3: Emplea el equipo informático en

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trabajo	194	50%
Entretenimiento	30	8%
Redes Sociales	158	42%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

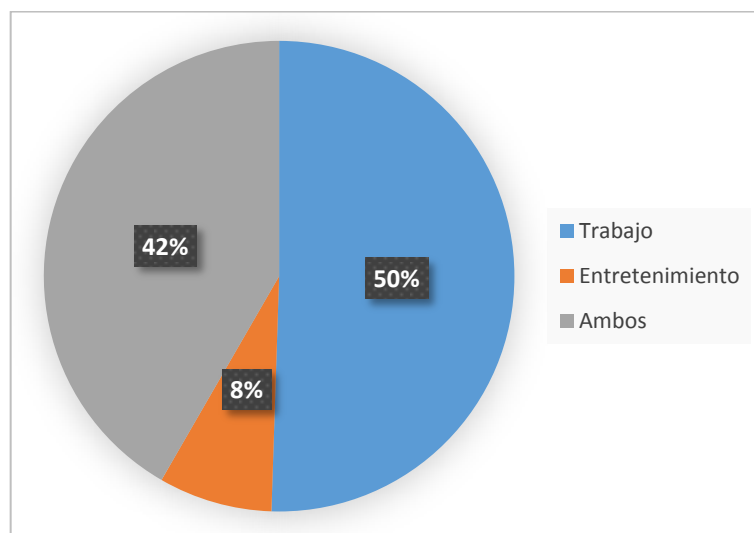


Gráfico 9-3: Emplea el equipo informático en

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación.- La encuesta realizada en la población de Riobamba el 50% emplea su equipo informático en el trabajo, el 8% lo realizan para entrenamiento y el 42% lo realizan para trabajo y entrenamiento.

9. ¿Cuáles son las empresas que comercializan el producto de su elección en la ciudad de Riobamba?

Tabla 16-3: Empresas que comercializan en Riobamba

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
System Market	160	42%
Computron	85	22%
Total Home	34	9%
Enter System	103	27%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

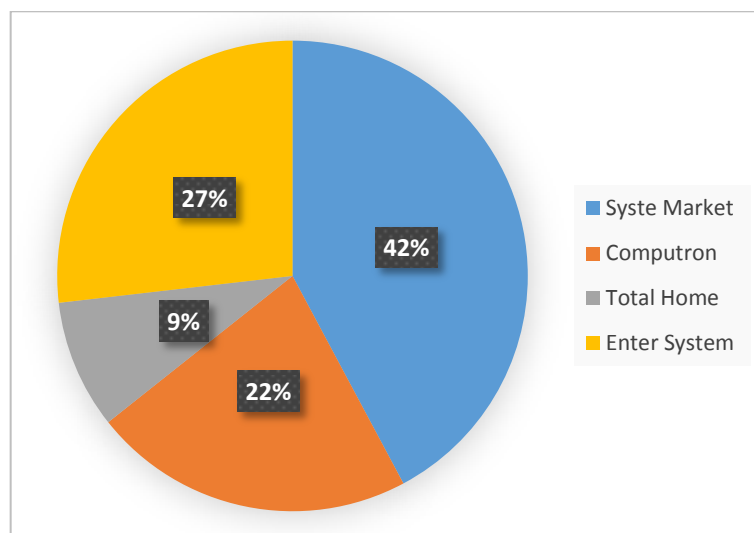


Gráfico 10-3: Empresas que comercializan en Riobamba

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación.- De la encuesta realizada en la ciudad de Riobamba el 42% compran sus equipos en la empresa Syste Market, el 22% lo realizan en la empresa Computron, el 9% en la empresa Total Home y el 27% de las personas compra en la empresa Enter System.

9. ¿Cuál es el medio de comunicación que usted emplea?

Tabla 17-3: Medio de comunicación que emplea

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Correo Electrónico	96	25%
Redes Sociales	203	53%
Internet y Sitios Web	83	22%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

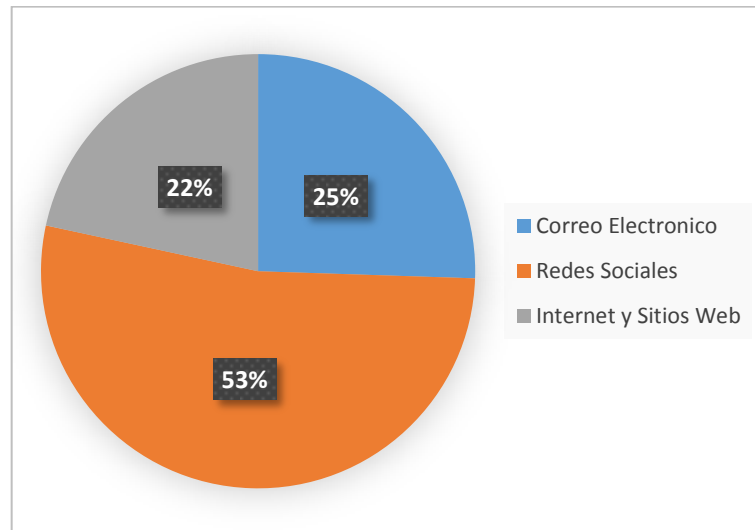


Gráfico 11-3: Medio de comunicación que emplea

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación.- Las preferencias de las personas encuestadas sobre la información novedades y actualizaciones del producto se establece en tres canales de comunicación en primer lugar son las redes sociales con el 53%, en segundo lugar Correo Electrónico con el 25% y en tercer lugar el 22% de Internet y Sitios Web.

10. ¿En qué momento del día usted revisa el medio de comunicación?

Tabla 18-3: Tiempo que revisa el medio de comunicación

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al medio día	52	14%
En la tarde	113	29%
Noche	217	57%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta de campo

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

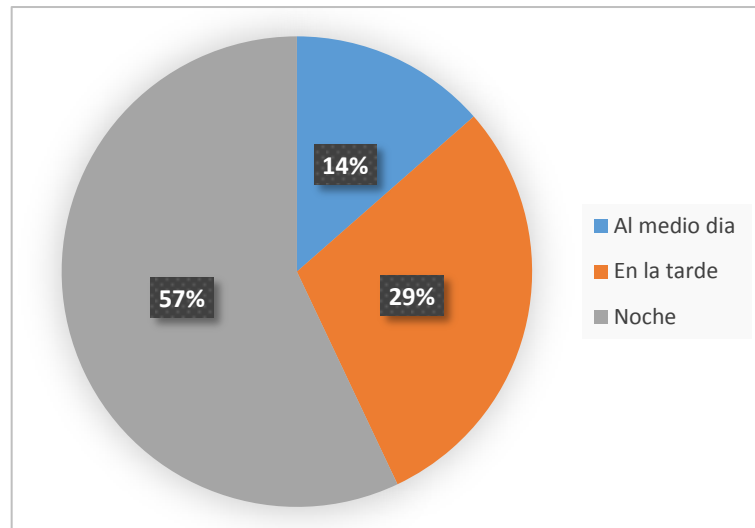


Gráfico 12-3: Tiempo que revisa el medio de comunicación

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Interpretación.- En esta encuesta realizada el tiempo que las personas encuestadas exploran sus medio de comunicación el 57% lo revisan en la noche, en segundo lugar lo revisan en la tarde y el 14% lo revisan al medio día.

3.2.10 Proceso de importación

Tabla 19-3: Elementos de la importación

No	Elementos de importación	Exportador	Importador	Observación
1	Producto		√	Según lo requerimientos que tenga la empresa, en un breve análisis se pudo establecer que los productos con mayor aceptación son: Laptop Hp Core I7 8gb Laptop Hp Core I7 16gb Laptop Hp Core I5 8gb Laptop Hp Core I5 16gb
2	Proveedor		√	Según los requerimientos de la empresa y las mejores opciones tanto en características, calidad y precio. Se estimó lo siguiente: Corporación HKTDC China Notebook
3	Requisitos para ser importador		√	Los requisitos que en el momento de la importación estén vigentes; entre los principales: Registro Único de Contribuyente (RUC). Firma Electrónica Avanzada. Agente aduanero. Padrón de importadores. Requisitos propios de la partida arancelaria.
4	Negociación	√	√	Según el Incoterms fijado entre las partes, también se define la forma de pago y condiciones propias del transporte internacional.

Continúa

Continúa

5	Transporte		√	El transporte que vamos a utilizar para la movilización será marítimo. Usaremos un contenedor de 40 pies que tiene capacidad para 50 computadoras cuatrimestral.
6	Inconterm		√	El incoterm que se va a utilizar en la importación de computadoras es el CIF (Costo, Seguro y Flete Puerto de destino convenido).
6	Seguro	√		Se solicitará que la empresa proveedores contrate una aseguradora con presencia en el país.
7	Flete	√		Por el volumen y el costo se debe contratar el flete marítimo, Por las características del producto y del medio de transporte, definiendo en el contrato que se procurara que los productos lleguen en condiciones óptimas.
8	Forma de pago	√	√	Se considera que se debe contratar la carta de crédito para garantizar el pago en el momento de la recepción del bien.
9	Trámites de desaduanización		√	Contratar al Agente aduanero que permita la ejecución de las actividades propias del proceso de importación, revisión de mercadería para verificar que cumpla con las características de los productos importados.

Continúa

Continúa

10	Seguro interno		✓	Generalmente su contratación se relaciona con el flete interno y se cuenta con varias empresas que ofertan este servicio, se espera que la mercancía llegue al Puerto de Guayaquil y desde este punto se movilice a la ciudad de Riobamba.
11	Flete interno		✓	Se considerara un transporte que presente las medidas de seguridad para la mercadería.
12	Recepción de la mercadería:		✓	Revisión de la mercadería antes de su ingreso a la bodega de la mercancía.

Fuente: Trabajo de investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Condiciones de importación pactadas después de efectuar el proceso de importación:

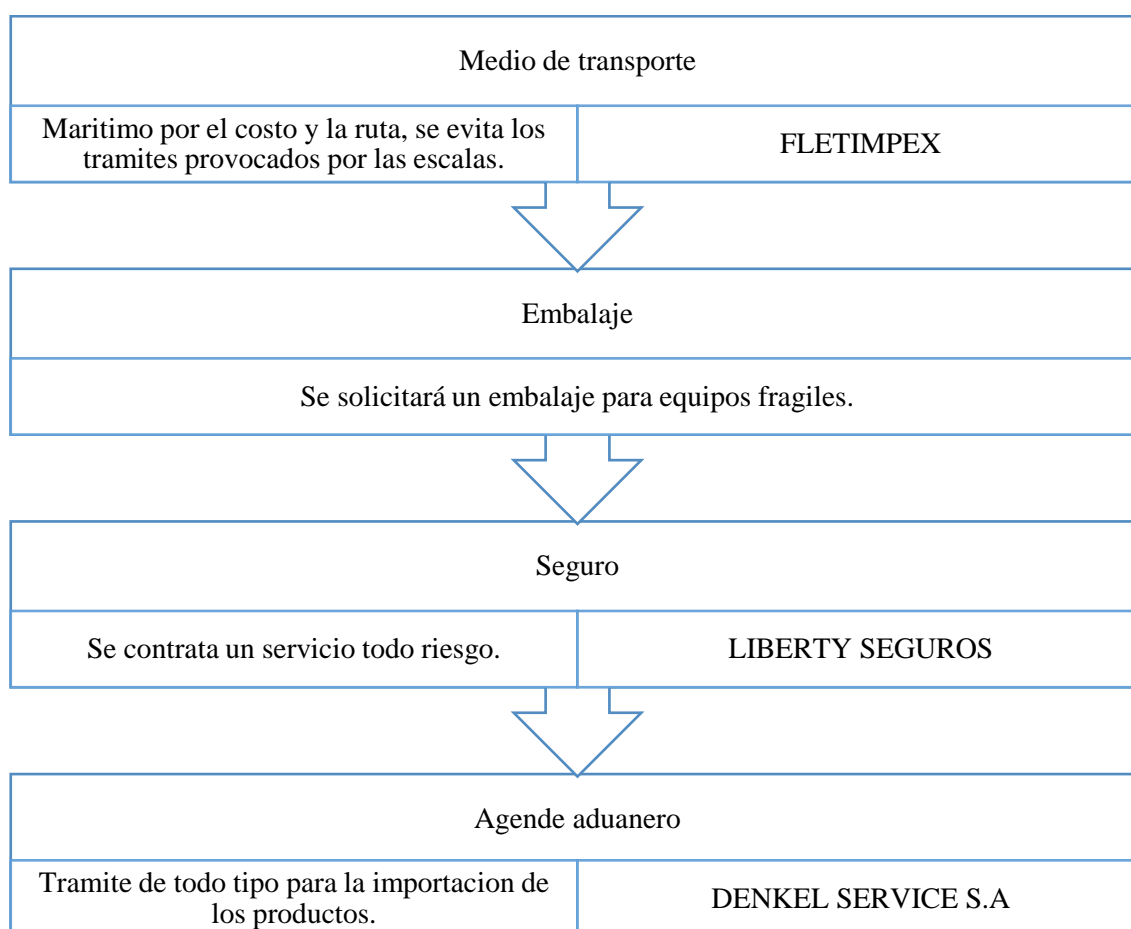


Gráfico 13-3: Proceso de Importación

Fuente: Trabajo de investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

INCONTERMS contratado será el CIF, los valores de transporte y del seguro internacional serán contratados por el proveedor, considerando los requerimientos de la empresa, quien para sentirse seguro solicitara la contratación del medio de transporte y seguro acorde a sus requerimientos, los trámites para liberar la mercadería serán propias del importador. Cabe recalcar que el flete interno será contratado por la empresa para que se pueda llegar al destino en la ciudad de Riobamba.

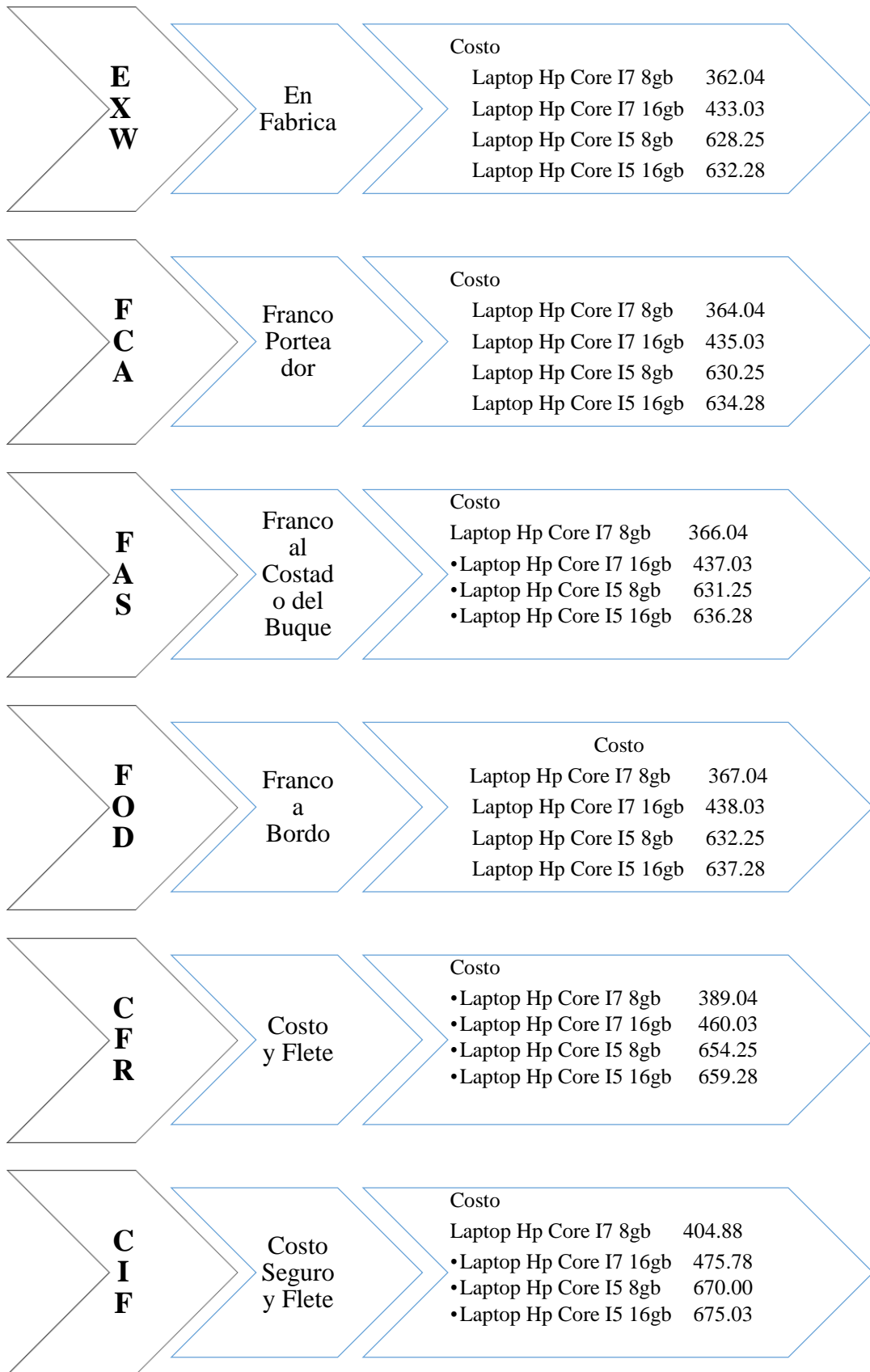


Gráfico 14-3: Comparación de precios
 Realizado por: Segovia Nataly, 2019

3.2.11 Diagnóstico general de la empresa

Análisis interno

Tabla 20-3: Análisis Interno Impacto

No.	Descripción	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
Fortalezas					
F1	Posee liquidez para cumplir las actividades		•		
F2	Cuenta con personal técnico capacitado			•	
F3	Atención al cliente personalizada				•
F4	Variedad en los productos que comercializa			•	
F5	Políticas que regule la administración de los recursos			•	
Debilidades					
D1	No cuenta con infraestructura propia		•		
D2	Modalidad de venta existen diferentes métodos para llevar a cabo la promoción de la empresa.		•		
D3	Falta de convenios con empresas para proveer los productos de la empresa.	•			
D4	No cuenta con un departamento de importación.		•		
D5	Desconocimiento del proceso de importación		•		

Fuente: Trabajo de Investigación

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Tabla 21-3: Análisis Interno Ponderado

No.	Descripción	Ponderación	Calificación	Total
Fortalezas				
F1	Posee liquidez para cumplir las actividades	0.12	3.00	0.36
F2	Cuenta con personal técnico capacitado	0.12	3.50	0.42
F3	Atención al cliente personalizada	0.08	3.00	0.24
F4	Variedad en los productos que comercializa	0.08	3.50	0.28
F5	Políticas que regule la administración de los recursos	0.10	2.50	0.25
Debilidades				
D1	No cuenta con infraestructura propia	0.10	2.00	0.20
D2	Modalidad de venta existen diferentes métodos para llevar a cabo la promoción de la empresa.	0.12	2.00	0.24
D3	Falta de convenios con empresas para proveer los productos de la empresa.	0.08	2.50	0.20
D4	No cuenta con un departamento de importación.	0.10	1.50	0.15
D5	Desconocimiento del proceso de importación	0.10	1.50	0.15
Total		1.00		2.49

Fuente: Trabajo de Investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

0.00 - 1.00	1.01 - 2.00	2.01 - 3.00	3.01 - 4.00
Debilidad fracaso	Debilidad menor	Fortaleza menor	Fortaleza de éxito

Fortalezas

- **Posee liquidez para cumplir las actividades**

La liquidez de una empresa representa la agilidad que tiene para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas alcancen su vencimiento. La liquidez se refiere a la solvencia de la situación financiera general de la empresa, es decir, la habilidad con la que puede pagar sus cuentas.

- **Cuenta con personal técnico capacitado**

La capacitación, es un proceso académico de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual el talento humano de la institución adquiere y desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al nivel, rol, grado, cargo y función, y modifica sus actitudes frente a aspectos de eficiencia y efectividad sin dejar atrás el rol como ciudadano en la sociedad.

- **Atención al cliente personalizada**

El estudio refuerza el desafío de las empresas, incluso las de América Latina, esforzarse más en mejorar el servicio de atención al cliente, haciéndolo más consistente y personalizado. Esto las llevará a aumentar sus ventas, reducir los costos y obtener una mayor lealtad.

- **Variedad en los productos que comercializa**

Casi todas las empresas comienzan con una limitada amplitud, longitud y profundidad en su gama de productos. Además, la gama de productos de una compañía será altamente consistente al comenzar. Sin embargo, la competencia o la tecnología pueden obligar a una empresa a ser más diversificada. Por ejemplo, un fabricante pequeño de lavabos puede tener que vender vasijas, varios estilos de fregaderos y grifos para ganar más exposición en la distribución de elementos de cocina y baño. Por consiguiente, los productos adicionales probablemente se añadirán a la amplitud, longitud y profundidad a la gama de productos de la compañía.

- **Políticas que regule la administración de los recursos**

Como parte del sistema a la empresa le corresponde la función de producir bienes o servicios para su venta en el mercado, una función necesaria para que cada persona pueda hacer compatible la especialización en el trabajo y la satisfacción de sus múltiples necesidades. La empresa se manifiesta en forma de una personalidad jurídica propia y una razón social. La heterogeneidad de empresas en cuanto a dimensión, variedad de bienes o servicios que se venden al mercado, actividades y recursos que se controlan internamente, organización y funcionamiento interno, despierta el interés intelectual de las ciencias sociales en general y de la economía en particular.

Debilidades

- **No cuenta con infraestructura propia**

La infraestructura puede ser definida como las estructuras físicas y organizativas, redes o sistemas necesarios para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía. Los diferentes componentes de la infraestructura de una sociedad pueden existir ya sea en el sector público o privado, dependiendo como son poseídos, administrados y regulados (compartido con el sector gubernamental/privado según sea la propiedad y la administración, según ocurre en algunos casos).

- **Modalidad de venta existen diferentes métodos para llevar a cabo la promoción de la empresa.**

Una buena promoción puede aumentar las ventas entre un 5 y un 15%. Algunas claves que no debes olvidar son elegir un incentivo adecuado, segmentar el público al que te diriges y combinar distintos tipos de promociones a lo largo del año.

- **Falta de convenios con empresas para proveer los productos de la empresa.**

Presupone que cualquier forma de organización empresarial, entre la que se incluye la descentralización productiva o contratación externas de obras o servicios, será conforme a Derecho y, por ende, lícita. Y si bien lo habitual es que las actividades externalizadas comprendan servicios auxiliares, intensivos en mano de obra y no demasiado cualificados, reservándose la empresa cliente la gestión directa de las tareas consideradas nucleares o esenciales, es lo cierto sin embargo que, lejos de ceñirse a dichos servicios, las actividades contratadas cada vez tienen un carácter más estratégico para la empresa contratante, incluyendo, entre otros, aspectos como la distribución logística, el diseño, el marketing, los sistemas de información o las funciones financieras.

- **No cuenta con un departamento de importación.**

La importación consiste, por tanto, en transacciones de bienes y servicios desde un país extranjero a nuestro país, pero no tienen por qué ser vendidos por otro país y comprados por nuestro país pues además de la compra/venta incluye trueques, regalos o donaciones. La definición exacta de las importaciones en las cuentas nacionales incluye algunas limitaciones a estas transacciones para considerarlas o no como una importación.

- **Desconocimiento del proceso de importación**

El desconocimiento de los trámites aduaneros limita muchas veces el desarrollo de las Pymes. Esta premisa es compartida por el especialista en comercio exterior, Oscar Loza, quien asegura que en la práctica, los empresarios compran primero y luego realizan la tramitología correspondiente, sin la planificación debida.

Análisis externo

Tabla 22-3: Análisis externo Impacto

No.	Descripción	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
	Oportunidades				
O1	Medios de publicidad con acceso al nivel mundial.			•	
O2	Actualización de la tecnología			•	
O3	Política que favorece el comercio internacional		•		
O4	Necesidad de uso de tecnología a menor edad.				•
O5	Nuevas formas de comunicación (redes sociales)				•
	Amenazas				
A1	Competencia existe gran cantidad de empresas destinadas a vender computadoras		•		
A2	Barreras arancelarias	•			
A3	Formas de negociación	•			
A4	Productos de menor calidad en el mercado		•		
A5	Contrabando de productos tecnológicos	•			

Fuente: Trabajo de Investigación
Elaborado por: Segovia Nataly, 2019

Tabla 23-3: Análisis externo ponderado

No.	Descripción	Ponderación	Calificación	Total
	Oportunidades			
O1	Medios de publicidad con acceso al nivel mundial.	0.12	3.00	0.36
O2	Actualización de la tecnología	0.12	3.50	0.42
O3	Política que favorece el comercio internacional	0.10	3.00	0.24
O4	Necesidad de uso de tecnología a menor edad.	0.10	3.50	0.28

O5	Nuevas formas de comunicación (redes sociales)	0.10	2.50	0.25
	Amenazas			
A1	Competencia existe gran cantidad de empresas destinadas a vender computadoras	0.11	2.00	0.20
A2	Barreras arancelarias	0.11	2.00	0.24
A3	Formas de negociación	0.08	2.50	0.20
A4	Productos de menor calidad en el mercado	0.08	1.50	0.15
A5	Contrabando de productos tecnológicos	0.08	1.50	0.15
Total		1.00		2.49

Fuente: Trabajo de Investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

0.00 - 1.00	1.01 - 2.00	2.01 - 3.00	3.01 - 4.00
Amenaza de fracaso	Amenaza menor	Oportunidades menor	Oportunidades de éxito

Oportunidades

- **Medios de publicidad con acceso al nivel mundial.**

La estadística presenta la tasa de variación del gasto en publicidad en los diferentes medios de comunicación a nivel mundial en 2017, así como el cambio previsto en la inversión publicitaria para 2018 y 2019. Según la fuente, se prevé que el gasto global en publicidad en periódicos experimente un decrecimiento de más del 7% en 2019 con respecto al año anterior. Por su parte, en el caso de la publicidad digital se estima un crecimiento de la inversión de aproximadamente el 11,5% entre 2018 y 2019.

- **Actualización de la tecnología**

Actualmente las empresas necesitan una actualización tecnológica constante para poder mantener de buena forma su competitividad y tener una economía estable. Una empresa con una buena tecnología tiene la oportunidad de alcanzar grandes metas, sus objetivos deben estar bien definidos al momento de adquirir un software que se encargara de controlar la mayor parte de actividades que se desarrollan dentro de la empresa, esta tecnología debe cumplir con las capacidades técnicas que se requiera.

- **Política que favorece el comercio internacional**

Los beneficios derivados del aumento del comercio internacional hacen que los países en desarrollo tengan interés en promoverlo y en asegurar que las normas del comercio internacional sean justas.

- **Necesidad de uso de tecnología a menor edad.**

El progreso tecnológico ha hecho posible que cada día contemos con más y mejores herramientas con las que acceder a contenidos informativos, transmitir datos e imágenes, comunicarnos y relacionarnos con otras personas. Muchas de las llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), están basadas en el uso de Internet y se han incorporado como aplicaciones o servicios que utilizamos desde nuestro ordenador, tableta o teléfono móvil.

- **Nuevas formas de comunicación (redes sociales)**

En la actualidad, los medios de comunicación han experimentado diversos cambios con la aparición de las nuevas herramientas y plataformas digitales, pero principalmente con el surgimiento de las redes sociales. El uso de las redes sociales hasta prácticamente ser medios de comunicación juega un papel muy importante, ya que se convirtieron vertiginosamente en pieza clave para mantener informado a la sociedad, desde notas informativas hasta transmisiones en tiempo real desde el lugar donde ocurre el hecho noticioso. Ante esta realidad, los medios tradicionales se tienen que estar actualizando y adaptando a la nueva tecnología mientras que algunos medios fueron creados con el surgimiento de lo digital. Ante esto se han ido convirtiendo en redes sociales como medio de comunicación.

Amenazas

- **Competencia existe gran cantidad de empresas destinadas a vender computadoras**

El contexto altamente competitivo de las empresas que comercializan productos está dado por diversos aspectos en los que se puede incluir el entorno macroeconómico, los costes empresariales, satisfacción de los productos de mano ecuatoriana y la infraestructura física, humana y tecnológica en el Ecuador, estos factores conforman la esencia estructural del problema del desempeño de estas unidades de producción.

- **Barreras arancelarias**

Las barreras arancelarias tienen el fin de impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías o servicios a un país. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una

mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en el país de destino. El arancel incide directamente en los precios de los productos elevándolos.

- **Formas de negociación**

Es importante para encontrar el modo óptimo de negociar, optando por aquel o aquellos estilos que mejor se adaptan a cada circunstancia. En función de cual sea nuestro objetivo como negociadores elegiremos una u otra estrategia de negociación. De hecho, el negociador ideal es aquel capaz de adaptarse a las distintas circunstancias, y precisamente por ello es clave ser flexibles y utilizar los distintos tipos de negociación como un eficaz instrumento.

- **Productos de menor calidad en el mercado**

La percepción que tienen los consumidores en cuanto a los precios altos, es que la calidad del producto o servicio también sea alta. Y aunque es algo que la mente lo relaciona, el encontrar calidad en el servicio o producto a un precio bajo puede crear más satisfacción en las personas.

- **Contrabando de productos tecnológicos**

No es exagerado decir que en el Ecuador, todo aquello que se puede comprar puede provenir del contrabando. Desde un alfiler hasta un elefante. Lo malo es que eso no beneficia al consumidor, pues algunos productos se venden tan caros como los legales siendo la ganancia solo para los comerciantes que no cumplen con la ley.

Tabla 24-3: Matriz FODA

DIAGNOSTICO FODA		Oportunidades												
		O1	O2	O3	O4	O5		A1	A2	A3	A4	A5		
	Fortalezas													
F1	Posee liquidez para cumplir las actividades.													
F2	Cuenta con personal técnico capacitado.													
F3	Atención al cliente personalizada.													
F4	Variedad en los productos que comercializa.													
F5	Políticas que regule la administración de los recursos.													
	Debilidades													
D1	No cuenta con infraestructura propia.													
D2	Modalidad de venta existen diferentes métodos para llevar a cabo la promoción de la empresa.													
D3	Falta de convenios con empresas para proveer los productos de la empresa.													
D4	No cuenta con un departamento de importación.													
D5	Desconocimiento del proceso de importación.													

Fuente: Trabajo de Investigación
 Realizado por: Segovia Nataly, 2019

3.2.12 *Objetivos del Proyecto*

Tabla 25-3: Objetivos del Proyecto No.1

Objetivo: Establecer los posibles proveedores que puede negociar con las empresas originarias de China.				
Estrategia	Responsable	Actividades	Presupuesto	Observación
Realizar una revisión virtual de los proveedores chinos que realizan la comercialización de los productos.	Gerente Encargado de importaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar los perfiles según un banco de datos del país de origen o ferias internacionales. • Establecer un contacto virtual con los proveedores. • Identificar su forma de negociación • Solicitar proformas para conocer las características de los productos y su calidad. • Establecer cuáles son las formas de negociación que se puedan dar con los proveedores. 	61885.00 * Costo estimado para la adquisición	<ul style="list-style-type: none"> • Corporación HKTDC • China Notebook

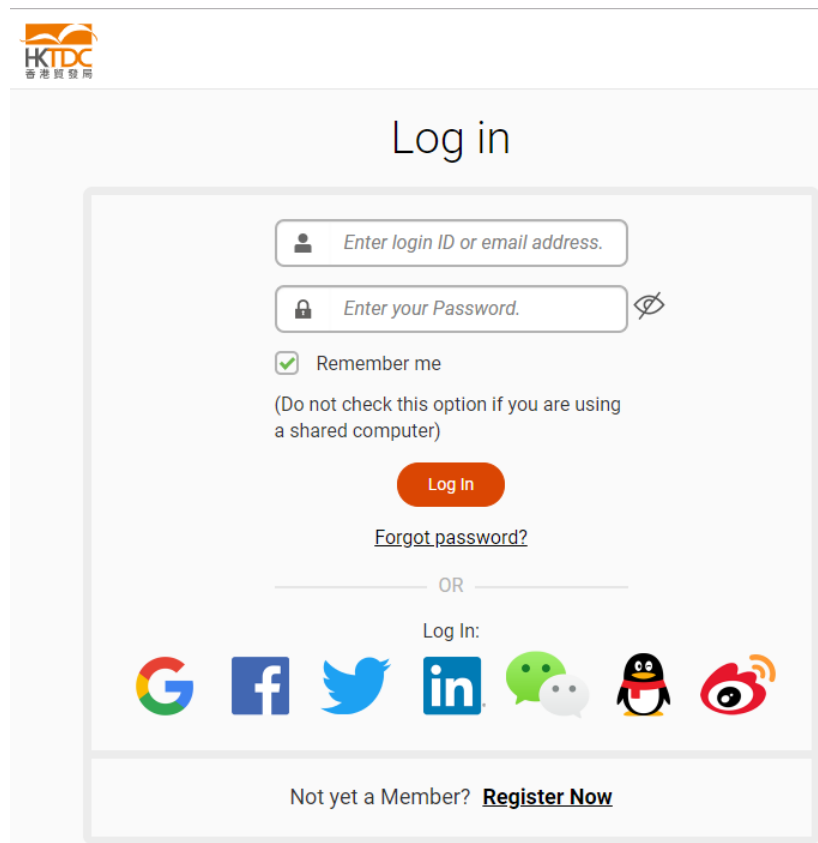
Fuente: Trabajo de Investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019


Proveedores

- **Corporación HKTDC**


El Consejo de Desarrollo Comercial de Hong Kong (HKTDC) es un organismo legal establecido en 1966 para promover, ayudar y desarrollar el comercio de Hong Kong. Con 50 oficinas en todo el mundo, incluidas 13 en China continental, el HKTDC promueve a Hong Kong como un centro de negocios y de inversión global bidireccional.

El HKTDC organiza exposiciones internacionales, conferencias y misiones comerciales para crear oportunidades comerciales para las empresas, en particular las pequeñas y medianas empresas (PYME), en los mercados continentales e internacionales. El HKTDC también proporciona información actualizada del mercado e información de productos a través de publicaciones comerciales, informes de investigación y canales de noticias digitales.



 HKTDC
香港貿易發展局

Log in










Remember me
(Do not check this option if you are using a shared computer)

[Log In](#)

[Forgot password?](#)

OR

Log In:

Not yet a Member? [Register Now](#)

- **China Notebook**

Made-in-China.com es desarrollado y administrado por Focus Technology Co., Ltd. Focus Technology es el pionero y líder en el campo del comercio electrónico en China.

Establecida en el año 1996, con la misión de disminuir los costes, aumentar las ventas y beneficios de los clientes por medio de las soluciones eficaces basadas en web, Focus Technology ha ayudado a muchas empresas pequeñas y medianas chinas para competir en el comercio internacional, ingresar en los mercados nuevos y satisfacer las necesidades de sus clientes.

Con el crecimiento continuo y explosivo de la exportación, el comercio y los números de los usuarios del Internet en China, Focus Tecnología lanzó su plataforma de comercio, Made-in-China.com, que ofrece la más completa, exacta y actualizada información sobre los productos y los proveedores chinos en cualquier lugar del Internet. Hoy en día, Made-in-China.com es un líder mundial del portal B2B, que se especializa en establecer un puente comercial entre los compradores mundiales y los excelentes proveedores chinos.

The screenshot displays the Made-in-China.com website interface. At the top, the logo 'Made-in-China' is visible with the tagline 'Connecting Buyers with Chinese Suppliers'. Navigation links include 'Hot Products', 'Sign In', 'Join Free', 'For Buyer', and 'For Supplier'. A search bar contains the text 'Notebook Computer'. Below the search bar, related searches are listed: 'Notebook Computer', 'China Computer Manufacturers', and 'More'. The breadcrumb trail reads: 'Home > Computer Products > Laptop > Notebook Computer > 2019 Product List'. The main content area is titled 'Product List' and shows a list of products. A specific product is highlighted: '13.3inch LED 1920X1080p Windows Notebook Computer with Intel Core I3 6006u CPU Processor, Bluetooth, WiFi, Ultrabattery6800mAh, DDR3 8GB+480GB SSD (Q132I)'. The product image shows a silver laptop with the 'Kingleader' logo. The price is listed as 'FOB Price: US \$ 372-392 / Piece' with a 'Min. Order: 1 Piece'. Technical specifications include: Screen Size: 13.3inch, Weight: 1.2~1.4 kg, RAM Capacity: 8GB, Operating System: Windows, Processor Type: i3, and Hard Disk Capacity: 480GB. The supplier is identified as 'Shenzhen Kingleader Digital Technology Co., Ltd.'.

Tabla 26-3: Comparación de Proveedores

No.	Proveedor	Características	Observación	Valorar
1	Corporación HKTDC	Organización internacional que se encarga de la comercialización.	Puede cambiar según las condiciones del mercado.	Laptop Hp Core I7 8gb 670,00 Laptop Hp Core I7 16gb 675,03 Laptop Hp Core I5 8gb 404,88 Laptop Hp Core I5 16gb 475,78
2	China Notebook	Líder en el comercio electrónico en China	Cambio de precios para la comercialización.	Laptop Hp Core I7 8gb 670,00 Laptop Hp Core I7 16gb 675,03 Laptop Hp Core I5 8gb 404,88 Laptop Hp Core I5 16gb 475,78 *
3	DHgate.com	Es un líder de mercado comercio al por mayor en línea que vende productos fabricados de China, conecta los compradores internacionales	Línea acorde para su desarrollo.	Laptop Hp Core I7 8gb 700,00 Laptop Hp Core I7 16gb 775,03 Laptop Hp Core I5 8gb 535,25 Laptop Hp Core I5 16gb 555,00
4	Trade Assurance	Es una empresa que se encarga de la comercialización de productos de varios proveedores.	Según las condiciones de los proveedores que emplean esta página.	Laptop Hp Core I7 8gb 715,00 Laptop Hp Core I7 16gb 735,00 Laptop Hp Core I5 8gb 450,00 Laptop Hp Core I5 16gb 515,00

* Parte del seguro lo asume el cliente.

Fuente: Trabajo de Investigación

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Según el tiempo de respuesta del proveedor se considerara la adquisición a cualquiera de los dos proveedores Corporación HKTDC y China Notebook, al momento de la adquisición se procede a solicitar nuevas proformas que incluya el valor CIF.

Tabla 27-3: Objetivos del Proyecto No.2

Objetivo: Definir los posibles productos según las necesidades de adquisición que se tiene en el mercado de la ciudad de Riobamba.				
Estrategia	Responsable	Actividades	Presupuesto	Observación
Realizar un análisis de la información comercial de la empresa para estimar los productos con mayor acogida por los clientes.	Gerente General Jefe de Importaciones	Solicitar los informes comerciales anuales de la empresa. Investigar con un estudio de mercado cuales son los requerimientos de la empresa. En base a los productos que se desean comercializar definir si existen repuestos y suministros para el servicios de mantenimiento.	5000.00	Se pudo observar productos de diversos países como son de España, China, Estados Unidos y otros lugares que presentan características similares pero existen condiciones diferentes para la importación como el transporte y en el caso de las computadoras es el software.

Fuente: Trabajo de Investigación

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Tabla 28-3: Objetivos del Proyecto No.3

Objetivo: Elaborar un proceso de importación para que sea aplicado dentro de la empresa, considerando la normativa vigente.				
Estrategia	Responsable	Actividades	Presupuesto	Observación
Proceso de importación.	Encargado de importaciones	<p>Establecer los mecanismos de negociación.</p> <p>Conocer la normativa que regula el comercio exterior.</p> <p>Establecer cuáles son los requisitos fijados para el proceso de importación.</p> <p>Diseño del proceso de importación para dar a conocer cuáles son los pasos a ser aplicados.</p> <p>Capacitar al personal sobre el proceso de importación.</p> <p>Actualizar el Flujograma del proceso de importación.</p>	3000.00	Se revisó cual es el proceso en la aduana, cual es el proceso de importación, en que puerto seria el ideal para realizar el proceso.

Fuente: Trabajo de Investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

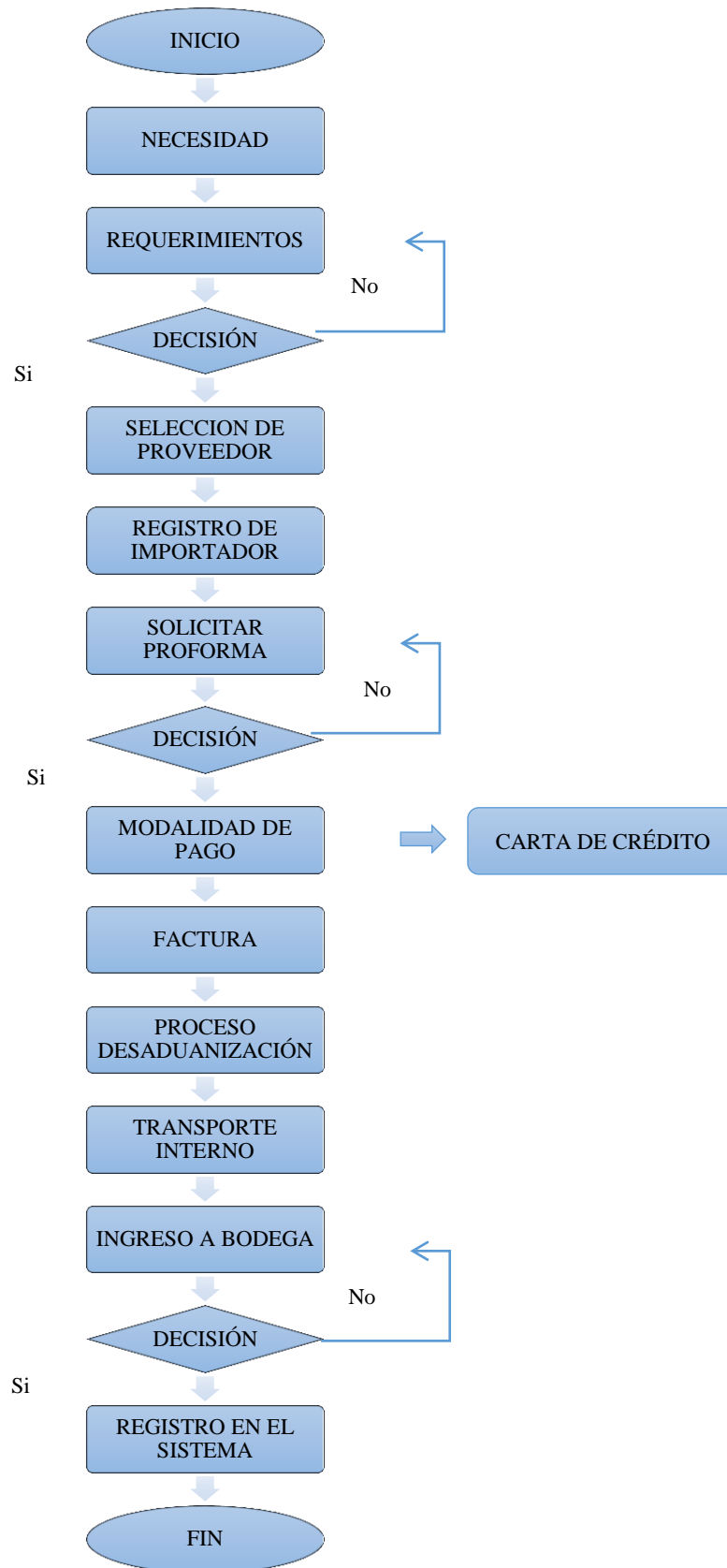


Gráfico 15-3: Flujo de Proceso de Importación
 Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Tabla 29-3: Proceso para importación

No.	Procedimiento	Responsable	Política	Observación	Tiempo
1	Necesidad	Jefe de ventas	Se basa en las solicitudes hechas por los clientes. Revisión del stock y el análisis de proveedores nacionales e internacionales.		5 días
2	Requerimientos	Jefe de ventas	Se presentará un informe sobre las necesidades que exista en la empresa a partir de las solicitudes de los clientes.	Presenta un informe con las respectivas firmas de responsabilidad.	1 día
3	Decisión	Gerente	En base al informe presentado determinara en es viable lo solicitado.		1 día
4	Selección de Proveedor	Encargado de la importación.	Se iniciara con la búsqueda de proveedor considerando el país de origen de la tecnología que se acostumbra comercializar en el país.	Mantener un registro que evidencie los primeros contactos con los proveedores.	3 días
5	Registro de Importador	Contador	Efectuará los trámites competentes para obtener la calificación de importador.		30 días

Continua

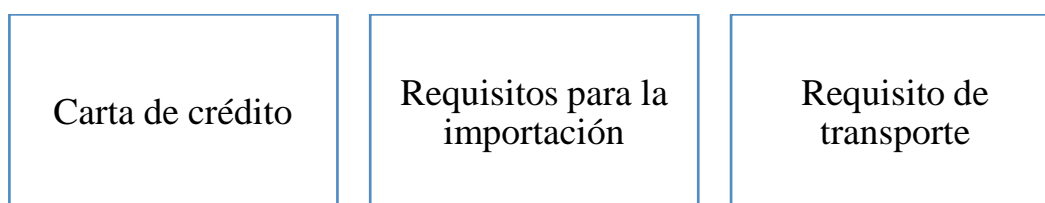
Continúa

6	Solicitar Proforma	Proveedores	Empleando medios virtuales se procederá a solicitar a los proveedores cotizaciones de los productos requeridos.		3 días
7	Decisión	Gerente	Se deberá tomar una decisión en base a las cotizaciones presentadas.		1 día
8	Modalidad de Pago	Gerente	Para asegurar la entrega se deberá tomar en cuenta la modalidad de pago que permita entregar los recursos cuando estén los bienes en manos de la empresa.	Se recomienda en este caso la contratación de una carta de crédito	3 días
9	Factura	Proveedor	Debe cumplir los requisitos de impreso y llenado fijados por la ley, a fin de que pueda ser declarada.		2 días
10	Proceso Desaduanización	Encargado de la importación	Se debe cumplir con los pasos que sea incluido en el proceso de desaduanización efectivo en la empresa.	Depende de las actividades que fija el organismo regulador en el momento de la importación.	3 días

Continúa

11	Transporte Interno	Encargado de la importación	Se contrata el servicio de transporte que permitan tener la seguridad de que los bienes lleguen a la empresa.	Se contrata a un transportista de la localidad que garantice el trabajo.	1 día
12	Ingreso a Bodega	Contador	Según las características de la mercadería, cuando los productos lleguen a la empresa se procederá a registrar sus ingresos a bodega.		5 días
13	Decisión	Gerente	Si no se cumple con las condiciones de adquisición no se procede a la aceptación del producto.		1 día
14	Registro en el Sistema	Contador	Si se cumple con todas las características de proceder al registro en el sistema contable.	Depende del sistema de contabilidad que tiene la empresa.	3 días

Fuente: Trabajo de Investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019



Requisitos de Cartas de Crédito de Importación

- Contrato para emisión de Carta de Crédito
- Copia de la póliza y aplicación de seguro de transporte
- Original del Endoso del Seguro de Transporte
- Copia Solicitud Previa o Depósito Comercial Público, en caso la mercadería venga a este tipo de régimen aduanero
- Copia de la nota de pedido o factura proforma
- Carta declaración de importación.
- Convenio emisión Carta de Crédito de importación
- Declaraciones y autorizaciones
- Declaración de no vinculación.

Requisitos de Importación

- 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.
- 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.

Requisito de Transporte

El Agente de Aduana debe realizar la Declaración Aduanera Única (DAI); enviarla electrónicamente a través del ECUAPASS, adjuntando los documentos exigidos por el SENA;E;

cancelar la liquidación una vez generada por el funcionario de Aforo; y, acudir al aforo físico (en el caso de que haya sido derivado al Aforo Físico)

Entre los documentos que se deben adjuntar al trámite están:

- Original o copia negociable del Documento de Transporte.
- Factura Comercial.
- Póliza de seguro.

Dependiendo del tipo de producto a importar, también se requerirá:

- Certificados de Origen de los países con los que el Ecuador mantiene acuerdos comerciales. En caso de no presentar dicho certificado el producto no podrá acogerse a la liberación arancelaria.
- Documentos de Control Previo (puede ser al embarque o a la presentación de la declaración aduanera), exigidos por regulaciones del COMEX y/o del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (Tramites Aduaneros, 2018)

Requisitos de Seguro

- Cobertura
- Amparos adicionales
- Bienes no asegurados
- Exclusiones
- Riesgos excluidos que pueden ser amparados mediante convenio expreso
- Duración del seguro
- Suma Asegurada
- Deducibles
- Garantías
- Recomendaciones
- Declaración falsa o Reticente
- Causas que anulan el seguro
- Inspección
- Modificaciones del estado del riesgo (Poliza de Seguro de Transporte , 2017)

Tabla 30-3: Objetivos del Proyecto No.4

Objetivo: Elaborar estrategias para la comercialización que permita el incremento de ventas.				
Estrategia	Responsable	Actividades	Presupuesto	Observación
Estrategias para la comercialización empleado medios digitales.	Gerente Encargado de importaciones.	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una relación optima con los clientes. • Diseñar canales digitales como: página web, pago móvil, e-commerce, videos. • Crear redes sociales para recibir comentarios. 	\$2000	Corporación HKTDC China Notebook

Fuente: Trabajo de Investigación
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

3.2.13 Proyecciones financieras

Como parte del proyecto se requiere la realización de una factibilidad financiera, con los siguientes supuestos financieros:

Tabla 31-3: Proyecciones financieras

Pautas financieras	Detalle
Inversión inicial	Al ser una empresa constituida, está debidamente equipada, el proceso de importación ya se ha efectuada anteriormente, por lo que la dotación de estos artefactos no representan un gasto adicional. Para su cálculo se incluyó el costo de la importación del primer año.
Capital de trabajo	Está conformado por los valores que requiere la empresa para su funcionamiento y esta detallado de la siguiente manera: Costo de adquisición equipos: 86.419.30 Gastos operativos: <u>41.340,22</u> Total capital de trabajo 127.759.52
Costo	Se registra los valores que tiene la computadora portátil llegando al mercado local y libre para la comercialización, se revisaron los costos de varios proveedores para los cuatro productos seleccionados.
Precio	Se estima un precio impar sin con pago al contado, si se concede el pago a crédito se calculara un valor adicional por este aspecto.
Inflación	Según el Banco Central del Ecuador se proyectó para el año 2019 fue del 1.40%.
Gastos	Dentro de los gastos se han considerado los propios de la empresa, el pago de remuneraciones, servicios básicos y otros que permiten realizar una adecuada gestión.
Cantidad	Para definir el incremento de unidades se consideró primero el número de aparatos que en la actualidad comercializa la empresa y la tasa de incremento de la población dada por el INEC.
Tasa de descuento	La Corporación financiera nacional entrega créditos para emprendimiento con una tasa del 8.95%, al tener relación con la actividad que desarrolla la empresa se consideró este porcentaje como tasa de descuento, tanto para el cálculo del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno.
Estudio de mercado	Se definió en base a la encuesta presentada la demanda insatisfecha a la cual se accederá con la venta de los artefactos y suministros.

Fuente: Proyecciones Financieras

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

La población considera para el estudio de mercado es la económicamente activa del cantón Riobamba, 76.113 personas proyección del INEC al año 2019,

Tabla 32-3: Proyecciones de mercado

Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Computadoras a importarse	Porcentaje a captarse
1	6850	4200	2650	150	5,66%
2	6946	4259	2687	152	5,66%
3	7043	4318	2725	152	5,58%
4	7142	4379	2763	154	5,57%
5	7242	4440	2802	154	5,50%

Fuente: Proyecciones de mercado
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Una vez revisado los datos de la población se pudo establecer que la demanda insatisfecha es de 2650 unidades en el primer año para el mercado objeto, en base a la capacidad de la empresa y la presencia de la misma en el mercado se esperan alcanzar 5.66% con la importación de las computadoras en las características señaladas.

3.2.14 Inversión inicial

Tabla 33-3: Detalle de la Inversión

Adquisiciones internacionales	86.419,30
Activos fijos	3.273,60
Sueldos y salarios	44.802,49
Imprevistos	118,84
Total	1334.614.23

Fuente: Proyecciones de mercado
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

La inversión inicial consta del rubro contemplado para las adquisiciones (importaciones), los activos fijos y que es el valor que debe mantener para este proceso, en el caso de los activos fijos estos fueron adquiridos con antelación, se estima el valor de los sueldos y salarios, el 5% para imprevistos, considerando que el rubro no se cancelara inmediatamente se registra un valor inicial de 44.871.41 dólares.

3.2.15 Costo

Para le costó se consideró el valor que cobran los proveedores por los productos, adicionalmente le incluyó el correspondiente costo por flete y seguro necesario para el comercio internacional,

cabe destacar que solo se tomó en cuenta cuatro artículos, lo que tienen mayor acogida en el mercado por las especificaciones técnicas y reconocimiento en el mercado. Las cantidades estimadas se dieron en base a las ventas reales en el mercado.

Tabla 34-3: Proyecciones de cantidad de productos.

No.	Detalle	1 año	2 año	3 año	4 año	5 año
1	Laptop Hp Core I7 8gb	45	46	46	47	48
2	Laptop Hp Core I7 16gb	42	43	43	44	44
3	Laptop Hp Core I5 8gb	29	29	30	30	31
4	Laptop Hp Core I5 16gb	34	34	35	35	36

Fuente: Proyecciones Financieras
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

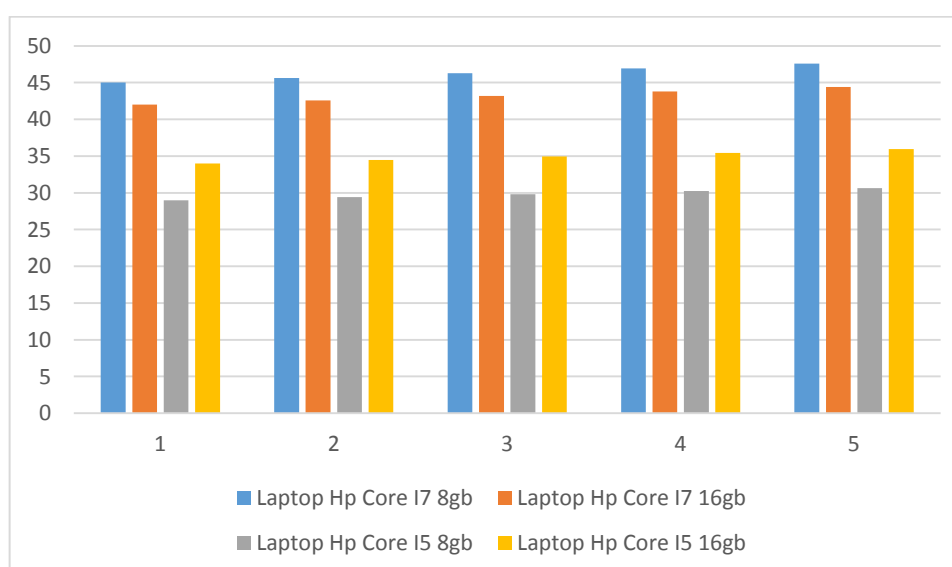


Gráfico 16-3: Proyecciones de unidades adquiridas

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Como se puede observar en el ejemplo se consideró el crecimiento de la población según los que marca el INEC de 1.40%, en el caso del costo se estimó el 1.50% en lo referente a la inflación.

Año 1

Tabla 35-3: Proyecciones del costo por año

No.	Detalle	Cantidad	Costo	Total
1	Laptop Hp Core I7 8gb	45	670,00	30.150,00
2	Laptop Hp Core I7 16gb	42	675,03	28.351,26
3	Laptop Hp Core I5 8gb	29	404,88	11.741,52
4	Laptop Hp Core I5 16gb	34	475,78	16.176,52
	TOTAL	150		86.419,30

Fuente: Proyecciones Financieras
 Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Año 2

Tabla 36-3: Proyecciones del costo por año

No.	Detalle	Cantidad	Costo	Total
1	Laptop Hp Core I7 8gb	46	680,05	31030,68
2	Laptop Hp Core I7 16gb	43	685,16	29179,40
3	Laptop Hp Core I5 8gb	29	410,95	12084,49
4	Laptop Hp Core I5 16gb	34	482,92	16649,04
	TOTAL	152		88943,61

Fuente: Proyecciones Financieras
 Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Tabla 37-3: Costo

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Laptop Hp Core I7 8gb	30.150,00	31.030,68	31.937,09	32.869,97	33.830,10
Laptop Hp Core I7 16gb	28.351,26	29.179,40	30.031,73	30.908,96	31.811,81
Laptop Hp Core I5 8gb	11.741,52	12.084,49	12.437,48	12.800,78	13.174,69
Laptop Hp Core I5 16gb	16.176,52	16.649,04	17.135,35	17.635,88	18.151,02
Total Costo	86.419,30	88.943,61	91.541,65	94.215,58	96.967,62

Fuente: Proyecciones financieras
 Realizado por: Segovia Nataly, 2019

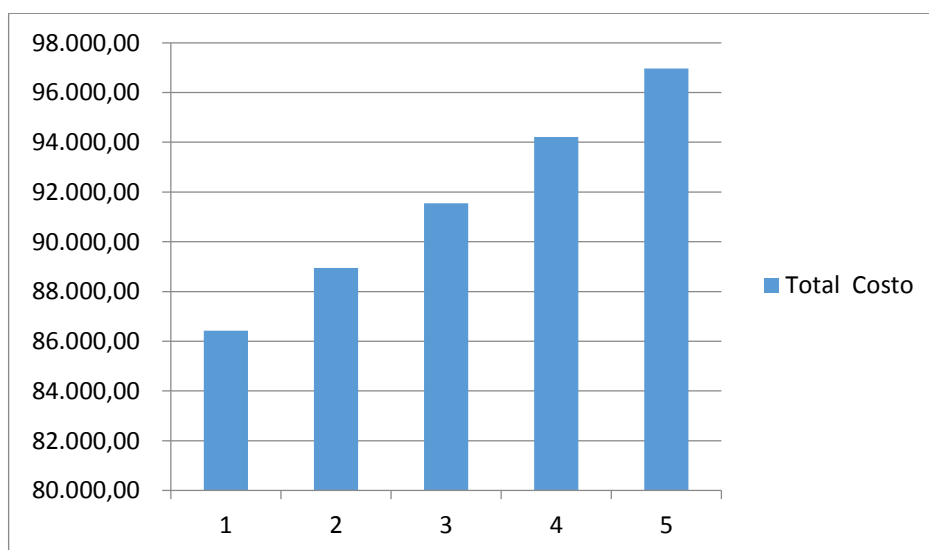


Gráfico 17-3: Proyecciones financieras
 Realizado por: Segovia Nataly, 2019

En la tabla, anterior podemos observar que se comercializara principalmente laptop HP Core 17 de 16gb, ideales para estudiantes y profesionales. Por lo que se debe invertir 86.419.30 dólares al año para mantener un stock adecuada para efectuar la comercialización de estos productos, seguido de las laptop Core 15 de 16gb, con una inversión inicial de 44.871.41 dólares para la primera adquisición de productos.

3.2.16 Ventas

Manteniendo la tendencia de los costos, se consideró las ventas anuales de los productos, en cantidad y el precio al que se comercializa al contado, siempre teniendo en cuenta los valores adicionales en los que se debe incurrir para entregar los bienes a crédito.

Tabla 38-3: Ventas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Laptop Hp Core 17 8gb	50.175,00	50.945,90	52.434,02	53.965,62	55.541,96
Laptop Hp Core 17 16gb	48.090,00	50.056,66	51.518,81	53.023,68	54.572,50
Laptop Hp Core 15 8gb	31.900,00	33.279,51	34.251,60	35.252,09	36.281,80
Laptop Hp Core 15 16gb	39.372,00	40.067,15	41.237,51	42.442,05	43.681,79
Total de ventas	169.537,00	174.349,20	179.441,94	184.683,44	190.078,05

Fuente: Proyecciones financieras
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

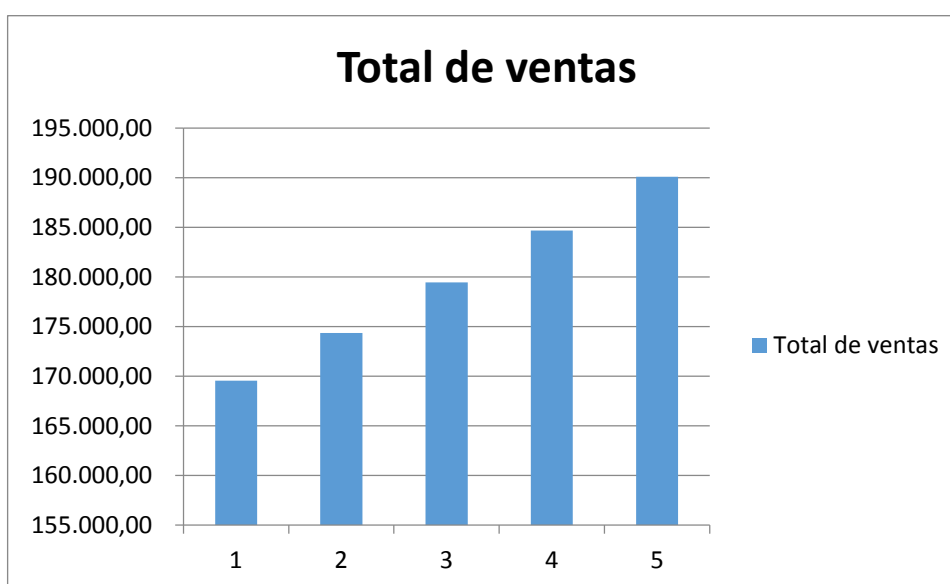


Gráfico 18-3: Proyecciones financieras
Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Las ventas proyectadas para el primer año es de 169.537,00 dólares, con una utilidad bruta de 41.777,48 dólares siendo el 24.64% de rentabilidad sobre las ventas, mientras que para el quinto año se estima ventas por 190.078,05 dólares, se ha estimado un incremento del 1.40%, según lo que marca el INEC, como crecimiento de la población de la ciudad de Riobamba. Cabe destacar que la proyección dependerá principalmente del comportamiento del comercio exterior, si no se imponen restricciones aduaneras o en el país de origen se genera tecnología y condiciones que permitan el acceso de la comunidad internacional.

Tabla 39-3: Flujo de efectivo

VENTAS	169.537,00	174.349,20	179.441,94	184.683,44	190.078,05
(-) COSTO	86.419,30	88.943,61	91.541,65	94.215,58	96.967,62
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	83.117,70	85.405,60	87.900,29	90.467,86	93.110,43
GASTOS ADMINISTRATIVO	39.486,03	40.078,32	40.679,49	41.289,68	41.909,03
GASTOS FINANCIEROS	1.854,19	1.882,00	1.910,23	1.938,89	1.967,97
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	41.777,48	43.445,27	45.310,57	47.239,29	49.233,42

Fuente: Proyecciones financieras

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

El Estado de Resultados permite conocer utilidad que debe tener la empresa una vez cumplidas las acciones propias de su creación, se estima que se mantendrán una utilidad de 41.777,48 dólares, mientras que en el quinto período fiscal es de 49.233,42 dólares, existiendo una variación de 7.455,94 dólares.

3.2.17 VAN

Una parte integral del análisis del riesgo, es el cálculo del Valor Actual Neto, que representa al momento cual sería el rendimiento que tiene la inversión que hace la empresa para cubrir el proyecto de importación el primer año considerando el valor CIF de la mercadería, se incluyó la proyección tanto de los ingresos como de los gastos, y los impuestos que se generaría, aplicando la siguiente fórmula:

Tabla 40-3: VAN

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión inicial	-44.871,41					
Flujo de ventas		169.537,00	174.349,20	179.441,94	184.683,44	190.078,05
menos Costo de producción		86.419,30	88.943,61	91.541,65	94.215,58	96.967,62
menos Gastos totales		41.340,22	41.960,32	42.589,73	43.228,57	43.877,00
menos Impuestos		10.444,37	10.861,32	11.327,64	11.809,82	12.308,36
Flujo neto de efectivo	-44.871,41	31.333,11	32.583,95	33.982,92	35.429,47	36.925,07
Inversión inicial	-44.871,41					
Flujo de Caja		31.333,11	32.583,95	33.982,92	35.429,47	36.925,07
Tipo de descuento	17,30%	17,30%	17,30%	17,30%	17,30%	17,30%
$(1+r)^n$	1	1,173	1,375929	1,613964717	1,893180613	2,220700859
$1/(1+r)^n$	1	0,852514919	0,726781687	0,619592231	0,528211621	0,450308287
Flujo de caja descontado	-44.871,41	26.711,94	23.681,42	21.055,56	18.714,26	16.627,66
VAN	21.765,27					

Fuente: Proyecciones financieras

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Se estima un valor actual neto de **21.765.27** dólares, con una inversión inicial de 33.653.56 dólares, rubro destinado a cubrir la importación del primer año considerando las proyecciones efectuadas en el costo.

3.2.18 TIR

La tasa interna de retorno, define el tiempo en el que se recuperará la inversión, según los resultados proyectados se define una recuperación del 52%, se puede decir que la inversión se recuperará en dos años, tres meses y 27 días.

Tabla 41-3: TIR

Año	Valores
0	-44.871,41
1	26.711,94
2	23.681,42
3	21.055,56
4	18.714,26
5	16.627,66
TIR	43%

Fuente: Proyecciones financieras

Realizado por: Segovia Nataly, 2019

Si se realiza una breve comparación de la rentabilidad en el período 2018 fue del 20% sobre las ventas, mientras que para el 2019, con la aplicación del proyecto de importación se estima del 52.74%, los productos importados tienen un costo menor al que maneja el proveedor nacional, con la aplicación de este indicador financiera queda demostrada la idea a defender que fue base de este trabajo de titulación.

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el trabajo de titulación se procedió a las conclusiones y recomendaciones siendo las siguientes:

- La empresa IBEMM TECHNOLOGY CIA LTDA., es una empresa dedicada a la comercialización de productos tecnológicos en la ciudad de Riobamba, anteriormente efectuaba procesos de importación, pero por el cambio en la política de comercio exterior se dejaron de realizar afectando principalmente la rentabilidad y desarrollo económico empresarial.
- No cuentan con un proceso estructurado donde se definan los pasos que se deben seguir para cumplir con la importación de productos tecnológicos, no identifican claramente sus responsabilidades y acciones a ejecutarse.
- La comercialización que se lleva a cabo es de la forma tradicional, el cliente llega al local en busca de un aparato tecnológico y recibe el bien según las características pactadas si es de su agrado, no se aplican estrategias que le permita a la empresa llegar a los diferentes mercados para cumplir con los objetivos de ventas previstos.

RECOMENDACIONES

- Definir los productos que tienen mayor acogida en el mercado, para establecer cuáles serían los nuevos productos a ser adquiridos a nivel internacional, considerando los cambios que se den en la política y como esto puede afectar a la organización.
- Contratar a una personal especializada en comercio exterior que ponga en marcha el plan de importación y pueda adquirir bienes de diversos mercados internacionales.
- Aplicar las estrategias de comercialización virtual, empleando la plataforma internacional de redes sociales en la que se destacan el Facebook, entrega de trípticos con la información general de los productos a ser comercializados.

