



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA INCREMENTAR MARGEN DE
UTILIDAD IMPORTANDO LÁMPARA SOLAR DESDE CHINA PARA LA
EMPRESA DOMOTIZADOSEC DEL CANTÓN MACHALA

ESTEVEZ QUIMI ROBINSON DAMPOOL
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA INCREMENTAR MARGEN DE
UTILIDAD IMPORTANDO LÁMPARA SOLAR DESDE CHINA
PARA LA EMPRESA DOMOTIZADOSEC DEL CANTÓN
MACHALA

ESTEVEZ QUIMI ROBINSON DAMPOOL
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA INCREMENTAR MARGEN DE UTILIDAD
IMPORTANDO LÁMPARA SOLAR DESDE CHINA PARA LA EMPRESA
DOMOTIZADOSEC DEL CANTÓN MACHALA

ESTEVEZ QUIMI ROBINSON DAMPOOL
INGENIERO EN COMERCIO INTERNACIONAL

ESPINOSA GALARZA MIGUEL ORLANDO

MACHALA, 10 DE DICIEMBRE DE 2020

MACHALA
10 de diciembre de 2020

robinson dos

por Robinson Dos Estevez

Fecha de entrega: 15-nov-2020 08:04p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1447017535

Nombre del archivo: BORRADOR_CASO_PRACTICO_ROBINSON_ESTEBEZ.docx (59.32K)

Total de palabras: 3335

Total de caracteres: 18807

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

El que suscribe, ESTEVEZ QUIMI ROBINSON DAMPOOL, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA INCREMENTAR MARGEN DE UTILIDAD IMPORTANDO LÁMPARA SOLAR DESDE CHINA PARA LA EMPRESA DOMOTIZADOSEC DEL CANTÓN MACHALA, 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.

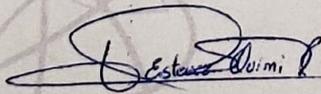
El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

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



ESTEVEZ QUIMI ROBINSON DAMPOOL
0928413038

DEDICATORIA

El presente trabajo es dedicado a mi familia quienes han sido parte fundamental para el desarrollo de esta investigación, a mis padres quienes me dieron grandes enseñanzas y los principales protagonistas de este trabajo desarrollado.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme salud y bienestar para seguir adelante y no rendirme a medio camino. A mi papá por apoyarme constantemente tanto financiero y psicológicamente. A mi tutor, Ing. Miguel Espinoza por brindarnos sus clases con el mayor desempeño y gracias a ello desarrollar mi trabajo de investigación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo exhibir un estudio de factibilidad para aumentar el margen de utilidad importando lámpara solar desde China hacia el mercado ecuatoriano, La metodología de investigación implica las relaciones causales entre variables y la aplicación de técnicas estadísticas y se lleva a cabo desde una perspectiva cualitativa y descriptiva. La empresa DOMOTIZADOSEC tiene como ventaja competitiva la factibilidad de inversión para la importación de dicho producto a un precio alcanzable para el cliente, además competitivo por un producto amigable con el medio ámbito. La venta del producto así sea de venta directa o a proveedor desarrollan un margen de utilidad muy prominente. El estudio revela la factibilidad para el presente emprendimiento exhibe resultados positivos. Los datos nombrados en esta investigación, son hechos reales y tienen la posibilidad de ser útil para futuras indagaciones.

Palabras claves: comercio internacional, comercio electrónico, negocios internacionales, ventaja competitiva.

ABSTRACT

The objective of this research work is to present a feasibility study to increase the profit margin by importing solar lamps from China to the Ecuadorian market. The research methodology involves the causal relationships between variables and the application of statistical techniques and is carried out from a qualitative and descriptive perspective. The company DOMOTIZADOSEC has as a competitive advantage the feasibility of investment for the import of said product at an affordable price for the customer, also competitive for a product that is friendly to the environment. The sale of the product, whether it is direct sale or to a supplier, develops a very prominent profit margin. The study reveals the feasibility for the present undertaking exhibits positive results. The data named in this investigation are real facts and have the possibility of being useful for future investigations.

Keywords: international trade, electronic commerce, international business, competitive advantage.

CONTENIDO

1. DESARROLLO	13
1.1 Comercio Internacional y el medio ambiente.....	13
1.2 Comercio electrónico.....	15
1.3 Negocios internacionales.....	15
1.4 Ventaja Competitiva	16
2. PROCESO DE IMPORTACIÓN	18
2.1. Registro como Importador en el ECUAPASS	18
2.2. Producto y Proveedor.....	18
2.4 Normativas términos y procedimientos aduaneros	19
2.4.1 Incoterms	19
2.4.2 Franco a bordo (FOB)	19
2.4.3 Importación para el consumo.....	20
3. FLUJO DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN	21
4. PARTIDA ARANCELARIA Y LIQUIDACIÓN ADUANERA	23
4. CONCLUSIONES	27
BIBLIOGRAFÍA	28

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Flujo del Proceso de Importación	22
Figura 2. Lámpara de pared con interacción solar	29
Figura 3. Empaquetado del producto.....	30
Figura 4. Proceso de Importación	32
Figura 5. Cotización de producto en China.....	33
Figura 6. Cotización de producto en Ecuador	33

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Partida Arancelaria	23
Tabla 2. Costos y Liquidación Aduanera	24
Tabla 3. Utilidad Venta Directa y Proveedor	25
Tabla 4. Ficha técnica de la Lámpara de jardín LED	29
Tabla 5. Empaquetado	30

INTRODUCCIÓN

Actualmente los impactos del calentamiento global son cada vez notorios y se ven reflejados todo el tiempo en los cambios bruscos de temperatura en la Tierra. En Ecuador cada vez se suman personas, organizaciones y gobiernos en fomentar la utilización de energías sustentables o limpias. La energía del sol es una fuente de energía que es producida por medio de la radiación del sol por medio de semiconductores llamados célula fotovoltaica o paneles solares.

Ecuador situado en la línea ecuatorial tiene ventaja competitiva por contar de climas excelentes para crear energía del sol permitiendo el desempeño del mismo, aparte de ser un producto amigable con el medio ambiente su precio es asequible, tiene una tecnología de primera con sensores de movimiento y Certificado IP65 resistente al agua, su calidad es garantizada y en la actualidad solo hay una sola compañía que ofrece el producto.

En esta investigación se ejecuta un estudio de factibilidad para aumentar el margen de utilidad importando lámpara solar desde China para la compañía domotizadosec del cantón Machala, ya que hay un bajo margen de utilidad a causa del desconocimiento del gerente general sobre la adquisición directa, desarrollo de importación y normativas desde China.

Para el estudio de la eventualidad antes citada, se ofrece solucionar la siguiente interrogante ¿Cómo aumentar el margen de utilidad importando lámpara solar desde China para la compañía domotizadosec del cantón Machala?

El propósito de esta investigación es aumentar el margen de utilidad importando lámpara solar desde China para la compañía domotizadosec del cantón Machala, por medio de la gestión de un estudio de factibilidad, el cual dejará investigar un flujograma de importación, normativa de régimen de importación, la identificación del producto, proveedor, costos, liquidación aduanera y factibilidad del emprendimiento de importación y más que nada orientar y medir la oportunidad de triunfo o fracaso de un proyecto de inversión. El tema de investigación a realizar es completamente parcial, honesto, reciente y propio. Al fin y al cabo, esta investigación se compone en tres secciones: Primer parte, Avance y Conclusión.

1. DESARROLLO

1.1 Comercio Internacional y el medio ambiente

El comercio en todo el mundo se engloba como el grupo de operaciones, transferencias e trueque de adquisición y venta de bienes y servicios, se destaca por llevar una negociación de un país a otro como además su consideración en contribuir con en el avance y crear riquezas por medio de indicadores de la producción para un país.

Cuando se alude al comercio en todo el mundo, se apunta a una actividad económica que implica el trueque de bienes, productos, servicios y también de entendimientos entre pueblos de distintos países o zonas económicas, según lo han afirmado distintos investigadores de la materia (Quevedo, et al., 2020).

El comercio internacional en un país es un porcentaje sustancial para la economía el cual facilita complementarse y ser más competitivo, además asistencia al avance de todo el mundo y de la misma forma tener numerosos productos a escoger para los clientes, compañías más competitivas, producir e innovar productos. El comercio internacional supone acciones económicas de flujos transfronterizos de mercancías, personas, tecnologías, información, conocimiento, etc, donde se establecen negociaciones que abarcan movimientos de salida hacia otros territorios (exportaciones) o entradas (importaciones) (Quevedo, et al., 2020).

Es considerable recalcar que en los años anteriores el avance global generó un colosal desarrollo del comercio mundial y esto crea que estos impactos ambientales se incrementen, esta circunstancia crea perjuicios en el medio ámbito primordialmente por el calentamiento global ya que se generó una fuerte oposición mundial de parte de los clientes, gobiernos y compañías. La contaminación ambiental es posiblemente el más enormes

inconvenientes que afectó a la raza humana ya hace varios siglos, y esa circunstancia empezó a acentuarse desde la primera revolución industrial fue provocada por empresas y personas. Desde la década de 1970, los clientes han expresado su preocupación por la degradación del ecosistema, buscando comprar productos ecológicos y pidiendo a la empresa que reconsidere su estrategia y tecnología de producción. (Salas Canales, 2020).

Sin embargo, los principales cambios para enfrentar y reducir el calentamiento global dependen de las decisiones de cada país, no solo de los acuerdos globales, porque el impacto y el alcance varían de una región a otra. (Toulkeridis, et al., 2020).

Los clientes alrededor del mundo comenzaron un cambio extremista en su forma de consumo en sus demandas frente a las compañías y gobiernos, la eficacia importada es por medio de la apertura de inversiones extranjeras o la importación de tecnología que logre dar procedimientos de procesos y producciones más eficaz. Uno de los elementos clave de una optimización eficaz es el papel que puede desempeñar el comportamiento de las personas en la política nacional y las elecciones posteriores. Por lo tanto, el nivel de conciencia y conocimiento del calentamiento global es crucial. (Toulkeridis, et al., 2020).

La competitividad de un país está representada por el conjunto de instituciones, reglas y razones que determinan su nivel de efectividad, por lo que para un país con capacidades de desarrollo competitivo de bajo costo, las capacidades de desarrollo de empresarios, empresas e industrias son muy importantes. Para fabricar productos de valor agregado de esta manera, cómo gestionar mejor los procesos y modelos de negocio innovadores para asegurar su vitalidad económica (Díaz, Zamora, & Mora, 2019).

1.2. Comercio electrónico

El comercio electrónico es tomar la elección de adquisición en una relación comercial usando medios electrónicos como el internet, sus virtudes son: menos costos, no se necesita un local, menos necesidad de alojamiento, menos costos, mejor comunicación.

Hoy en día, las empresas se ven obligadas a realizar nuevas herramientas sociales para notificar a los usuarios y comunicarse con ellos para que puedan lograr grandes ventas para obtener ganancias, por lo que el comercio electrónico es una herramienta invaluable para el departamento comercial de la empresa. A lo largo de los años, el desarrollo del comercio electrónico se ha enfrentado a enormes desafíos, especialmente los relacionados con la seguridad de la información y la escasa cultura de compras en línea de Ecuador. Sin embargo, debido al aumento en el número de usuarios de Internet en los últimos diez años, esto ha provocado que las ventas en línea se incrementen año a año. Sin embargo, en comparación con otros países de América del Sur, a Ecuador aún le queda un largo camino por recorrer, no solo utilizando un portal web seguro para Comprar, sino también la cultura informática y los estándares de seguridad de los usuarios de Internet. (Esparza, 2017).

El comercio electrónico o también conocido como e-commerce en escasas expresiones es sugerir o adquirir productos o servicios por medio del internet utilizando software y sistemas de pago.

1.3. Negocios internacionales

El planeta en la actualidad está conformado por precisamente 200 países divididos política y geográficamente; cada uno con sus propias leyes, cortes, esquemas comerciales y cambiantes culturales. Tener tanta diversidad de culturas estimula la existencia de males entendidos al llevar a cabo negocio las compañías que quieren usar un plan de

internacionalización; a esto ayuda la ignorancia de las distintas socioculturas coexistentes (Baca & Flores, 2018).

Los negocios de todo el mundo son el grupo de formalidades para realizar una precisa negociación en términos comerciales entre el importador y exportador.

Los Negocios internacionales en las compañías no únicamente se limitan a realizar operaciones privadas y gubernamentales a nivel local sino además con otros territorios, por eso, negocio en todo el mundo a la relación que existe entre una organización a la relación entre una organización y el planeta exterior. Es requisito e considerable que los hombres de negocios conozcan el ámbito en todo el mundo para buscar novedosas formas para el desarrollo de la compañía, competitividad y tener la posibilidad de conseguir novedosos destinos empresariales en diferentes países; entonces, la organización puede conseguir un más grande posicionamiento competitivo, hallar nuevos negocios, hacer mejor imagen de la compañía y marca, detectar nuevos segmentos, impulsar trueque de productos o servicios (Blum, et al., 2016).

1.4. Ventaja Competitiva

Es la caracterización que tiene una compañía que es realmente difícil o por lo menos muy complicado de copiar, así mismo esta compañía queda cuidada de la rivalidad y por medio de estas barreras de entrada consigue sostener, a medio y extenso período, su posición en el mercado, introduciendo la rentabilidad extraordinaria que anhela todo inversor.

En la actualidad, la empresa no podrá realizar sus virtudes solo a través del valor de sus productos y servicios, ni será rentable en el corto plazo, por lo que la meta debe ser

determinada desde la perspectiva de la nueva organización. Long es establecer una estrategia empresarial y convertirla en una importante herramienta de gestión con una ventaja competitiva (Alaña, Crespo, & Gonzaga, 2018).

El avance de novedosas tecnologías permitió que el comercio electrónico, sea adoptado por las compañías, como un nuevo modelo de negocio, gracias a las considerables virtudes que puede llegar a ofrecer. Lograr un mejor desarrollo organizacional, bajar las ineficiencias, hallar más grande conectividad con el mercado extranjero, no perder eficacia, hacer más ágil los procesos de negociación e aumentar las ventas, fueron sin lugar a duda los primordiales causantes, que hacen del comercio electrónico una utilidad de potencial desarrollo en el tema empresarial (Pesántez, Romero, & González, 2020).

2. PROCESO DE IMPORTACIÓN

2.1. Registro como Importador en el ECUAPASS

Para realizar un desarrollo de importación debe continuar numerosos pasos. Antes que nada una persona natural o privada debe hacer una inscripción en el Registro Único de Contribuyente (RUC) el cual va a poder gestionar online por medio de su Página Oficial SRI. Luego comprar mediante las entidades certificadoras autorizadas por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL) como el Banco Central del Ecuador, Security Data la firma electrónica o también conocido como TOKEN. Por último se procede al registro como importador en la Página Oficial ECUAPASS.

2.2. Producto y Proveedor

Más adelante registrado como importador en el ECUAPASS se va a llevar a cabo la búsqueda del producto y proveedor, en esta situación se lo va a realizar en la interfaz de ALIBABA. El producto a importar hablamos de una Lámpara de pared de interacción del sol el cual almacena energía del sol de 2200 mah por el día por medio de un panel que viene dentro el cual dejará su desempeño durante la noche dando iluminación por sus 100 LEDs, además tiene sensor de movimiento y certificado IP65 fuerte al agua.

Por otra parte el proveedor es de origen en Zhejiang, China. La empresa NINGBO SINPERO ENTERPRISE COMPANY es un fabricante profesional que se dedica principalmente al diseño y producción de linternas LED multiherramientas con más de 100

certificados de patente, además tienen más de 10 años de experiencia en el campo, incluida la electrónica, la construcción, el moldeado, la iluminación y la planificación de procesos.

2.4 Normativas términos y procedimientos aduaneros

A continuación se lleva a cabo la negociación, términos y condiciones. El importador realiza la orden o la cantidad de productos a importar, el exportador envía la factura proforma y los términos y condiciones.

2.4.1 Incoterms

Los Incoterms son formalidades de aceptación facultativa por el exportador e importador, sobre la compromiso de cada uno en relación a costos, seguros, peligros, distribución y recepción de la mercadería.

De acuerdo con esta cláusula, el contrato debe incluir no solo el uso que las partes entiendan, sino también el uso que las partes deben comprender, sino solo si las partes son populares en las transacciones comerciales en las que se involucran y son frecuentemente citadas por las partes (Zenteno , 2018).

2.4.2 Franco a bordo (FOB)

El exportador debe llevar a cabo con compromiso la localidad de las mercancías cargadas y estibadas en el barco, en el puerto de salida. El importador tendrá que conllevar los peligros y hacerse responsable de los gastos desde ese instante. El concepto de adquisición venta “franco a bordo”, hablamos de un incoterm único para operaciones por vía marítima.

Importador y exportador firman contrato de compra y venta. Posteriormente, el importador será aprobado en la ventanilla única de Ecuador para obtener un "Certificado de Aprobación INEN" que acredite el cumplimiento de la normativa técnica de Ecuador aplicable a los productos importados. Mientras el exportador prepara los documentos de exportación, se coordinará con el operador de transporte para el transporte futuro de las mercancías.

Una vez que se envían las mercancías, el exportador envía documentos como facturas comerciales, documentos de envío, pólizas de seguro y certificados de origen. Una vez que la mercancía llega al puerto de destino, el importador pagará el flete, luego el importador deberá subir los documentos al sistema ECUAPASS para completar el formulario de declaración de importación en aduana (DAI) para que pueda verificar y aceptar los datos.

Una vez que las mercancías lleguen al puerto de destino, la aduana deberá despachar, procesar y nacionalizar las mercancías en consecuencia. El importador paga los gastos de compensación y otros y realiza el transporte por contrato desde el interior para transportar la mercancía al almacén del importador.

2.4.3 Importación para el consumo

Se trata de un régimen aduanero, las mercancías importadas del exterior pueden circular libremente por territorio nacional, el propósito es permanecer en el territorio aduanero de manera decisiva luego de pagar impuestos de importación, recargos y multas, como también el cumplimiento de los trámites y obligaciones aduaneros. (COPCI, 2010)

3. FLUJO DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN

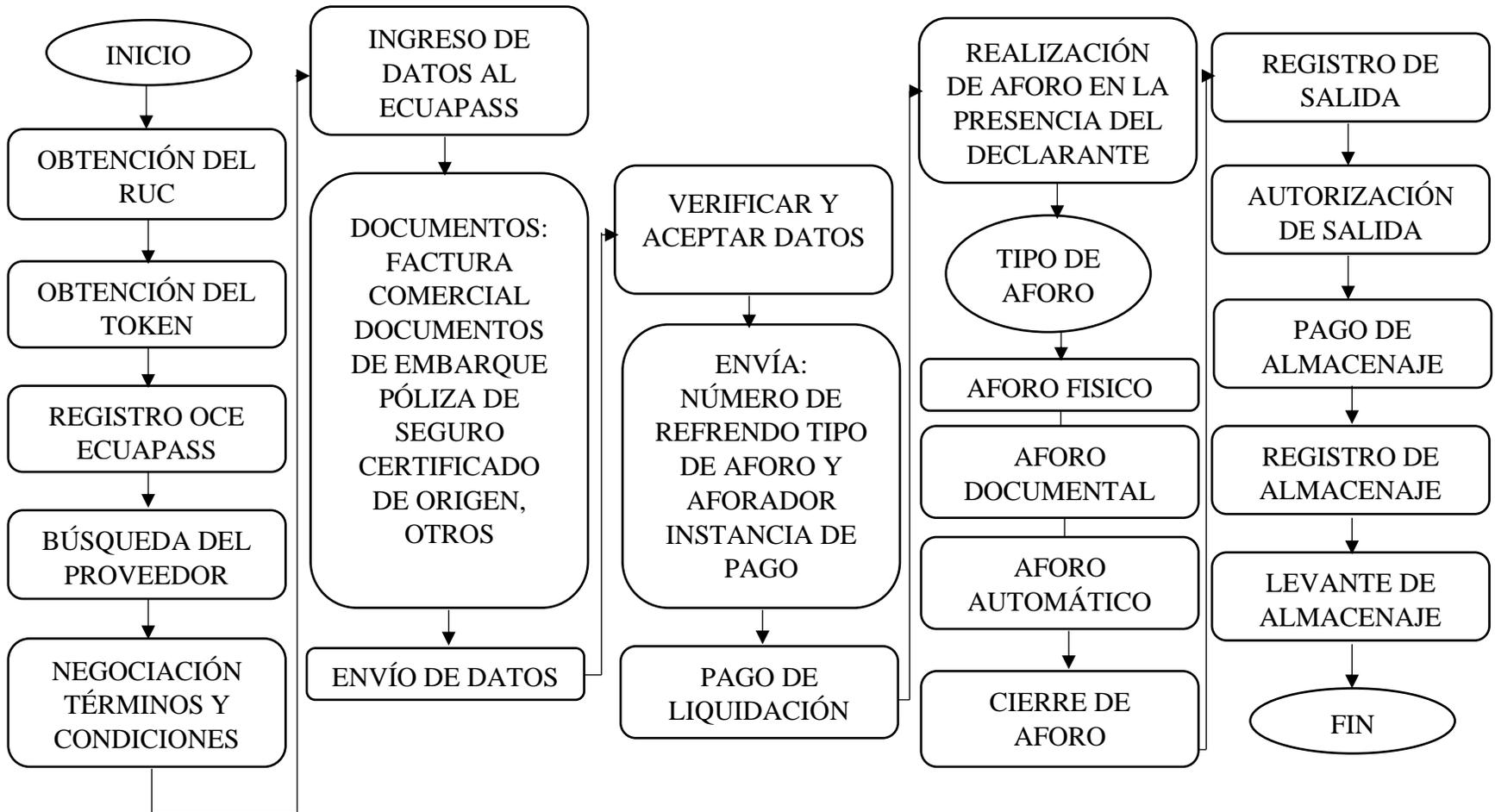
El desarrollo de la importación de mercancías es una actividad comercial que requiere de muchas leyes y reglamentos, las mercancías de origen extranjero deben pasar inspecciones tributarias en la zona aduanera antes de completar sus principales actividades comerciales (como consumo, construcción o venta).

Para poder importar productos a Ecuador, se ha determinado que para ingresar productos sujetos a reglamentos y regulaciones técnicas, se debe obtener un certificado INEN-1 antes de que los productos sean enviados desde el lugar de origen. Para entender qué productos se controlan con anticipación, se ha establecido un módulo de consulta de precios en el portal Ecuapass, donde se puede confirmar si el producto está restringido y otra información relacionada con el producto.

Ecuapass: Es un software que permite a todos los operadores de comercio exterior interactuar todas las operaciones aduaneras de importación y exportación.

A continuación se visualizará el flujo de procesos de importación paso a paso para el ingreso de mercancías al Ecuador vía marítima.

Figura 1. Flujo del Proceso de Importación



4. PARTIDA ARANCELARIA Y LIQUIDACIÓN ADUANERA

La liquidación de impuestos aduaneros tiene relación a la determinación de montos tributarios por operaciones aduaneras. Por consiguiente, una vez enviada la Afirmación Aduanera de Importación (DAI) en el sistema ECUAPASS, se va a generar la liquidación correspondiente al impuesto proclamado y la liquidación del monto de la tasa del servicio de control aduanero.

A través de la opción "Consulta de Liquidación", los funcionarios y usuarios generales del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) pueden conocer el estado de la liquidación y el monto del impuesto a pagar. Es importante señalar que una vez que se paguen las liquidaciones mencionadas anteriormente, los trámites aduaneros continuarán.

El costo de importación es el precio de importación asignado a los bienes o servicios adquiridos en el extranjero. Por tanto, todos los factores que intervienen en la obtención de bienes o servicios deben ser considerados de acuerdo a las necesidades de los clientes, incluidos los costos de transporte, agentes de aduanas, etc.

Tabla 1. Partida Arancelaria

Partida Arancelaria	
Subpartida	9405.40.19.00
Descripción	Luminaria solar integrada (Con panel) para jardín.
Arancel Avaloren	20%
FODINFA	0,5%
IVA	12%

A continuación, se visualizará la tabla de costos y liquidación aduanera para la importación de Lámpara Solar desde China a Ecuador.

Tabla 2. Costos y Liquidación Aduanera

#UNIDADES	5000
VALOR FOB	\$ 1,95
FOB	\$ 9.750,00
FLETE	\$ 1.500,00
CFR	\$11.250,00
SEGURO 1%	\$ 112,50
CIF	\$11.362,50
AD VALOREN 20%	\$ 2.272,50
FODINFA 0,5%	\$ 56,81
BASE LEGAL ex aduana	\$13.691,81
IVA 12%	\$ 1.643,02
TOTAL	\$15.334,83
PASAJE	\$ 2.200,00
HOTEL	\$ 300,00
FLETES INTERNOS	\$ 300,00
COMIDA Y ESTADIA	\$ 300,00
AGENTE ADUANERO	\$ 300,00
DESCARGA CONTENEDOR	\$ 120,00
DEMORAJE	\$ 57,00
BODEGAJE	\$ 114,00
PORTEO	\$ 150,00
GASTOS DE AFORO	\$ 100,00
GESTIÓN DE CERTIFICADOS	\$ 56,00
COMISIÓN GIRO 1,5%	\$ 146,25
IMP. SALIDA DE DIVISA 5%	\$ 487,50
TOTAL	\$20.065,58
Total, precio por producto	4,01

La inversión total para la importación desde China a Ecuador es de \$20.065,58, proyectando así un valor por producto ya nacionalizado de \$4,01.

La utilidad es el desempeño positivo de una inversión en una transferencia comercial. Al fin y al cabo, se distingue entre el valor de venta y todos los gastos fijos y

cambiantes que supone la venta del producto o servicio. Posteriormente se visualizará la tabla de Utilidad de Venta Directa como también la tabla de venta a proveedor del proyecto de inversión.

Tabla 3. Utilidad Venta Directa y Proveedor

VENTA DIRECTA		VENTA PROVEEDOR	
Precio Mercado vta. directa	\$ 11,50	Precio Proveedor (70%)	\$ 8,05
Total vta. Directa	\$57.500,00	Total vta. Proveedor	\$40.250,00
Utilidad vta. directa	\$37.434,42	Utilidad vta. Proveedor	\$20.184,42
Punto Equilibrio Mercado	1745	Punto Equilibrio Proveedor	2493

Es importante dejar claro que la inversión para este producto de importación genera utilidades tanto de venta directa de \$37.434,42 y venta a proveedor \$20.184,42.

Reactivo práctico 11877

Contexto o situación del problema:

La empresa xxxx desea mejorar sus márgenes de utilidad e importar directamente, la cantidad de unidades irá de acuerdo a lo que el estudio de factibilidad determine y sea lo conveniente, por lo que está buscando un proveedor en China, lugar de fabricación de los productos que vende. El gerente de la empresa, no conoce el proceso de importación y necesita saber el proceso en el que abarque los temas de normativa, inicio, desarrollo y factibilidad en el proceso de importación.

Objetivos de aprendizaje

Conocer el proceso de importación, su normativa y la factibilidad del proyecto.

Resultados de aprendizaje

Sabe hacer un flujograma de importación, conoce la normativa del régimen para el caso de importación, desde la identificación del producto, proveedor, y mercado hasta los costos, liquidación aduanero y factibilidad del proyecto de importación.

Fuente de consulta:

Porter, Michael E. (2016). Estrategia competitiva. Mexico: Compañía Editorial Continental. Corporación de Estudios y Publicaciones, (2016). Código orgánico de la producción comercio e inversiones. Ecuador: Editorial Juridica del Ecuador. (BCE02143)

-Chávez García, María del Carmen - Carl A. Nelson . (2010). 2010 Manual de importaciones y exportaciones: cómo llevar su negocio a otros mercados .

McGraw-Hill

España.

https://basesdedatos.utmachala.edu.ec:2201/es/lc/utmachala/busqueda_filtrada?fs_q=importacion&prev=fs

Pregunta a resolver:

Como realizar un proceso de importación e identificar el régimen para este caso. ?

Es factible bajo los parámetros que se ingresen en el caso realizar el proceso de importación.?

4. CONCLUSIONES

El resultado de un proceso de importación realizado de forma correcta y teniendo conocimiento para comprar un producto en el mercado internacional, resulta muy productivo y económico en comparación con la compra de dicho producto en el mercado local.

De acuerdo con la matriz de liquidación de importación, se ha concluido que la relación de este proyecto es totalmente factible para el mercado ecuatoriano, cabe recalcar que el beneficio de la importación de este producto es positivo tanto vendiendo de forma directa o venta de proveedor, generando mayores utilidades para la empresa.

El valor unitario del producto ya nacionalizado en el país, es muy accesible para los consumidores y competitivo para las demás empresas que ofrecen el mismo producto, además es un producto amigable con el medio ambiente, novedoso, atractivo y tecnológico.

De igual forma este producto se estima comercializar en todo el territorio nacional, un producto ideal para empresas, hogares, hoteles, industrias entre otras carteras de clientes dando solución a la iluminación nocturna gracias a los recursos renovables y generación de energía limpia.

BIBLIOGRAFÍA

- Alaña, T., Crespo, M., & Gonzaga, S. (2018). ¿CÓMO LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES PERMITEN UNA VENTAJA COMPETITIVA EN LAS MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE LA PROVINCIA DE EL ORO? *UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD | Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 10(2), 251-256.
- Baca, M., & Flores, E. (2018). El Marco Cultural de los Negocios Internacionales. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 147-150.
- Blum, H., Flores, E., Vallejo, C., & Sánchez, C. (2016). NEGOCIOS INTERNACIONALES. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- COPCI. (29 de Diciembre de 2010). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2019/05/COPCI-21-02-2019.pdf>
- Díaz, J., Zamora, M., & Mora, N. (Abril de 2019). LA INNOVACIÓN COMO FACTOR DE COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS PERIODO 2012-2017. *Revista Investigación y Negocios*, 12, 7-17. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000100002&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Esparza, N. (1 de Mayo de 2017). El Comercio Electrónico en el Ecuador. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 2, 29-32. doi:10.26910/issn.2528-8083vol2iss6.2017pp29-32
- Pesántez, A., Romero, J., & González, M. (2020). Comercio electrónico B2B como estrategia competitiva en el comercio internacional: Desafíos para Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 5(1), 72-93. doi:10.33890/innova.v5.n1.2020.1166
- Quevedo Barros, M., Vásquez Lafebre, L., Quevedo Vásquez, J., & Pinzon Prado, L. (27 de Julio de 2020). COVID-19 y sus efectos en el comercio internacional. Caso Ecuador. *DOMINIODE LAS CIENCIAS*, 6(3), 1006-1015. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1330>
- Salas Canales, H. (27 de Diciembre de 2020). Tecnologías limpias como fuente de ventaja competitiva empresarial. *ACADEMO Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 97-104. doi:<http://dx.doi.org/10.30545/academo.2020.ene-jun.10>
- Toulkeridis, T., Tamayo, E., Simón, D., Merizalde, M., Reyes, D., Viera, M., & Heredia, M. (1 de Marzo de 2020). CAMBIO CLIMÁTICO SEGÚN LOS ACADÉMICOS ECUATORIANOS - PERCEPCIONES VERSUS HECHOS. *LA GRANJA: REVISTA DE CIENCIAS DE LA VIDA*. doi:<http://doi.org/10.17163/lgr.n31.2020.02>
- Zenteno, B. (2018). La convención de las Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercaderías: su estudio, aplicación e interpretación judicial y arbitral en México. *Revista de Derecho (UCUDAL)*. doi:<https://doi.org/10.22235/rd.v18i2.1711>

Ficha Técnica del producto

Figura 2. Lámpara de pared con interacción solar



Tabla 4. Ficha técnica de la Lámpara de jardín LED

Lugar de Origen	Ningbo
Nombre de la Empresa	Zhejiang, China
Característica	Resistente al agua + Sensor de movimiento PIR Luz solar
Fuente de Luz	LED
Cantidad de LED:	100led
Color de la Luz	Blanco
Certificación	CE, EMC, GS, RoHS
Clasificación del IP	IP65
Angulo de haz	270°
Sensor de distancia	3-5m
Batería	Batería de iones de litio de 2200mAH
Tiempo de carga	5-8hrs
Tiempo de trabajo	8-10 horas / día
Panel solar	20w / 5.5v

Tabla 5. *Empaquetado*

Tamaño de paquete individual:	14.5X10.5X6.5 cm
Peso bruto individual:	0.250 kg

Figura 3. *Empaquetado del producto*



Hay 3 modos de operación que pueden configurarse dependiendo de su uso previsto.

Modos de iluminación:

Modo de sensor

Apaga automáticamente las luces durante el día y sólo se enciende cuando detecta movimiento por la noche. La luz se apagará después de 15 segundos de ningún movimiento, si las personas permanecen activas en el área del sensor, el modo de luz brillante permanecerá encendido.

Modo atenuado

Apaga automáticamente las luces durante el día y se ilumina por la noche en modo oscuro. Durante la noche, cuando detecta el movimiento de la luz se iluminará a modo de brillo completo. La luz volverá al modo de atenuación después de 15 segundos de ningún movimiento, si las personas permanecen activas en el área del sensor el modo de luz brillante permanecerá encendido.

Modo alto

Apaga automáticamente las luces durante el día y se ilumina por la noche en modo de brillo completo. La iluminación funciona durante 4-6 horas después de cargar completamente durante 7-8 horas bajo el sol.

El paquete incluye:

1 x Luz solar LED con sensor de movimiento PIR

1 x Manual del usuario

Taco para instalación

Figura 4. Proceso de Importación

