



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE IMPORTACIÓN DE MICAS LIQUIDAS
CON NANO TECNOLOGÍA PARA INCURSIONAR EN LA PROVINCIA
DE EL ORO.

CACERES ALVEAR CARLOS ANDRES
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE IMPORTACIÓN DE MICAS
LIQUIDAS CON NANO TECNOLOGÍA PARA INCURSIONAR EN
LA PROVINCIA DE EL ORO.

CACERES ALVEAR CARLOS ANDRES
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE IMPORTACIÓN DE MICAS LIQUIDAS CON
NANO TECNOLOGÍA PARA INCURSIONAR EN LA PROVINCIA DE EL ORO.

CACERES ALVEAR CARLOS ANDRES
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

ESPINOSA GALARZA MIGUEL ORLANDO

MACHALA, 10 DE DICIEMBRE DE 2020

MACHALA
10 de diciembre de 2020

caceres 3

por Carlos Caceres

Fecha de entrega: 18-nov-2020 05:34p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1450454823

Nombre del archivo: titulacion_micas_liquidadas_2.docx (67.61K)

Total de palabras: 3912

Total de caracteres: 20454

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, CACERES ALVEAR CARLOS ANDRES, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE IMPORTACIÓN DE MICAS LIQUIDAS CON NANO TECNOLOGÍA PARA INCURSIONAR EN LA PROVINCIA DE EL ORO., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

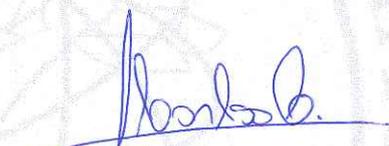
El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 10 de diciembre de 2020



CACERES ALVEAR CARLOS ANDRES
0706720877

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el proyecto de importación desde China hacia el mercado Ecuatoriano de micas líquidas con nano tecnología para la ampliación del portafolio de productos de la empresa Cacecell para poder obtener una ventaja competitiva en características y precio en el mercado local, la metodología de investigación según el objetivo es cualitativa, por ende el proyecto de importación demuestra un resultado factible en la negociación con China, tanto económicamente el cual denota una clara ganancia siendo vendedores directos o siendo proveedores, es un producto que se puede comercializar teniendo en cuenta la ventaja competitiva del precio, calidad, distintivos que presenta el producto, el cual sirve para todo tipo de pantalla de celular, además del uso que se le puede dar a lentes, reloj y visores de cámaras, marcando una clara diferencia a las micas tradicionales, el su venta será usando herramientas de E-commerce para su promoción y negociación.

Palabras claves: comercio electrónico, balanza comercial, negociación con China, ventaja competitiva.

Abstract

The objective of the work is to analyze the import project from China to the Ecuadorian market of liquid micas with nano technology for the expansion of the product portfolio of the company cacecell in order to obtain a competitive advantage in characteristics and price in the local market, The research methodology according to the objective is transformative, longitudinal explanatory and is developed from a quantitative perspective, therefore the import project shows a feasible result in the negotiation with China both economically which denotes a clear profit being direct sellers or being suppliers, it is a product that can be marketed taking into account the competitive advantage of price, quality, distinctive features that it presents the product, which is used for all types of cell phone screen, in addition to the use that can be given to lenses, watches and camera viewers, making a clear difference to traditional lenses, its sale will be using E-commerce tools for its promotion and negotiation.

Keywords: electronic commerce, trade balance, negotiation with China, competitive advantage.

RESUMEN	1
1. DESARROLLO	4
1.1 Antecedentes	4
1.2 Comercio electrónico	4
1.3 Ventaja del comercio electrónico	5
1.4 Relación comercial Ecuador y China	6
1.5 Balanza Comercial Ecuador – China	6
1.6 Ventaja competitiva	7
1.7 Micas Líquidas	7
1.8 Nanotecnología	8
2.1 Descripción del producto	9
2.2 Aranceles	10
2.5 Documentos de soporte	11
2.6 Forma de pago	11
2.6.1 Carta de crédito	11
2.7 Empaque y embalaje	12
2.8 Transporte	13
2.9 Incoterms	13
3. Liquidación aduanera	14
4. Conclusiones	16

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se basa en un plan de importación es por eso que (Gomez Sanchez & Ramirez Gutierrez, 2017) mencionan que las importaciones juegan un rol indispensable en la economía de un país, por un lado puede ser dañina para el mercado nacional ya que al aumentar las importaciones el mercado local se siente indefenso, pero en otro punto de vista forman parte de un papel muy vital para un país en vías de desarrollo ya que con ellas se puede obtener un comportamiento importante en el PIB, denotan una forma de crecimiento a nivel económico, las importaciones es el plan de las pequeñas y grandes empresas para competir de forma local con sus precios marcando una diferenciación con la competencia.

Por lo tanto el trabajo de investigación surge desde la real oportunidad para la empresa Cacecell, quienes se dedican a la venta y distribución al menor y mayor de artículos en el sector telefónico, de ampliar el portafolio de productos, importando micas en presentación líquida con nano tecnología, para poder abarcar un rango mayor de clientes y así satisfacer la demanda de celulares con pantallas que carecen de micas específicas.

A partir de la investigación sobre la importación de micas líquidas con nano tecnología para la empresa Cacecell, el cual comprende el estudio de un plan de importación, además de analizar las ventaja competitiva en precio y características que este producto puede tener al resto de la competencia, su aceptación en términos de innovación para el sector tecnológico es más que prometedor, lo cual demuestra una particular preeminencia a las micas tradicionales, dándole un valor agregado para su comercialización en la provincia de El Oro.

Además, con el pasar de los tiempos y un mundo globalizado que siempre está en continuos cambios, el comercio internacional ha evolucionado y adaptado con el tiempo a través del internet, es aquí donde la empresa Cacecell ve la gran oportunidad en el comercio electrónico como una oportunidad de expandir y dar a conocer sus productos y servicios, ya que en la red y página que están al alcance de todos, se pueden hacer compras y ventas, realizando transacciones de manera más cómoda y rápida, generando mayores facilidades a compradores y vendedores.

Actualmente, las empresas que venden por internet son aquellas que generan mayores ganancias, porque pueden llevar sus productos a cualquier parte del mundo. Por tanto (Pesántez Calva, Romero Correa, & González Illescas, 2020) señalan que la estrategia de las empresas al utilizar las herramientas del comercio electrónico es para reducir ciertos rubros de la compañía, ahorros en movilización, lugar físico en general, mostrando una característica muy importante que es la rapidez a la hora de realizar una operación, mejorando eficientemente las transacciones comerciales.

El objetivo del presente trabajo de investigación es analizar el proyecto de importación desde China hacia el mercado ecuatoriano de micas líquidas con nano tecnología para la ampliación del portafolio de productos de la empresa cacecell para poder obtener una ventaja competitiva en características y precio en el mercado local y establecer si es factible dicho proyecto.

1. DESARROLLO

1.1 Antecedentes

La nanotecnología es un método usado en las investigaciones robóticas especialmente, pero que se ha implementado en muchos productos a lo largo del tiempo, los nanómetros son partículas de escala microscópicas que se usan para componer, arreglar o mejorar un producto físico, gracias a sus cualidades se ha implementado en una gran gama de procesos en la fabricación siendo el futuro de la tecnología.

Según datos del servicio nacional de aduana del Ecuador el sector telefónico en el ámbito de importación tiene un gran aumento cada año en un 49%, desde la eliminación de algunos impuestos se han registrados solo en teléfonos celulares un rublo de más de \$41 millones de dólares cifras del año 2019, es decir que la demanda para protección de sus pantallas marca un gran mercado.

El mercado ecuatoriano para las importaciones de mica líquidas con nano tecnología marcan sin duda alguna una revolución e innovación en la forma tradicional de protectores de celulares, siendo un mercado ideal para la venta y comercialización de este producto, cada año los nuevos modelos de teléfonos ingresan con un precio cada vez más elevado, por ende proteger esa inversión se ha convertido una prioridad en la que se puede explotar en términos de ventas.

La empresa Cacecell, quien se dedica a la venta y distribución de equipos telefónicos, tarjetas, recargas, accesorios y micas de vidrio tradicionales, quienes están en la actualidad con la real posibilidad de importar desde China, carece de conocimiento en términos y requisitos internacionales, además de no contar con un plan de importación, en los últimos tiempos por falta de micas para todo tipo de celular ha empezado perder cliente, pues bien cada vez las telefonías lanzan al mercado celulares con diferentes tipos de pantallas, que para una mica clásica es muy difícil proteger, la empresa en la actualidad presenta bajos niveles de ventas de micas para satisfacer la demanda de todo tipo de pantalla.

1.2 Comercio electrónico

Sin duda alguna la globalización ha influido en el mundo de los negocios, las nuevas tendencias, formas de compras y pagos, forma una revolución para muchas empresas que tuvieron que adaptarse a los cambios que se presentan a diario, en la actualidad es casi imposible que una empresa no realice sus operaciones mediante el internet, con las tendencias de una generación más tecnológica que siempre está conectado, demuestra que el comercio electrónico forma una gran oportunidad de adquisición de clientes, es que con los motores de búsqueda que presentan las plataformas es muy fácil adquirir un bien, facturarlo y entregarlo, en un mundo cambiante que siempre avanza al progreso las empresas deben estar preparados para estos grandes cambios y oportunidades que ofrece la tecnología, el comercio electrónico ha llegado para revolucionar y quedarse.

(Alvarado Gastiaburo & Vergara Díaz, 2018) explican que una de las ventajas que ofrece el comercio electrónico es la adquisición de clientes sin importar la delimitación geográfica, además de la basta información que se puede obtener y proporcionar, el ahorro del tiempo, la entrega inmediata, la interacción con los clientes mediante la plataformas,, el cual permite la fácil compra y venta a todos en cualquier hora del día, es la facilidad que ofrece el comercio electrónico el intercambio de información entre empresa y consumidor utilizando las nuevas tecnologías.

Mieles Loor, Albán Navarro, & Valdospin De Lucca (2018) afirman que los nuevos procedimientos a nivel organizacional, como el E-commerce tiene un rol muy significativo en el rediseño de los métodos de negocio, que es una forma original de calcular métodos entre distritos de una corporación, es adecuado para estrategias de mercadeo inmediato, alcanzando un nivel impredecible, abarcando temas, contables, financieros, legales y gubernamentales, ya que puede registrarse para cuentas nacionales, como el banco central, ministerio de hacienda, comercio exterior y aduanas, etc.

Es aquí donde la empresa cacecell analiza la oportunidad de expansión, ya sea en la adquisición de clientes y en las ventas, el comercio electrónico fusionando con la redes sociales claramente impone una ventaja para promocionar los productos, en este caso la publicidad de las micas y las compras de la misma desde su página web, una alternativa en tiempos de pandemia sin necesidad de asistir al local físico.

Es así que, el mundo digital ha logrado grandes avances de la economía, ya que en Ecuador en 2015, \$540 millones se emplearon en comercio electrónico. Es clara demostración que su aceptación en el público es muy buena (Alvarado Gastiaburo & Vergara Díaz, 2018).

1.3 Ventaja del comercio electrónico

Los siguientes autores expresan lo siguiente:

(Mieles Loor, Albán Navarro, & Valdospin De Lucca, 2018)	(Pesántez Calva, Romero Correa, & González Illescas, 2020)	(Alvarado Gastiaburo & Vergara Díaz, 2018)
Es una gran oportunidad para las nuevas empresas adquirir estas actualizaciones para el ahorro en los costos.	El comercio en vía electrónica mejora la eficiencia con el cliente en el exterior, agiliza los trámites de negociación y mejora la productividad organizacional.	Expandir las fronteras, obtener un fácil manejo e interacción con los clientes, agilidad en las compras, vender a quien sea, donde sea, cuando sea.

Tabla 1. Referencias

1.4 Relación comercial Ecuador y China

“Las importaciones constituyen relaciones que se generan entre diferentes países para intercambiar bienes y/o servicios que el uno o el otro no poseen en la demanda de las sociedades para la satisfacción de sus necesidades locales” (Delgado Olaya & Yáñez Sarmiento, 2019, pág. 207)

El primordial producto de exportación en el Ecuador hacia China es el petróleo, cuyo valor simboliza el 77% del total de las exportaciones realizadas durante el 2010. En cambio entre los principales productos no petroleros que Ecuador exporta hacia China están: madera y fabricaciones, productos de cobre y desechos, harina de pescado, camarones, desechos de aluminio, desechos de plástico, banano, frutas, botones de plástico o tagua. (Delgado Olaya & Yáñez Sarmiento, 2019)

No cabe duda que en los últimos años la relación comercial entre estos países ha tenido una acogida y muy creciente demanda, por algo en la actualidad es una de las potencias mundiales ya sea en lo económico inyectando capital a otros países, sectores estratégicos y así mismo de lo industrial con sus productos que se encuentran en perchas de casi todo el Ecuador, al ser China un país con altos estándares de calidad y tecnificado lo cual lo hace digno acreedor de estar posicionado en muchos países y Ecuador no puede ser la excepción quienes ven el mercado de oriental como uno de los principales para realizar compras e importaciones, como dato importante una de las plataformas más usadas por miles de ecuatorianos a la hora de negociar y compra sus productos es Alibaba.

(Durán Lima & Pellandra, 2017) Mencionan que considerando todos los países en su conjunto, el consumo de importaciones de producto manufacturados desde China estuvo de 0,7% en 2005 a 0,5% 2012, importaciones al igual que otros países de la región durante 2005-2012, los productos chinos a Ecuador han acelerado significativamente, especialmente en el campo textil, electrónico y mecánico, incluida la proporción de bienes importados de China en el consumo aparentemente alcanzó el 14,6%, 11,7% y 11,3% respectivamente en 2012.

1.5 Balanza Comercial Ecuador – China

Según Delgado Olaya & Yáñez Sarmiento (2019, pág. 208) La balanza comercial es el saldo que surge entre el valor de las exportaciones y las importaciones; es decir, cuando las importaciones son mayores a las exportaciones, entonces se genera un saldo comercial o una balanza comercial negativa; por el contrario, si las exportaciones de un país son mayores a las importaciones se obtiene un saldo comercial positivo.

En teoría, la balanza comercial está estrechamente relacionada con la economía, porque al promover las exportaciones y las importaciones, la balanza comercial contribuye al crecimiento y desarrollo del PIB, como país exportador con mayor incidencia, pues al solicitar un valor de moneda superior al importador, se habla se superávit comercial, para

cumplir con estas condiciones, a priori se debe contar con la capacidad de producción internacional correspondiente para cumplir las necesidades del mercado. (Aguilar, Maldonado, & Solorzano, 2020)

Ecuador ha realizado una gran cantidad de importaciones de productos manufacturados hacia china, país que ha desplazado a Colombia, la balanza comercial que maneja Ecuador es afectada en el tipo de cambio de moneda frente al yuan chino el cual obtiene una gran ventaja al dólar. (Durán Lima & Pellandra, 2017)

1.6 Ventaja competitiva

Al hablar de ventaja competitiva es casi inimaginable no mencionar a Porter y su teoría, la cual es aplicable en el mundo empresarial, pues mediante su diseño las organizaciones se implementan planes y estrategias que van más allá del precio o de ganancia a corto plazo, la idea fundamental es permanecer en el tiempo y obtener una gran adquisición de clientes por una variable que pueda mostrar sus productos o servicios con estrategias a largo plazo, el cual pueda competir y obtener una diferenciación al resto.

Es por eso que (Culqui Sánchez & Suárez Mora, 2019) señalan que Michael Porter propuso un método que puede estudiar más a fondo las razones para regresar a ciertos estados de competencia y por qué ciertas industrias en el estado son más competitivas que otras, dicho modelo fue llamado Porter Diamond el cual tiene como su objetivo principal promover y comprender la ventaja competitiva de la empresa en el entorno de la industria y el país donde operan.

La aplicación del método Porter Diamond puede determinar la causalidad de la ventaja competitiva de la industria, con base en el curso de las tomas de decisiones que la ayudarán a mejorar y crecer en el mercado en el que se opera. (Culqui Sánchez & Suárez Mora, 2019)

Según Alaña Castillo, Crespo García, & Gonzaga Añazco (2018) las corporaciones ya no solo ofrecen una ventaja a través del precio de sus productos y servicios, ni podrá obtener ganancias en el corto plazo, la visión de la nueva organización debe estar orientada a la determinación de metas a largo plazo, a saber diseñar estrategias comerciales que se conviertan en ventajas competitivas herramientas de gestión básicas.

1.7 Micas Líquidas

Las micas líquidas de la empresa Nano Hi Tech usan la tecnología de las nano partículas de un compuesto químico derivado del dióxido de titanio el cual es muy resistente igual que la fuerza de un diamante, es antialérgico, uso compuesto en forma líquida que reemplaza el cristal de forma física, su forma lo hace muy duradero, puesto en prueba, tiene una duración de 365 días, a prueba de agua, anti rayones, anti golpes, la nueva era de una mica que reemplaza la tradicional mica de cristal, sin grietas y garantizando duración, es lo nuevo de la nanotecnología en el mundo de la telefonía.

Existen una gran variedad de producto que protegen la pantallas de los celulares, el mercado de celulares es muy amplio, cada vez las personas gastan mucho dinero en la compra de nuevos celulares o artículos que están en vanguardia, por ende proteger la inversión es una prioridad para miles de usuarios, pero cada vez es muy difícil conseguir un protector de pantalla la medida de cada modelo, los proveedores de accesorios de celulares deben adquirir grandes cantidades de micas de todo tipo de modelos para poder satisfacer el mercado, pero hasta hace algunos años no existía un mismo producto que pueda ser compatible para todo tipo de pantalla y que además le brinde seguridad, garantía y protección.

Con la importación de las micas líquidas con nano tecnología, la empresa Cacecell espera crear una ventaja competitiva al resto, ya que al ser un producto líquido ideal para cualquier tipo de pantalla, podrá estar al alcance de todo tipo de pantalla, además de su fácil utilización y la protección que genera la nano tecnología aplicada en este producto, además de eso que es muy higiénico en termino de alto grado de salubridad, a eso la ventaja de su versatilidad, uso para todo tipo de pantalla, ya sean lentes, cámaras y reloj, esta categoría sin duda marca una ventaja ante la tradicional mica de cristal para un solo modelo de pantalla.

1.8 Nanotecnología

Las publicación sobre genética, las cuales se habla mucho acerca de las innovaciones y el uso de las nano partículas, así también en el uso de la inteligencia artificial, prótesis de alta tecnología, las cuales sin duda establecen una nueva era en la rama de la tecnología, logros en los campos económico, social y robótica, la nanotecnología asienta las bases del futuro, se puede observar que las nuevas tendencias han llegado para transformar el mundo, gracias a la ciencia implementada de la nanotecnología, sin duda unos de los mejores aciertos de todos los tiempos.

Para (Bravo Acuña & Merino Moina, 2020) el mundo se ha sumergido en una nueva era tecnológica, las noticias sobre inteligencia artificial, robótica, realidad virtual, implantes inteligentes, nanotecnología con mejoras en la información y comunicaciones, progresos vistos tanto en la salud y en la salubridad que sorprenden al mundo entero, hoy más que nunca los teléfonos inteligentes sobresalen en el mercado global siendo un rubro muy significativo en el avance tecnológico, tanto así que en España más de 54 millones de Smart fones se han vendido, lo cual ya supera el número de habitantes que es de 46,7 millones, esto claramente denota la importancia de la era en la que vivimos.

2. Caso de Importación

2.1 Descripción del producto

Mica líquida e presentación de 1ml, es vidrio templado en estado líquido, que contiene nano partículas que lo hacen resistente, ante caídas, golpes, polvo, agua. Rayones, gracias a la nanotecnología es muy duradero y resistente, con una duración de 365 días.

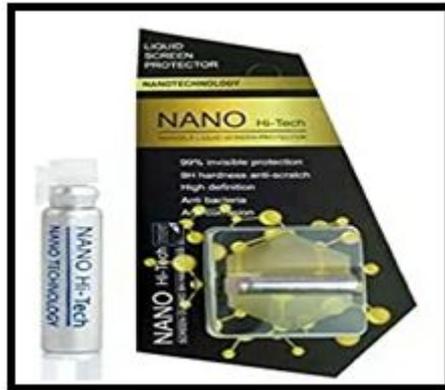


Ilustración 1. Mica líquidas

PRODUCTO	CANTIDAD	VALOR FOB	VALOR MERCADO
Micas líquidas con nanotecnología	10.000	\$0.20	\$5.00

Tabla 3. Descripción de la importación

Cero burbujas	Fácil aplicación
Repele el agua, polvo	Aceites y otros líquidos
Evita los dedos marcados en la pantalla	antialérgico

Libre de rayones

Arañazos en los bolsillos

Larga duración

Tabla 4. Características del producto

2.2 Aranceles

Tabla 5. Cuadro de impuestos

**PARTIDA: 8517 SUBPARTIDAS:
8517.70.00.00**

Tributos	Forma de aplicación de tributo	Criterio variación tributo	de Aplica de	Valor
AD VALOREM	BASE IMPONIBLE	-		5%
ANTIDUMPING	BASE IMPONIBLE	-		0%
FONDO INNFA	BASE IMPONIBLE	-		0.50%
IVA	BASE IMPONIBLE	-		12%

Elaborado por: El autor

Según el servicio Nacional de Aduanas del Ecuador la ley estipula cancelar los tributos a las transacciones comerciales, dicho impuestos arancelarios se pueden observar en la tabla 5:

- AD-VALOREM (arancel cobrado a las mercancías 5%)
- FODINFA (fondo de desarrollo para la infancia 0.5%)
- IVA (impuestos a la renta 12%)
- ICE (a consumos especiales)

2.3 Documentos de importación

Según el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) depende mucho de la mercancía que se desea introducir a territorio nacional, el cual deberá acompañar a la DAI

2.4 Documentos de acompañamiento

Son los documentos que se deben emitir aceptar antes del embarque de las mercancías, es decir una inspección anterior.

2.5 Documentos de soporte

La declaración aduanera de importación, son documentos que pueden ser físicos o electrónicos, el cual contiene investigación del uso de regímenes, además de la información del titular de la mercancía o su agente aduanero, conforme lo determina la ley:

- Documento Transporte
- Factura comercial
- Certificado de origen
- Y otros necesarios

Una vez culminado este proceso de la declaración aduanera de importación se emitirá el refrendo, número que valida el proceso y se informará el tipo de aforo.

2.6 Forma de pago

2.6.1 Carta de crédito

Según Gallegos Zúñiga (2015) conceptualiza a la carta de crédito como “un método de pago utilizado en transacciones comerciales de productos básicos, también se utiliza para proporcionar fondos para la prestación de servicios, incluso afirmando que es el elemento vital del comercio internacional”

Por su parte Lizardo Guevara (2018) Ciertamente la carta de crédito es usada en transacciones internacionales, pero no es impedimento para usarse en territorio nacional para realizar transacciones, es evidente que en este caso el banco corresponsal no es necesario.

Pues bien ahora con el proveedor que se ha conseguido en china la transacción se llevará a cabo con carta de crédito irrevocable, el cual el banco emisor del beneficiario será el que se comprometa con el acuerdo y brindar la seguridad entre ambas partes en esta negociación.

2.7 Empaque y embalaje

La presentación de las micas vienen en una envoltura de cartón recubierto de plástico en cual contiene descripción y aplicación, en el contenedor vienen en 100 micas por cartón, con un peso neto por cartón de 2,25 kilos.



Ilustración 2 Presentación empaque

Cantidad	Unidad	Tipo de embalaje
1	unidades	Caja de cartón principal
100	unidades	cartones
10.000	unidades	Cartulina recubierta de plástico

Tabla 6. Empaque.

2.8 Transporte

El tipo de transporte que ofrece el proveedor con su agente aduanero es del servicio de mensajería, según el acuerdo y negociaciones antes realizadas la duración desde la cancelación del producto es de 25-30 días, desde China hasta el destino en Ecuador, pero es tiempo sujeto a cambios, el tipo de transporte será marítimo.

2.9 Incoterms

El incoterms que se aplicará para la importación de las micas liquidas se llevara a cabo en FOB, uno de los incoterms más habituales en el mundo del comercio, ideal para nuestro uso ya que se aplica al transporte marítimo, en negociación antes pactada con el vendedor en China, el cual su responsabilidad y disposición de la mercancía es hasta al borde del transporte, siendo el proveedor en China quien se hace responsable de la mercancía hasta que haya sido puesta en el puerto de destino.

Obligaciones del vendedor con el incoterms FOB	Obligaciones del comprador con el incoterms FOB
Documentos y mercancía entregadas	Pago de la mercancía
Empaque y embalaje de forma correcta	Flete internacional
Transporte interno	Seguro - Gastos de llegada
Despacho aduanas origen	Pago aranceles
Gastos	Transporte en país destino

Fuente: (Icontainers, 2020)

3. Liquidación aduanera

A PAGAR A LA ADUANA (AUTOLIQUIDACIÓN)

AD VALOREM	909
FODINFA 0,5%	15.15
IVA 12%	474.50
TOTAL	1.398,50

GASTOS DE IMPORTACIÓN

VALOR FOB	2000
VALOR FLETE	2000
VALOR DEL SEGURO	30
VALOR NACIONALIZACIÓN	1398,50
BODEGAJE EN PUERTO	180,00

PORTEO DEL CONTENEDOR	\$	150,00
AGENTE ADUANERO	\$	500,00
TRANSPORTE INTERNO	\$	550,00

GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$	1.700,00
GASTOS DE AFORO	\$	200,00
INEN	\$	270,00
COMISION DE GIRO	\$	20,00
	\$	100,00
		77,90
<hr/>		
TOTAL		7.611,35
COSTO VALOR UNITARIO (INVERSIÓN)		0.92
UTILIDAD		0.84
IVA		0.24
PRECIO DE VENTA PUBLICO (PROVEEDOR)		2.00
TOTAL DE GANANCIA PROVEEDOR		\$8.400,00
VALOR PRECIO MERCADO NACIONAL		5.00
UTILIDAD		2.12
IVA		0.60
TOTAL DE GANANCIA VENTA DIRECTA		\$21.200,00
<hr/>		

Elaborado por: El autor

4. Conclusiones

- La principal observación que se puede obtener con el trabajo de investigación es que en términos financieros es factible la importación de micas líquidas ya que se obtiene un gran margen en las ventas ya sea en la venta desde el local con una ganancia de \$21.200,00 o buscando proveedores el cual es de \$8.400,00 margen de ganancia muy significativo por el cual es recomendable efectuar la importación.
- El precio del producto ya importado, es muy accesible al bolsillo del consumidor, además entra en una categoría de gama media, pero también es muy competitivo por su bajo precio y presentación el cual lo convierte en un producto atractivo a la hora de comprar.
- Además como producto innovador para ampliar la cartera de presentación a nivel nacional es muy bueno por las cualidades antes mencionadas, un producto ideal para todo tipo de pantalla es sin duda una solución a los problemas de la mica tradicional ya que es un sustituto ideal.
- El presente proyecto nos proporciona las pautas necesarias las cuales no solo prueban la viabilidad del proyecto de importación, sino también nos proporciona posibles pérdidas, que pueden llegar a evitarse debido a la práctica de dichos proyectos, el cual se presenta en consideración total de inversores o consultores, para la respectiva toma de decisiones y sus recomendaciones.
- Es muy importante el conocimiento adecuado en la búsqueda de proveedores, ampliar una lista para obtener el mejor resultado en las propuestas de precios y así evitar estafas, en el caso de no contar con una empresa que ofrezca ese servicio de contrato con empresas en el extranjero.

6 Bibliografía

- Delgado Olaya, R. M., & Yáñez Sarmiento, M. M. (2019). Impacto de las importaciones no petroleras desde China, en la balanza comercial del Ecuador, período 2013-2017. *INNOVA Research Journal*, 205-216. 4(3.2), 205-216. <https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.2.2019.1100>
- Durán Lima , J., & Pellandra, A. (2017). La irrupción de China y su impacto sobre la estructura productiva y comercial en América Latina y el Caribe . *CEPAL*, 1-87.
- Gallegos Zúñiga, J. R. (2015). Análisis crítico del examen de los documentos en las cartas de crédito Critical analysis of letters of credit test documents. *Derecho PUCP*, 415-440. N° 74, 2015 / ISSN 0251-3420
- Lizardo Guevara, S. (2018). Analisis de la carta de crédito desde la perspectiva del código de comercio venezolano y la del comercio internacional. *Revista Científica "Teorias, Enfoques y Aplicaciones en las ciencias Sociales"*, 52-61. 10(22), 52-61 ISSN: 2610-7910
- Mieles Loor, J. L., Albán Navarro, A. D., & Valdospin De Lucca, J. B. (2018). E-commerce: un factor fundamental para el desarrollo empresarial. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 1-18. volumen 5 <https://doi.org/10.21855/ecociencia.50.156>
- Polino , C., & Castelfranchi, Y. (2019). Percepción pública de la ciencia en Iberoamérica. Evidencias y desafíos de la agenda de corto plazo. *revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*, 115-136. Vol 14, No 42
- Aguilar, P. M., Maldonado, D. B., & Solorzano, S. S. (2020). Incidencia de la balanza comercial en el crecimiento económico del Ecuador: análisis económico desde Cobb Douglas, período 1980-2017. *Espacios*, 1-10. Vol. 41 (N° 03) ISSN 0798 1015
- Alaña Castillo, T. P., Crespo García, M. K., & Gonzaga Añazco, S. J. (2018). ¿Cómo las estrategias empresariales permiten una ventaja competitiva en las micro, pequeñas y medianas empresas de la provincia de EL ORO? *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 251-256. vol.10, n.2, pp.257-262. ISSN 2218-3620.
- Alvarado Gastiaburo, Á. C., & Vergara Díaz, N. S. (2018). El desafío del comercio electrónico en la economía del Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 67-87. Vol.3, No . 1 [10.23857/pc.v3i1 Mon.681](https://doi.org/10.23857/pc.v3i1 Mon.681)

Bravo Acuña, J., & Merino Moina, M. (2020). Uso de nuevas tecnologías en la comunicación con los pacientes, su utilidad y sus riesgos. *Elsevier España*, 251-252. Vol. 92. Núm. 5. DOI: 10.1016/j.anpedi.2020.02.010

Culqui Sánchez, J. E., & Suárez Mora, D. P. (2019). Ventaja competitiva de distintas industrias según la aplicación del diamante de Porter. *Revista electrónica TAMBARA*, 693-703. Edición 9, No. 50, ISSN 2588-0977

Gomez Sanchez, A. M., & Ramirez Gutierrez, Z. (2017). causalidad entre las importaciones y el crecimiento económico: evidencia empírica para el departamento del Cauca (COLOMBIA). *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 40-62. vol. XXV, núm. 2, diciembre, 2017 ISSN: 0121-6805

Guzmán Duque, A. P., & Abreo Villamizar, C. A. (2017). Del comercio electrónico al comercio social: La innovación al alcance de las organizaciones. Estudio para el sector calzado Bucaramanga, Colombia. *Contabilidad y negocios*, 12(24), 107-118. Obtenido de: [http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidad y Negocios](http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidad_y_Negocios)
<https://doi.org/10.18800/contabilidad.201701006>

Iconainers. (26 de Febrero de 2020). Obtenido de <https://www.iconainers.com/es/ayuda/incoterms/fob/>

Pesántez Calva, A. E., Romero Correa, J. A., & González Illescas, M. L. (2020). Comercio electrónico B2B como estrategia competitiva en el comercio internacional: Desafíos para Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 72-93. VOL. 5 NÚM. 1 (2020): <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1166>

SENAE. (miércoles de Octubre de 2020). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

7 Anexos

Plataforma Alibaba

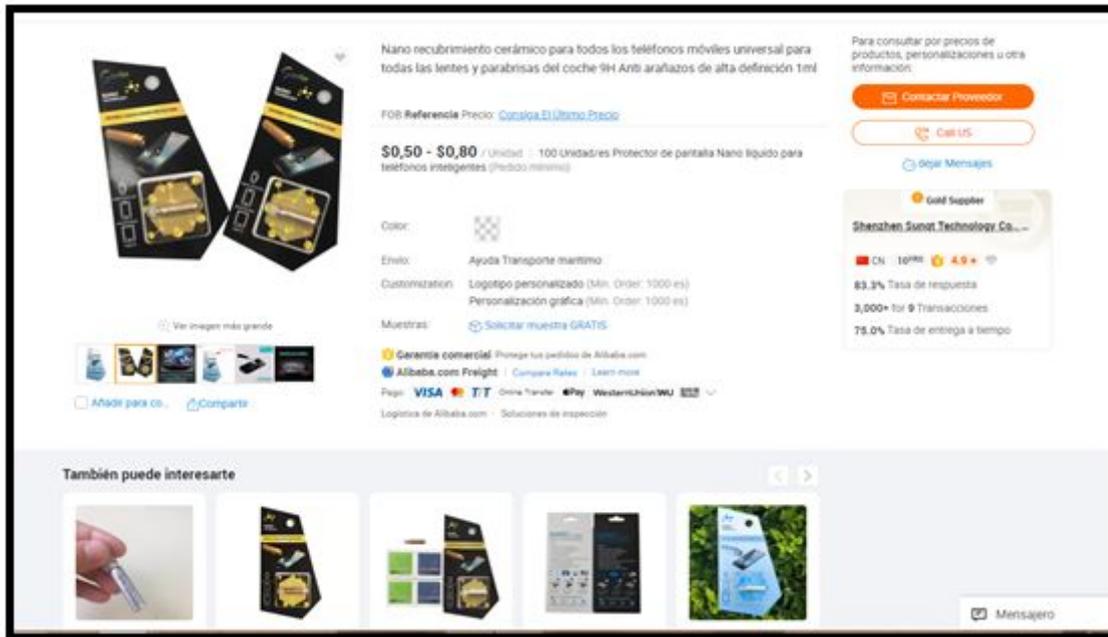


Ilustración 4 Alibaba

Plataforma Gurú Arancelario

Tributos	Forma de aplicación de tributo	Criterio de variación de tributo	Aplica	Valor
AD VALOREM	BASE IMPONIBLE	-	✓	5%
ARANCEL ESPECIFICO *	-	-	✗	-
ANTIDUMPING	BASE IMPONIBLE	-	✓	0%
FONDO INFA	BASE IMPONIBLE	-	✓	0.50%
ICE AD VALOREM	-	-	✓	PDF
ICE ESPECIFICO	-	-	✗	-
IVA	BASE IMPONIBLE	-	✓	12%
SALVAGUARDIA	-	-	✓	PDF
SALVAGUARDIA ESPECIFICA	-	-	✗	-
IMPUESTO REDIMIBLE A LAS BOTELLAS PLÁSTICAS NO RETORNABLES	-	-	✗	-
INCREMENTO ICE	-	-	✓	PDF
TASA DE CONTROL	-	-	✗	-

*El Arancel Específico es un tributo que se calcula por unidad de medida.

Ilustración 5 Gurú Arancelario

Liquidación aduanera

	PRODUCTO	# x UNIDAD
1		
2		
3	BASES	\$ 8.000,00
4	VALOR FOR	\$ 0,20
5	FOR	\$ 2.000,00
6	FLITE	\$ 500,00
7	OFF	\$ 3.000,00
8	SEGURIDAD	\$ 30,00
9	CFP	\$ 3.000,00
10	DERECHOS ADICIONALES	
11	AD VALOREM	\$ 303,00
12	FORO A D/S	\$ 6,98
13	EXADUANA	
14	BASE TOTAL ex aduana	\$ 2.984,98
15	IVA 5%	\$ 474,54
16	TOTAL	\$ 4.420,45
17	AGENTE ADUANERO	\$ 500,00
18	FLITE METEOROS	\$ 200,00
19	LAPTOP	\$ 700,00
20	COMPUTADORA	\$ 200,00
21	COMIDA TABLA LEGAL	\$ 200,00
22	MATERIALES OFICINA	\$ 800,00
23	TOTAL	\$ 6.878,45
24	Total precio a productor	\$ 8,67
25		
26	INVERSION	
27	TOTAL costo prod y unid	\$ 847
28	PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 10.880,80
29		
30	Precio Mercado via direct	\$ 0,00
31	TOTAL MERCA DESUERTA	\$ 0,00
32	PUNTO DE EQUILIBRIO MERC	\$ 10.880,80
33	precio proveedor	\$ 0,00
34	total ex a proveedor	\$ 30.000,00
35	utilidad ex a proveedor	\$ 22.500,00
36	Punto E EQUILIBRIO Proveedor	\$ 225,00
37		
38		\$ 271
39		\$ 26,00
40		
41		
42		
43		
44		
45		
46		
47		



Ilustración 6 Liquidación Aduanera

Proforma de la empresa Guangzhou Ruite Digital Technology Co.Ltd

Commercial Invoice						
商业发票						
Date of Export (寄件日期):		15/10/2020	*Inv.No. (发票号):		AL2020072505SL	
Shipper's name and Add(以下填写发货人名址):			Consignee's name and Add.(以下填写收货人名址)			
Company (公司名):	Guangzhou Ruite Digital Technology Co.Ltd		*Company (公司名):			
Attn (联系人):	Sulin		*Attn (联系人):	Carlos Andrés		
Add (地址):	C Kengkou industry zone, Liwan District Guangzhou China		*Add (地址):	City: Santa Rosa Address: ciudadela los Helechos, calle "F" and "niña keyko Espinoza" Reference: in front of the school "Zoila Ugarte de Landivar" white shop.		
TEL (电话):	13725217841		*Tel (电话):	+ 593 096 983 4179		
post code (邮编):	510160		*post code (邮编):	070601		
Country of Origin(原产地):		China				
Country of Export(始发国):		China		*destination(目的国):	Ecuador	
*Description of Goods	*H.S code	*Material	*Uses	*QTY(PCS)	*Unit (USD)	*Total Value (USD)
英文品名 (括号注明中文品名)			用途	数量(PCS)	单价(USD)	总价 (USD)
screen protector	8517703000.00	GLASS	Paste	100000	0,2	20000
手机膜						
Total:	*No. of Pkg总箱数:	1		*Total Value总价值 (USD)		20000
以上打*部分为必填项,为使货物能够顺利出口,请务必正确填写完整!						
Sheet1 Sheet2 Sheet3						

Ilustración 7 Factura Proforma