



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN DE ARTÍCULOS
PARA EL HOGAR DESDE CHINA HACIA ADIC IMPORTADORA Y
SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO”**

AUTOR:

Robinson Gustavo Celi Sánchez

DIRECTORA:

Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga

Loja – Ecuador

2022

Yo, Robinson Gustavo Celi Sánchez declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping letters that appear to be 'RGS'.

Robinson Gustavo Celi Sánchez

Yo, Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga
DIRECTORA DE TESIS

Resumen

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo el plan de negocios para la importación de artículos para decorar el hogar desde China hacia ADIC Importadora y su comercialización en la ciudad de Catamayo.

A nivel general, cuando se analiza el inicio de las pequeñas empresas o negocios se vincula directamente con la crisis económica que vive el país por diversas situaciones que podrían afectar a su surgimiento. En el caso de Ecuador, esta situación se vio agravada por la emergencia sanitaria (COVID-19), en donde la pobreza aumentó y se pusieron en evidencia aspectos como desequilibrios macroeconómicos, sistema de salud con poca preparación, entre otros. Es así como a partir de ello, surgen los nuevos emprendimientos, como respuesta ante la difícil situación que generó el coronavirus, Un claro ejemplo de ello es ADIC Importadora, creado por dos jóvenes emprendedores que tienen como objetivo principal importar productos novedosos desde China hacia la ciudad de Catamayo, para impulsar y dinamizar su economía.

Por ende, se presenta la base legal de la importadora, que contará con 2 socios. La inversión total es de \$48.285,05, los que estarán financiados en un 41,42% por un préstamo realizado en una entidad financiera, y el 58,58% por la aportación de los socios.

La metodología utilizada en el presente trabajo, es inductiva para recopilar toda aquella información necesaria en cuanto al proceso de importación, así también el método deductivo, indispensable para la recopilación de información de fuentes

secundarias para el correcto análisis del estudio de mercado. Así también, las técnicas usadas fueron la observación directa y las encuestas a las familias de Catamayo y la competencia directa de ADIC Importadora.

Finalmente, gracias al análisis de los diferentes indicadores financieros se logró determinar que el proyecto si es factible, concluyendo que no es sensible a los cambios o riesgos que se le pueden presentar.

Palabras clave: *negocio, importación, comercialización, articulos para el hogar.*

Abstract

This degree project aims to develop a business plan for the importation of home decorating items from China to ADIC Importadora and its commercialization in the city of Catamayo.

In general, when analyzing the start of small companies or businesses, it is directly linked to the economic crisis that the country is experiencing due to various situations that could affect its emergence. In the case of Ecuador, this situation was aggravated by the health emergency (COVID-19), where poverty increased and aspects such as macroeconomic imbalances, underprepared health system, among others, became evident. A clear example of this is ADIC Importadora, created by two young entrepreneurs whose main objective is to import innovative products from China to the city of Catamayo, to boost and revitalize its economy.

Therefore, the legal basis of the importer, which will have 2 partners, is presented. The total investment is \$48,285.05, which will be financed 41.42% by a loan from a financial institution and 58.58% by the contribution of the partners.

The methodology used in this work is inductive to gather all the necessary information regarding the import process, as well as the deductive method, indispensable for the collection of information from secondary sources for the correct analysis of the market study. Also, the techniques used were direct observation and surveys to the families of Catamayo and the direct competition of ADIC Importadora.

Finally, thanks to the analysis of the different financial indicators, it was determined that the project is feasible, concluding that it is not sensitive to changes or risks that may arise.

Key words: *business, import, commercialization, household items.*

Al finalizar esta etapa de mi vida, primero que nada, quiero dar gracias a Dios por permitirme aprovechar todas las oportunidades que se me presentaron a lo largo de todo este transcurso. Agradezco profundamente a mis padres Mariela y René por apoyarme de forma incondicional en todos los proyectos y momentos difíciles que tuve que pasar por la presión que sentía de hacer las cosas a la perfección; a mis hermanos por sus palabras de aliento, cuando ni yo mismo creía en mí.

A mis docentes, que tuve la dicha de poder compartir aula con ellos, y de conocernos no solo en el ámbito académico sino también en lo personal.

Finalmente, quiero agradecer a todos mis compañeros, que a lo largo de mi carrera universitaria estuvieron presentes con sus ocurrencias y locuras, que me sacaban una sonrisa en lo serio que soy, especialmente a Camila y Gabriela, con quienes compartí muchos momentos de alegría, tristeza, diversión.

Robinson Celi

Mi trabajo de titulación, lo dedico con mucho aprecio y cariño a mis padres Mariela y René, que todos mis triunfos se los debo a ellos; a mis hermanos Gabriela, Cristina, Darwin, que siempre estuvieron presentes con palabras de ánimo y ocurrencias que me ayudan a distraerme, y por motivarme a seguir adelante.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR DESDE CHINA HACIA ADIC IMPORTADORA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO

Resumen	¡Error! Marcador no definido.
Abstract.....	¡Error! Marcador no definido.
Introducción.....	¡Error! Marcador no definido.
Fundamentación teórica.....	¡Error! Marcador no definido.
1. Marco referencial.....	¡Error! Marcador no definido.
➤ El papel emocional y psicológico de la decoración en el hogar	¡Error! Marcador no definido.
➤ Clasificación de los artículos para el hogar.....	¡Error! Marcador no definido.
➤ Artículos para el hogar que importa ADIC Importadora	¡Error! Marcador no definido.
2. Marco conceptual.....	¡Error! Marcador no definido.
3. Metodología utilizada.....	¡Error! Marcador no definido.
✓ Métodos	¡Error! Marcador no definido.
✓ Técnicas.....	¡Error! Marcador no definido.
✓ Población y muestra	¡Error! Marcador no definido.
✓ Tamaño de la muestra.....	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo I	¡Error! Marcador no definido.
Tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las 368 encuestas a las diferentes familias de la ciudad de Catamayo y 4 encuestas aplicadas a la competencia directa.	¡Error! Marcador no definido.
1.1 Tabulación, análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las 368 familias de la ciudad de Catamayo.	¡Error! Marcador no definido.
1.2 Tabulación, análisis e interpretación de las 4 encuestas aplicadas a la competencia directa.....	¡Error! Marcador no definido.
Capitulo II	¡Error! Marcador no definido.
Estudio de mercado.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1 Promedio uso anual.....	¡Error! Marcador no definido.
2.2 Análisis de la demanda	¡Error! Marcador no definido.
2.3 Análisis de la oferta.....	¡Error! Marcador no definido.
2.4 Plan de comercialización	¡Error! Marcador no definido.
Capitulo III	¡Error! Marcador no definido.
Estudio Técnico.....	¡Error! Marcador no definido.

3.1.1 Factores	¡Error! Marcador no definido.
3.1.2 Macrolocalización	¡Error! Marcador no definido.
3.1.3 Microlocalización	¡Error! Marcador no definido.
3.2 Tamaño del proyecto	¡Error! Marcador no definido.
3.3 Ingeniería del proyecto	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo IV.....	¡Error! Marcador no definido.
Estudio Administrativo y Organizacional	¡Error! Marcador no definido.
4.1 Organización legal.....	¡Error! Marcador no definido.
4.2 Organización administrativa.....	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo V.....	¡Error! Marcador no definido.
Estudio Financiero	¡Error! Marcador no definido.
5.1 Inversiones	¡Error! Marcador no definido.
5.2 Financiamiento.....	¡Error! Marcador no definido.
5.3 Análisis de los costos.....	¡Error! Marcador no definido.
5.4 Estado de pérdidas y ganancias	¡Error! Marcador no definido.
5.5 Flujo de caja	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo VI.....	¡Error! Marcador no definido.
Evaluación Financiera	¡Error! Marcador no definido.
6.1 Valor Actual Neto.....	¡Error! Marcador no definido.
6.2 Período de recuperación de capital	¡Error! Marcador no definido.
6.3 Relación beneficio – costo	¡Error! Marcador no definido.
6.4 Tasa Interna de Retorno.....	¡Error! Marcador no definido.
6.5 Análisis de sensibilidad.....	¡Error! Marcador no definido.
Conclusiones.....	¡Error! Marcador no definido.
Recomendaciones	¡Error! Marcador no definido.
Referencias	¡Error! Marcador no definido.
Anexos	¡Error! Marcador no definido.

Índice de tablas

Tabla 1. Competencia	33
Tabla 2. Proyección de la población en la ciudad de Catamayo	33
Tabla 3. Nivel de ingresos promedio familiar	37
Tabla 4. Adquisición de artículos para el hogar	38
Tabla 5. Marca de los artículos para el hogar	39
Tabla 6. Artículos llamativos y novedosos para decorar el hogar	40
Tabla 7. Características de los productos	41
Tabla 8. Clases de artículos Importados	42
Tabla 9. Lugar para adquirir los artículos para el hogar Importados	43
Tabla 10. Promociones por la compra de artículos para el hogar	44
Tabla 11. Medios de comunicación	46
Tabla 12. Disposición para adquirir los productos.....	47
Tabla 13. Compras semestrales	49
Tabla 14. Disposición para invertir en artículos para el hogar.....	51
Tabla 15. Promoción	53
Tabla 16. Medios de comunicación	54
Tabla 17. Redes sociales	55
Tabla 18. Televisión	56
Tabla 19. Red emisora	57
Tabla 20. Conocimiento de importadoras en Catamayo	59
Tabla 21. Venta de articulos para el hogar importados desde China	60
Tabla 22. Lugar de adquisición	61
Tabla 23. Mayor demanda de articulos para decorar el hogar	62
Tabla 24. Porcentaje de incremento en la comercialización de articulos para el hogar	63
Tabla 25. Ventas semestrales.....	65
Tabla 26. Inversión en la compra de articulos para el hogar.....	66
Tabla 27. Precios en la localidad	67
Tabla 28. Promoción de los articulos el hogar	68
Tabla 29. Tipos de promoción.....	69
Tabla 30. Medios de comunicación	70
Tabla 31. Uso per cápita semestral.....	73

Tabla 32. Demanda potencial	75
Tabla 33. Demanda real.....	76
Tabla 34. Demanda efectiva	77
Tabla 35. Resumen de las demandas.....	78
Tabla 36. Promedio de ventas	79
Tabla 37. Proyección de la oferta.....	80
Tabla 38. Balance de la oferta y la demanda	81
Tabla 39. Capacidad instal-lada.....	94
Tabla 40. Capacidad utilizada	94
Tabla 41. Porcentaje de participación en el mercado	95
Tabla 42. Costos totales de Importación Articulos para el hogar	106
Tabla 43. Flujograma de proceso ADIC Importadora.....	114
Tabla 44. Simbología flujograma de procesos	115
Tabla 45. Distribución ADIC Importadora.....	115
Tabla 46. Simbología Organigrama Estructural ADIC Importadora.....	125
Tabla 47. Gerente general	128
Tabla 48. Asesor Jurídico.....	129
Tabla 49. Contadora – secretaria.....	130
Tabla 50. Vendedor.....	131
Tabla 51. Herramientas, muebles y enseres de comercialización	134
Tabla 52. Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción	134
Tabla 53. Equipos de oficina	135
Tabla 54. Depreciación equipos de oficina.....	135
Tabla 55. Equipos de computación	136
Tabla 56. Depreciación 1 equipos de computación.....	136
Tabla 57. Depreciación 2 equipos de computación.....	137
Tabla 58. Muebles y enseres de administración	137
Tabla 59. Depreciación muebles y enseres de administración	138
Tabla 60. Vehículo	138
Tabla 61. Depreciación vehículo	139
Tabla 62. Resumen de depreciaciones de activos fijos.....	140
Tabla 63. Resumen de activos fijos	141

Tabla 64. Activos diferidos	142
Tabla 65. Amortización.....	142
Tabla 66. Importación de artículos para el hogar	144
Tabla 67. Importación de artículos para el hogar	146
Tabla 68. Servicios básicos de administración.....	146
Tabla 69. Incremento servicios básicos de administración	147
Tabla 70. Indumentaria del personal.....	147
Tabla 71. Incremento indumentaria de personal	148
Tabla 72. Sueldos y salarios administrativos	149
Tabla 73. Incremento sueldos y salarios administrativos	149
Tabla 74. Sueldo al personal de ventas	150
Tabla 75. Incremento sueldo al personal de ventas.....	151
Tabla 76. Suministros de oficina	151
Tabla 77. Incremento suministros de oficina	152
Tabla 78. Útiles de aseo.....	153
Tabla 79. Incremento útiles de aseo	153
Tabla 80. Publicidad.....	154
Tabla 81. Incremento publicidad	154
Tabla 82. Combustible y mantenimiento	155
Tabla 83. Incremento combustible y mantenimiento	155
Tabla 84. Resumen del activo circulante.....	156
Tabla 85. Resumen de la inversión.....	157
Tabla 86. Financiamiento de la inversión	157
Tabla 87. Tabla de amortización	158
Tabla 88. Presupuesto proyectado	159
Tabla 89. Clasificación de los costos	161
Tabla 90. Costo unitario de comercialización.....	164
Tabla 91. P.V.P.	165
Tabla 92. Ingresos por ventas.....	165
Tabla 93. Datos punto de equilibrio.....	166
Tabla 94. Estado de pérdidas y ganancias	171
Tabla 95. Flujo de caja.....	173

Tabla 96. VAN.....	176
Tabla 97. Datos PRC	177
Tabla 98. Relación beneficio – costo.....	179
Tabla 99. TIR	180
Tabla 100. Análisis de sensibilidad con el incremento del 25,25% en los costos	182
Tabla 101. Análisis de sensibilidad con la disminución de los ingresos de un -50,31%	184

Índice de figuras

Figura 1. Multifuncional Cortador de Verduras.....	5
Figura 2. Ordenador de especias.....	6
Figura 3. Plato de desayuno	6
Figura 4. Exprimidor manual de cítricos.....	7
Fuente: Instagram ADIC importadora.....	7
Figura 5. Organizador de frutas y verduras.....	8
Figura 6. Sartén Antiadherente de 4 Divisiones	8
Figura 7. Cortador ondulado de papas.....	9
Figura 8. Organizador de aretes	9
Figura 9. Lámparas 3D.....	10
Figura 10. Cortador funcional.....	11
Figura 11. Nivel de ingresos promedio familiar	37
Figura 12. Adquisición de artículos para el hogar	38
Figura 13. Marca de los artículos para el hogar	39
Figura 14. Artículos llamativos y novedosos para decorar el hogar	40
Figura 15. Características de los productos	41
Figura 16. Clases de artículos importados.....	42
Figura 17. Lugar para adquirir los artículos para el hogar Importados.....	43
Figura 18. Promociones por la compra de artículos para el hogar.....	45
Figura 19. Medios de comunicación.....	46
Figura 20. Disposición para adquirir los productos	47
Tabla 12. Compras semestrales	49
Figura 21. Compras semestrales	49
Figura 22. Disposición para invertir en artículos para el hogar	51
Figura 23. Promoción.....	53
Figura 24. Medios de comunicación.....	54
Figura 25. Redes sociales.....	55
Figura 26. Televisión	56
Figura 27. Red emisora.....	58
Figura 28. Conocimiento de importadoras en Catamayo	59
Figura 29. Venta de articulos para el hogar importados desde China.....	60

Figura 30. Lugar de adquisición	61
Figura 31. Mayor demanda de artículos para decorar el hogar	62
Figura 32. Porcentaje de incremento en la comercialización de artículos para el hogar	64
Figura 33. Ventas semestrales.....	65
Figura 34. Inversión en la compra de artículos para el hogar.....	66
Figura 35. Precios en la localidad	67
Figura 36. Promoción de los artículos el hogar	68
Figura 37. Tipos de promoción.....	69
Figura 38. Medios de comunicación.....	70
Tabla 31. Demanda potencial	75
Tabla 32. Demanda real.....	76
Tabla 33. Demanda efectiva	77
Tabla 34. Resumen de las demandas.....	78
Tabla 35. Promedio de ventas	79
Tabla 36. Proyección de la oferta.....	80
Tabla 37. Balance de la oferta y la demanda	81
Figura 39. Envoltura de los artículos para el hogar	82
Figura 40. Logotipo ADIC Importadora.....	83
Figura 41. Distribución directa.....	84
Figura 42. Distribución indirecta.....	85
Figura 43. Descuentos en el precio.....	86
Figura 44. Página de TikTok	87
Figura 45. Página de Instagram	88
Figura 46. Macrolocalización ADIC Importadora.....	92
Figura 47. Microlocalización ADIC Importadora	93
Figura 48. RUC ADIC Importadora.....	97
Figura 49. Registro Ecuapass Importador/Exportador	98
Figura 50. Registro de usuario	98
Figura 51. Solicitud de registro de usuario Representante Comercio Exterior	99
Figura 52. Confirmación de correo	99
Figura 53. Información de operación y de certificado digital	100
Figura 54. Aceptación de acuerdos.....	100

Figura 55. Firma Aduana.....	101
Figura 56. Elección de certificación.....	101
Figura 57. Resultado de solicitud	102
Figura 58. Permiso MIPRO ADIC Importadora	103
Figura 59. Artículos para el hogar - Alibaba	104
Figura 60. Detalles del producto	105
Figura 61. Principal proveedor ADIC Importadora	106
Figura 62. Línea escogida por ADIC Importadora.....	108
Figura 63. DAU	110
Figura 64. Factura Comercial.....	111
Figura 65. Registro de salida para carga suelta	112
Figura 66. Flujograma de proceso general de importación	113
Figura 67. Plano ADIC Importadora	116
Figura 68. Organigrama estructural ADIC Importadora.....	125
Figura 69. Organigrama funcional ADIC Importadora	126
Figura 71. Punto de equilibrio año 1.....	168
Figura 72. Punto de equilibrio año 5.....	170

Índice de anexos

Anexos.....	197
Anexo 1. Resumen del proyecto	197
Anexo 2. Formato de la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Ciudad de Catamayo (demanda).	199
Anexo 3. Modelo de encuesta aplicada a la competencia de ADIC Importadora en Catamayo.	206
Anexo 4. Formulario de Google para la realización de las encuestas	210

Introducción

Los artículos para el hogar son un parte indispensable en la decoración, pues el espacio en donde se vive día a día, de alguna u otra manera puede influir sobre el estado de ánimo de las personas que lo habitan. Es así como en la Ciudad de Catamayo se observó que se demandaban mucho ese tipo de artículos, no obstante, no satisfacían completamente la necesidad de los clientes, ya que los mismos no son novedosos y llamativos, por tal motivo se plantea el plan de negocios para la importación de artículos para el hogar desde China hacia Adic Importadora y su comercialización en la ciudad de Catamayo.

El presente trabajo tiene como objetivos específicos, realizar un estudio de mercado para lograr determinar el impacto de la oferta y demanda de los artículos para el hogar, así como la comercialización en la ciudad de Catamayo; proponer un estudio técnico para determinar las capacidades, la reingeniería del proyecto y el procedimiento de importación de dichos artículos; plantear la estructura administrativa, organizativa y legal para ADIC Importadora; evaluar el estudio financiero para determinar las inversiones, el financiamiento, presupuestos, el análisis de costos, punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias; y, flujo de caja, y finalmente, analizar la evaluación financiera, para establecer el flujo de caja, valor actual neto, periodo de recuperación del capital, relación costo beneficio, tasa interna de retorno y análisis de sensibilidad. Para ello se realizó, el desarrollo de 6 capítulos.

En el primero, se realiza la tabulación, análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a 368 familias de la ciudad de Catamayo, y las 4 encuestas aplicadas a la

competencia directa, mismas que fueron de gran ayuda para determinar las fortalezas y debilidades dentro del mercado de los artículos para decorar el hogar.

En el segundo capítulo, se toma como base la información proporcionada por las encuestas aplicadas a 368 familias catamayenses y se efectúa el estudio de mercado, en el cual, se llegó a conocer los gustos y preferencias, así como el uso per cápita semestral, la demanda potencia, real y efectiva, además del análisis de la oferta como el promedio de ventas de los artículos para decorar el hogar, con datos otorgados de las 4 encuestas aplicadas a la competencia directa; con la proyección de la demanda y la oferta se determina la demanda insatisfecha, y es así que para el primer año corresponde a 79411 artículos para decorar el hogar, y para el último año 82386. Además, de ello se realiza el plan de comercialización, en donde se detalla el marketing mix.

El tercer capítulo, es en relación al estudio técnico, en donde se analizan factores, como la materia prima, los servicios básicos y el transporte, además de la localización de la importadora, a nivel macro como micro. De igual forma, se establece el tamaño del proyecto, conociendo cual es la capacidad utilizada en el desarrollo del proyecto, llegando a establecerse que para todos los años se importará 5000 artículos, con respecto al 20% de la capacidad instalada. Así también, se puntualiza la ingeniería del proyecto, detallando paso a paso cual es el proceso a realizarse para la importación de artículos para el hogar desde China, así como también de la documentación requerida.

Posteriormente, en el cuarto capítulo, se define todo lo referente a la estructura administrativa y organizativa de ADIC Importadora, en la cual se detalla información

sobre la organización legal, nombre, nacionalidad y domicilio del socio o los socios que conforman la empresa, la razón y objeto social, tiempo de duración y domicilio; es así como a través de los organigramas y el manual de funciones, se detalla que la importadora contará con 3 personas, para el desarrollo de las actividades.

En el quinto capítulo, se desarrolla el estudio financiero de ADIC Importadora, siendo uno de los más importantes, ya que se analizan todos los activos de los cuales la importadora necesita para su constitución, como, por ejemplo, los fijos, diferidos y circulante, de igual forma, el total de inversión y el financiamiento de la misma. Gracias a ello, se logra determinar que el precio de venta al público para el primer año es de \$27,31, llegando a ser \$30,06 para el último año, logrando establecer un incremento en los ingresos por ventas para la importadora, siendo para el año 1 un total de \$136.570,71, y \$150.294,37 para el último año.

Como último, la evaluación financiera, se hace el análisis de varios factores como el Valor Actual Neto (VAN) cuyo resultado es de \$69.636,06; el periodo de recuperación de capital (PRC) que se concluyó que será en 4 años, 5 meses, 25 días, relación beneficio-costos que es de \$1,51, es decir, \$0,50 de ganancia por cada dólar invertido. Igualmente, se conoce tasa interna de retorno (TIR) que es de 64,62%, y finalmente el análisis de sensibilidad, que con el incremento del 25,25% en los costos, su resultado es de 0.95, mientras que con la disminución de los ingresos de un -50,31%, fue igualmente de 0,953, es decir, que el proyecto es fiable en ambos casos.

Fundamentación teórica

1. Marco referencial

➤ **El papel emocional y psicológico de la decoración en el hogar**

El espacio donde se vive día a día, puede llegar a ser decorado de formas diferentes que de alguna u otra manera puede influir sobre el estado de ánimo de las personas que lo habitan (Theodore, 2019).

La planificación o decoración correcta en un hogar puede llegar a tener múltiples beneficios como, por ejemplo:

- Sensación visual atractiva, siempre y cuando se mantenga cada artículo o utensilio en las mejores condiciones de higiene.
- Contribuye a poder lograr tener un espacio más amplio y aprovechable.
- En el caso de los utensilios novedosos para cocina, son productos que brindan ahorro de tiempo y comodidad para aquellas personas que los adquieran.

➤ **Clasificación de los artículos para el hogar**

Cuando se habla de artículos del hogar, por lo general se hace referencia a elementos que convierten a nuestra casa es un sitio acogedor y agradable. Dentro de ellos, están:

- **Productos de limpieza:** Se hace referencia a trapeadores, escobas, recogedor, detergentes, guantes, abrillantador, entre otros; que hacen del hogar un lugar ordenado y limpio.

- **Utensilios de cocina:** Aquellos que tienen un uso específico, tal es el caso de los sartenes, cuchillos, organizador de frutas y verduras, ordenador de especias, cortador funcional, etc.
- **Accesorios para el baño:** Que son los siguientes: toallero, espejo de baño, dispensador de jabón, portarrollos de papel higiénico, vaso para los cepillos de dientes (Gemma, 2018).

➤ **Artículos para el hogar que importa ADIC Importadora**

A continuación, se da a conocer algunos de los productos que ADIC importa desde el país asiático China. Son artículos novedosos que tienen como objetivo ahorrar tiempo y espacio para aquellas personas que los adquieran.

✓ **Multifuncional Cortador de Verduras**

Figura 1. Multifuncional Cortador de Verduras



Fuente: Instagram ADIC importadora

Es un cortador versátil y práctico del mercado ya que se puede cortar, rallar, trocear, laminar, trocear, cortar, rebanar, cortar o pelar con un solo utensilio. Se puede cortar verduras o frutas en tan solo segundos, ahorra tiempo para los demás que haces.

✓ **Ordenador de especias**

Figura 2. Ordenador de especias



Fuente: Instagram ADIC importadora

Accesorio donde podrás almacenar la sal, pimienta negra, perejil, comino, el curry, entre otros.

✓ **Plato de desayuno**

Figura 3. Plato de desayuno



Fuente: Instagram ADIC importadora

Creativo plato de desayuno de cerámica, con forma de avión para los más pequeños de la casa.

✓ **Exprimidor manual de cítricos**

Figura 4. Exprimidor manual de cítricos



Fuente: Instagram ADIC importadora

Se puede obtener la máxima cantidad de jugo de frutas y verduras, además el colador integrado separa el jugo de la pulpa.

✓ **Organizador de frutas y verduras**

Figura 5. Organizador de frutas y verduras



Fuente: Instagram ADIC importadora

Decora y aprovecha los espacios vacíos de la cocina, este ordenador es ideal para guardar todo tipo de fruta y verduras. Además, se puede añadir adornos en la parte superior para darle un toque fresco y natural al espacio.

✓ **Sartén Antiadherente de 4 Divisiones**

Figura 6. Sartén Antiadherente de 4 Divisiones



Fuente: Instagram ADIC importadora

Los tamaños de las sartenes suelen ocupar demasiado espacio y se complica cuando están uno encima de otros, por tal motivo, este sartén es la solución ideal ya que dispone de cuatro espacios, que además de ahorrar tiempo, es muy fácil de manipular.

✓ **Cortador ondulado de papas**

Figura 7. Cortador ondulado de papas



Fuente: Instagram ADIC importadora

Artículo muy novedoso que facilita el corte de papas de forma ondulada y perfecta, ahorrando tiempo para preparar el resto de comida.

✓ **Organizador de aretes**

Figura 8. Organizador de aretes



Fuente: Instagram ADIC importadora

Perfecto para colgar fácilmente la mayoría de los pendientes colgantes o de aro. Artículo muy útil para evitar que las joyas se enreden, dañen o se pierdan.

✓ **Lámparas 3D**

Figura 9. Lámparas 3D



Fuente: Instagram ADIC importadora

Objetos creativos y decorativos para colocar en mesas o veladores. Son llamativa, por la ilusión óptica que recrean o la figura que representan.

✓ Cortador funcional

Figura 10. Cortador funcional



Fuente: Instagram ADIC importadora

Es novedoso porque no se necesita pasar mucho tiempo como antes de cortar con un cortador, en solo segundos puede cortar una salchicha o plátano entero, haciendo perfectamente incluso rebanadas.

2. Marco conceptual

➤ Plan de negocios

Documento que define y analiza la oportunidad de negocio. En el mismo se desarrolla las estrategias y procedimientos necesarios para transformar esa necesidad en un proyecto empresarial real.

Hoy en día, en el entorno de los negocios es mejor tener un plan que no tener ningún plan. Las consecuencias de no tener un plan de negocio son indiscutibles:

- Ausencia de referencias para evaluar el éxito o fracaso de la gestión
- Falta de control y de disciplina presupuestaria
- Sobregasto de dinero y tiempo
- Desaprovechamiento de oportunidades
- Falta de perspectiva a mediano y largo plazo
- Inexistencia de una hoja de ruta (Juliá, 2019).

➤ **Estudio de mercado**

Recopilación y análisis de información con el objetivo de analizar la situación actual del mercado o de saber la respuesta de un mercado frente a un producto o servicio con la finalidad de plantear estrategias más adecuadas.

➤ **Análisis de la demanda**

Paso importante del análisis del mercado, que permite conseguir información clave sobre las industrias, clientes, competidores y otros elementos que ayudan a generar estrategias eficientes de mercadeo.

○ **Demanda potencial**

Máximo volumen que un producto o servicio podría alcanzar en condiciones y tiempos determinados. De igual forma, es la hipótesis con respecto a cuantos individuos son los posibles compradores del producto (Pazmino, 2018).

- **Demanda actual**

Determina cual es el impacto que tiene el producto y/o servicio, para una posible expansión de marca, a través de la suma total vendida en un determinado periodo de tiempo, lo cual ayuda a que el dueño/a del negocio vea que tan factible es seguir con dicho producto (Euroinnova, s.f.).

- **Demanda efectiva**

Cantidad de los productos, que los consumidores desean adquirir a un precio determinado, además de que cuenten con la capacidad adquisitiva para ello.

- **Proyección de la demanda**

Pronóstico de ventas futuras con la finalidad de estimar ingresos, costos y presupuestos que serán factores imprescindibles para el destino de la empresa u negocio.

- **Análisis de la oferta**

Tiene como objetivo establecer las cantidades de un bien que va a ser vendido en el mercado, permitiendo evaluar los puntos fuertes y débiles del negocio para la implementación de estrategias que permitan potencializar la ventaja competitiva. Dentro de los factores que condicionan las cantidades ofrecidas son el precio del producto, la tecnología, disponibilidad de los insumos y la competencia (Corvo, Lifeder, 2021).

➤ **Proyección de la oferta**

A través de técnicas de proyección se puede determinar la oferta a futuro, es decir, estimaciones de algunas variables utilizadas en el pronóstico del proyecto.

➤ **Plan de comercialización**

Herramienta indispensable que ayuda a saber la situación actual de un negocio para definir prioridades en la asignación de recursos. El tener un plan de comercialización ayuda a organizar los pensamientos de manera adecuada para descubrir las áreas problemáticas con el objetivo de lograr mayor competitividad (Ilbay, 2019).

➤ **Producto-servicio**

Se refiere a todo aquello que el negocio pone a la venta para de alguna u otra manera satisfacer las necesidades de los clientes; pero el producto no siempre tiene que ser tangible, es decir, el servicio, ya que el asesoramiento es un factor clave para llegar a más clientes (Botey, 2022).

➤ **Precio**

Cantidad monetaria que se cobra por un producto o servicio. Es el valor monetario que los consumidores entregan a cambio de un producto o servicio que satisfaga su necesidad.

Se caracteriza principalmente por su flexibilidad puesto que puede ser modificado en un corto periodo de tiempo (Caballero, 2018).

➤ **Plaza**

Sitio donde se encuentra el producto o servicio disponible para su uso o consumo.

La misión es poner los productos y servicios en el lugar adecuado, momento preciso y en las condiciones exigidas por el cliente (Prieto, 2021).

➤ **Promoción publicidad**

Se incluyen todos aquellos canales de distribución, medios y técnicas que van a dar a conocer los productos al mercado objetivo.

➤ **Estudio técnico**

Son analizados aquellos elementos relacionados con el producto y/o servicio a implementar, motivo por el cual se hace la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional; es ahí la importancia de analizar el tamaño o localización del negocio, el cual debe justificar la producción y el número de consumidores. Con dichos elementos se elabora un análisis de inversión para conocer la viabilidad económica del mismo (López, 2018).

➤ **Localización de la empresa**

Lugar físico donde se localizará la empresa, dependiendo del tipo de negocio ya que va a determinar el éxito o fracaso del mismo por factores como acceso, visibilidad, distribución, entre otros (Euroinnova, s.f.).

➤ **Macro localización**

Se refiere al territorio o región en donde se ubicará el negocio o empresa, tomando en cuenta factores económicos (mano de obra, materia prima), sociales (condiciones de vida) y demográficos (condiciones climáticas, medio ambiente) (Corvo, Lifeder, 2021).

➤ **Micro localización**

Es en donde el negocio se ubicará definitivamente. Dentro del factor principal a tomar en consideración está en buscar competidores en una misma área, lo que permitirá saber qué es lo que están haciendo para tener éxito (Corvo, Lifeder, 2021).

➤ **Tamaño de la empresa**

➤ **Capacidad instalada**

Se define como el volumen máximo o potencial de producción que tiene un negocio en periodo determinado, tomando en cuenta la planta física, equipamiento o capital con el que disponen (Pacheco, 2022).

➤ **Capacidad utilizada**

Recursos con los que cuenta el negocio para solventar las operaciones a plena capacidad.

➤ **Ingeniería del proyecto**

Etapa en la que se puntualiza los recursos necesarios para las tareas o planes que se ejecutarán, como, por ejemplo, insumos, maquinaria y equipo, tecnología,

recursos humanos, entre otros; con la finalidad de trazar los diferentes procesos de manera adecuada (HLCSISTEMAS, 2020).

➤ **Procedimiento de importación**

Se trata de una serie de pasos que deben seguirse para que los productos importados sean de manera legal. Por ejemplo:

- Búsqueda de proveedores
- Financiación
- Acuerdo comercial
- Condiciones de transporte
- Trámites aduaneros
- Recepción de la mercancía (Ludeña, 2021).

○ **Requisitos previos**

Según el (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador), son los siguientes:

- Obtención del Certificado Digital para firma electrónica (TOKEN)
- Instalación del ECUAPASS
- Registro de importador en sistema informático aduanero
- Restricciones de productos a importar
- Trámites de desaduanización de mercancías

- **Servicio Ecuatoriano de Normalización**

Por la sociedad ecuatoriana está reconocido como competente de los procesos establecidos en el Sistema Ecuatoriano de la Calidad, contribuyendo de esa forma al mejoramiento de la salud, competitividad y conservación del medio ambiente (Servicio Ecuatoriano de Normalización).

- **Regímenes aduaneros**

Son tratamientos aduaneros aplicados a las mercancías que provienen del exterior y para que sean emitidas en territorio nacional se debe declarar su destino (Importaciones Ecuador, 2022). En Ecuador, entre los regímenes aduaneros de importación más importantes están:

- ***Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI) – Régimen 10:*** Las mercancías importadas pueden ser distribuidas libremente por el país, una vez que los impuestos hayan sido pagados. En este caso, las mercancías en dicho territorio permanecen de manera definitiva (Mera, 2021).
- ***Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI) – Régimen 20:*** Permite la entrada de mercancías importadas al territorio nacional con suspensión parcial o total de impuestos y derechos a la importación (Mera, 2021).
- ***Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI) – Régimen 11:*** Mercancías similares o idénticas por su calidad, especie y sus características pueden ser importadas con exoneración de los derechos e impuestos (Mera, 2021).

- **Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI) – Régimen 70:** Por un determinado periodo de tiempo, las mercancías importadas son almacenadas en un lugar habilitado bajo el control de la aduana, sin el pago de los impuestos, recargos aplicables y derechos (COPCI, 2018, pág. 51).

- **Negociación**

Proceso de comunicación, cuya finalidad es lograr acuerdos múltiples en base a las necesidades y pensamientos de los demás. El objetivo es llegar a una situación en la que ambas partes tengan beneficios lo que permita crear o desarrollar una relación bajo confianza (Guerra, 2018).

- **Documentos de acompañamiento para la presentación de la DAU**

Son documentos de soporte que constituyen la información de la Declaración Aduanera, que la SENA y el organismo regulador del comercio exterior competente consideren importantes para el control de la operación y verificación del cumplimiento de la normativa aduanera (Bustos, s.f., pág. 114).

- **Nota de pedido**

Documento que especifica diversas características que se debe cumplir en el proceso de importación como, por ejemplo, nombre de la empresa, nombre del cliente, número de la orden, lugar de pedido, forma de pago, nombre del comprador, cantidad del pedido, precio por unidad de mercancía, precio total entre otros (Rodríguez, 2022).

- **Factura comercial**

Documento el cual contiene información prevista en la normativa pertinente que puede ser comprobada por la administración aduanera. Además de que acredita el valor total de la transacción comercial de las mercancías importadas.

- **Documento de transporte**

Documento que acredita la propiedad de las mercancías (Bustos, s.f.). En el caso de que el transporte utilizado es el marítimo, el Bill of Lading es el documento necesario para certificar y corroborar que la mercadería ha sido recibida y embarcada para ser movilizada hasta el puerto de destino.

- **Póliza de seguro**

Contrato entre el asegurado y la compañía asegurada, en el que se establecen derechos y obligaciones de ambas partes, de acuerdo al seguro contratado. Una póliza de seguro se basa en la ley de los contratos; para ser legalmente exigible, un contrato de seguro debe cumplir cuatro requisitos básicos: oferta y aceptación, contraprestación, partes competentes y objeto legal (Rejda, 2018).

- **Manifiesto de carga**

Requisito obligatorio del registro de Manifiesto de Importación, que contiene información con respecto al medio de transporte, peso e identificación de la mercancía y número de bultos que comprende la carga (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).

- **Certificado de origen**

Documento que declara la nacionalidad de un país o que es propia de un país; por lo que es un requisito fundamental ya sea para la importación o exportación de cualquier bien (Páez, 2020).

- **Declaración Andina del valor (DAV)**

Documento soporte de la declaración de las mercancías importadas en aduana. Contiene información concerniente a la transacción comercial de las mercancías importadas, que han determinado el valor en aduana declarado (Sistema de información sobre Comercio Exterior, s.f.).

- **Almacenaje**

Manejo temporal de mercancías o insumos, manteniéndolos bajo control en un determinado espacio con el propósito de reducir los desperdicios y evitar su deterioro.

- **Aforo**

Operación que se realiza para reconocer las mercancías, verificar su naturaleza, valor, su peso, medida, clasificándolas en la nomenclatura arancelaria, estableciendo los impuestos y aranceles que les son aplicables (Ministerio de Economía y Finanzas, s.f.).

➤ **Estructura organizativa de la empresa**

Se define las diferentes áreas de la empresa, departamentos y responsabilidades de cada uno de los colaboradores para poder lograr con los objetivos trazados.

➤ **Organización legal**

Todo lo referido a los procesos que la empresa realiza, para poder iniciar sus operaciones bajo la normativa de la ley.

○ **Razón social**

Nombre legal de la organización o empresa, una vez cumplidos todos los requerimientos legales.

○ **Objeto social**

La actividad que realiza la empresa, es detallada con puntualidad, ya que se podrá determinar la flexibilidad de la misma al realizar sus respectivas operaciones.

○ **Tiempo de duración**

Se hace hincapié al tiempo en que la empresa estará de manera activa o a su duración.

➤ **Organización administrativa**

Herramientas y procesos que las empresas usan para dirigir, controlar y organizar todas sus áreas funcionales para lograr los objetivos y metas propuestas.

- **Niveles jerárquicos**

Establece las funciones o tareas a desarrollar dentro de una organización por el rango de importancia, es decir, mandos altos, medios y bajos (La ley, 2019).

- **Organigrama**

Representación gráfica de los cargos jerárquicos que hay en una organización, es decir, a través del mismo se define el papel de un/una colaborador/a para saber cuáles son sus responsabilidades y limitaciones.

- **Estudio financiero**

Análisis contable de elementos financieros tales como gastos financieros, ingresos, costos, plan de inversión, con el objetivo de evaluar la situación económica del negocio para aplicar medidas correctivas si los resultados no son los esperados. (Euroinnova Business School, s.f.)

- **Inversión**

Utilización de recursos capitales con la finalidad de lograr ganancias o beneficios, por lo que se debe contar con recursos financieros como es el dinero (Banco Ficensa, s.f.). Los factores que intervienen en una inversión son acontecimientos políticos, las expectativas y variaciones en los tipos de interés.

- **Activos fijos**

Bienes utilizados para las actividades que la empresa desarrolle tales como terrenos construcciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres, entre otros (Fernández, 2018).

- **Activos diferidos**

Los activos diferidos son aquellos bienes y/o servicios por los que ya se ha realizado un determinado pago, de los cuales aún no se ha hecho uso.

- **Activos circulantes**

Son los bienes líquidos de una empresa, en otras palabras, es el dinero con el que dispone el negocio para poder solventar cualquier situación que se le presente. Un claro ejemplo de este tipo de activos son el efectivo en caja y banco o las inversiones financieras (Glosariodecontabilidad, s.f.).

- **Financiamiento de la inversión**

Son aquellas actividades que se realizan para poder invertir en un capital para de esa forma optimizar las operaciones o funciones de la empresa.

- **Capital ajeno**

También conocido como fondo ajeno, es el dinero proveniente del exterior que no es generado por la empresa como es el caso de los préstamos pedidos (Euroinnova Business School, s.f.).

- **Análisis de costos**

Es la identificación de los recursos que son necesarios e importantes (cantidad y calidad) para llevar a cabo con éxito las actividades empresariales. Este tipo de análisis no solo ayuda a determinar lo antes mencionado sino también a saber si en realidad vale la pena llevar a cabo dicho proyecto.

- **Costo unitario de producción y determinación del precio de venta al público**

El costo unitario de producción debe calcularse en base a cada fabricación de productos semejantes. Por ejemplo, si se producen varios tipos de productos (Evidence, 2021). El cálculo debe hacerse de forma individual, utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{Costo Unitario (CU)} = \frac{\text{Costos fijos} + \text{Costos variables} + \text{Gastos de adm. y ventas}}{\text{Total de productos producidos}}$$

- **Clasificación de costos**

- **Costos directos:** Aquellos que son fácilmente reconocibles con el producto y/o servicio que la empresa brinda a sus clientes.
- **Costos indirectos:** Difícilmente son asociados con el producto y/o servicio ofrecido por la empresa. La electricidad es un claro ejemplo.

- **Costos fijos:** Aquellos que son constantes, en un determinado periodo de tiempo. El arrendamiento, por ejemplo.
- **Costos variables:** No son constantes, cambian de acuerdo al volumen de producción.
- **Costos de oportunidad:** Gastos relevantes, frente a la disyuntiva que se puede enfrentar una empresa entre una alternativa selecciona y otra que se dejó pasar (CERTUS, 2020).

➤ **Punto de equilibrio**

También denominado como Break Even, es cuando los ingresos de una empresa cubren tanto los costos fijos como los variables, es decir, logra vender lo mismo que gasta. Es muy importante el cálculo del punto de equilibrio ya que evalúa la rentabilidad, para tener muy en claro cuanto se debe vender para poder obtener ganancias (Muenta, 2019). Su fórmula es:

$$PEU = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

➤ **Estado de pérdidas y ganancias**

También llamado Estado de Resultados, es un estado financiero que refleja la rentabilidad de una empresa durante un determinado período (por lo general un año).

En el mismo se muestran las actividades de manera detallada, sabiendo cuáles son sus utilidades, así como también las pérdidas.

➤ **Flujo de caja**

Facilita información sobre la capacidad que tiene una empresa para hacer frente a sus obligaciones o deudas, es decir, mide el nivel de liquidez. Existen dos tipos de flujo de caja:

▪ **Flujo de caja positivo**

Cuando los activos corrientes están en aumento, lo que permite a la empresa cubrir gastos y pagar deudas.

▪ **Flujo de caja negativo**

Están disminuyendo los activos corrientes, es decir, que la empresa ha gastado más de lo que ha ingresado (Kiziryan, s.f.).

➤ **Evaluación financiera**

Última parte con relación al análisis de la factibilidad, se conoce si la inversión tuvo resultado positivo o negativo, para desarrollar e implementar estrategias que generen beneficios y cambien los pronósticos en un determinado tiempo.

➤ **Valor actual neto**

Es un indicador de rentabilidad, que su resultado implica conocer el valor que tiene la empresa o negocio en la actualidad, es por ello que cuando el resultado es positivo quiere decir que el proyecto si es rentable y por tanto su ejecución. La fórmula para calcularlo es:

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{FC_t}{(1+i)^t}$$

Donde:

t= años del horizonte de planificación de proyecto

FC= flujo de caja correspondiente a un año

i= tasa de descuento que se aplica a los flujos (Izaguirre, 2020).

➤ **Período de recuperación de capital**

Es un indicador importante en la valoración de inversiones puesto que indica el tiempo en el que los fondos invertidos van a ser recuperados (Izaguirre, 2020, pág. 87). Su fórmula es:

$$P.R.C = \frac{\text{Inversión}}{FC \text{ constante}}$$

➤ **Relación costo-beneficio**

Índice financiero que compara los costos y beneficios de un producto para su viabilidad, a través de la toma de decisiones correcta. Su fórmula es:

$$\frac{C}{B} = \frac{\text{ingresos totales netos}}{\text{costos totales}}$$

Si,

$B/C > 1$, el proyecto tiene que ser considerado porque indica que los beneficios son mayores a los costos.

$B/C = 1$, significa que no hay ganancias

$B/C < 1$, no debe ser considerado el proyecto ya que los costos superan a los beneficios (ESAN, 2018).

➤ **Análisis de sensibilidad**

Herramienta de vital importancia para las empresas o negocios ya que permite predecir los resultados que se tendrá con determinado proyecto, además de que ayuda a comprender cuales son las limitaciones y alcance del mismo. Este resultado se lo puede saber con la siguiente fórmula:

$$\text{Análisis de sensibilidad} = \frac{VAN_n - VAN_e}{VAN_e} \times 100$$

Dónde:

VANn = valor actual neto nuevo.

VANe = valor actual neto antes de realizar el cambio en la variable que se está midiendo (Software DELSOL, 2020).

Metodología utilizada

✓ **Métodos**

➤ **Método inductivo**

Método que parte de lo particular a lo general; se logra determinar un criterio general y conclusiones a partir de leyes, teorías o hechos. Su objetivo principal es observar y analizar cómo se relacionan unos fenómenos con otros, por lo que se definen bajo los términos de una misma teoría (Monroy, 2018, pág. 61).

Es así, como en la presente investigación fue de gran ayuda, puesto que, gracias a este método se recolectó información sobre factores propios y ajenos que pueden influir en la empresa, además de todo lo concerniente con el proceso de importación, con la finalidad de determinar si la hipótesis al final de la investigación es cierta o no, a través de las conclusiones generales.

➤ **Método deductivo**

Método que va de lo general a lo particular, es decir, se plantean una serie de premisas cuya conclusión es obtenida gracias al análisis de cada caso en particular. (Monroy, 2018, pág. 66).

Tuvo gran relevancia en este trabajo de titulación, porque se pudo inferir premisas y la recopilación de información sobre aspectos importantes como la segmentación del mercado, lo que permitió tener una visión crítica y una mayor comprensión de los

hechos a tratar, para tener más claro el panorama y con ello el análisis de los resultados en pro de los objetivos planteados en la investigación.

✓ **Técnicas**

➤ **Observación directa**

Técnica que consiste en obtener registros detallados de lo que realmente los consumidores hacen. En sí, con la observación directa se investiga las acciones que se dan en el momento que ocurren, ayudando de que la información recolectada sea relevante e indispensable para los resultados (Marte, 2019).

Permitió en el presente proyecto, determinar aspectos relacionados netamente con ADIC Importadora, como por ejemplo el comportamiento de los consumidores, el impacto de los productos importados, influencia de la localización, la reingeniería del proyecto, su proceso de importación; también para analizar aspectos que influyen en el negocio, tal es el caso de la competencia, presentación, publicidad, entre otros.

➤ **Encuesta**

Técnica de recolección de datos mediante la aplicación de un cuestionario a un grupo o muestra de personas. A través de la misma, se puede conocer las actitudes, opiniones, las actitudes y los comportamientos de clientes, votantes, ciudadanos, etc. (Arenal, 2019).

La encuesta fue realizada a 368 familias que habitan en la ciudad de Catamayo, con la finalidad de obtener información real acerca de los usuarios y las demandas de los artículos para el hogar importados desde China.

Tabla 1. Competencia

LOCAL COMERCIAL	DIRECCIÓN	NÚMERO DE CONTACTO
Comercial Victor Hugo	El Porvenir Eugenio Espejo Y 18 de noviembre, Catamayo.	0959885562
Almacén Variedades	Isidro Ayora, entre Av. Catamayo y 24 de mayo.	099 950 2798
Créditos Silva	Isidro Ayora y 24 de mayo.	0939850617 / 2676014
Variedades Catamayo		0960668767

Elaborado por: El autor

✓ **Población y muestra**

Tabla 2. Proyección de la población en la ciudad de Catamayo

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN
2010		30638
2011		31067
2012		31502
2013		31943
2014		32390
2015	1,40%	32844
2016		33303
2017		33770
2018		34242
2019		34722
2020		35208
2021		35701

Elaborado por: El autor

En el proceso de investigación del presente proyecto, se debe determinar la población que será objeto de estudio, considerando una primera segmentación demográfica (familias) y en segunda instancia una segmentación geográfica (Catamayo).

En base a los datos que se obtuvieron en el último censo poblacional, publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el 2010, la población de la ciudad de Catamayo es de 30,638 habitantes, dividido para 4 integrantes por familia es igual a 7660 familias, con una tasa de crecimiento poblacional de 1,4%. Proyectando así, un total de 8924 familias en Catamayo para el año 2021.

✓ **Tamaño de la muestra**

En base a la información obtenida de la población, se procede a calcular la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2(N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (95% = 1,96 tabla de distribución anual)

p= Probabilidad de que el evento ocurra = 0,5

q= Probabilidad de que el evento no ocurra = 0,5

N = Población = 8924

e= Margen de error = 0,05

Aplicación de fórmula:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2(N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 8924}{0,05^2(8924 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{8570,6096}{23,2679}$$

$n = 368$ encuestas (*familias de la Ciudad de Catamayo*)

Capítulo I

Tabulación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las 368 encuestas a las diferentes familias de la ciudad de Catamayo y 4 encuestas aplicadas a la competencia directa.

El presente capítulo tiene como finalidad analizar e interpretar los datos obtenidos de las 368 encuestas aplicadas a las diferentes familias de la Ciudad de Catamayo, además de las encuestas a los 4 gerentes de los locales que son competencia directa para ADIC Importadora.

La información de dichas encuestas es muy relevante ya que permitirá el análisis de aspectos fundamentales como los diferentes tipos de demandas y oferta, con la finalidad de conocer que tan acogidos son los artículos para decorar el hogar en Catamayo. Además, será de utilidad para el plan de comercialización y para la elaboración de estrategias en cuanto al marketing mix, para el cumplimiento de los objetivos de la presente investigación.

1.1 Tabulación, análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las 368 familias de la ciudad de Catamayo.

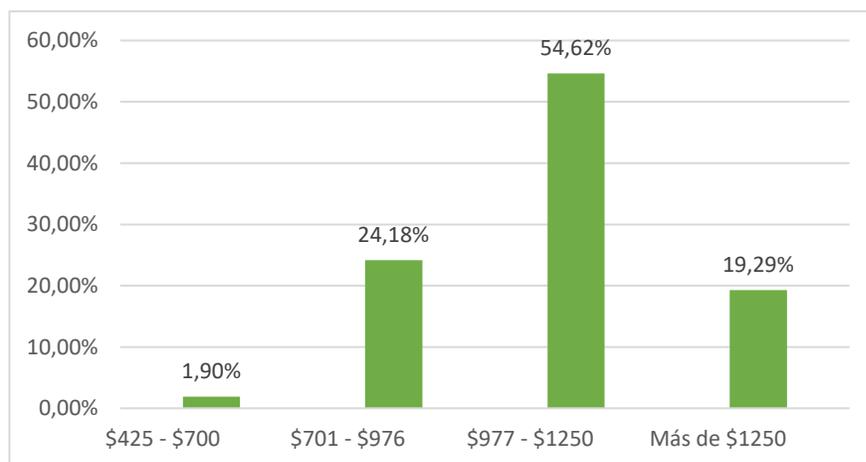
1. ¿Cuál es el nivel de ingresos promedio en su familia?

Tabla 3. Nivel de ingresos promedio familiar

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$425 - \$700	7	1,90%
\$701 - \$976	89	24,18%
\$977 - \$1250	201	54,62%
Más de \$1250	71	19,29%
TOTAL	368	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El autor

Figura 11. Nivel de ingresos promedio familiar



Fuente: Tabla 3
Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

De las 368 familias encuestadas en la ciudad de Catamayo, el 54,62% tienen un nivel de ingresos familiar entre \$977 - \$1250, siendo el rango que mayor porcentaje tiene, seguido por el 24,18% correspondiente a ingresos entre \$701 - \$976, mientras que

un 19,29% corresponde a ingresos de más de \$1250; el menor porcentaje lo obtiene el ingreso de \$425 - \$700 con un 1,90%. De acuerdo con los resultados obtenidos, se conoce que la mayoría de las familias de la ciudad de Catamayo, tienen ingresos promedio por familia entre \$701 - \$1250.

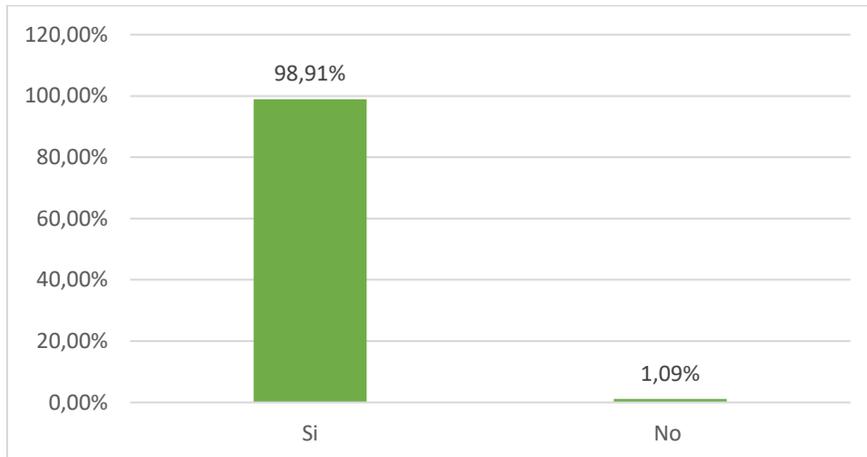
2. ¿Adquieren usted y su familia artículos para decorar el hogar?

Tabla 4. Adquisición de artículos para el hogar

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	364	98,91%
No	4	1,09%
TOTAL	368	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El autor

Figura 12. Adquisición de artículos para el hogar



Fuente: Tabla 4
Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

De acuerdo con las encuestas aplicadas, un 98,91% de las familias de la ciudad de Catamayo adquieren artículos para decorar el hogar, en contraste el 1,09% no lo

hacen. Las familias manifestaron que el adquirir ese tipo de productos es muy necesario no solamente para decorar el hogar, sino también por las múltiples funciones que los mismos tienen, además de que ayudan a ahorrar tiempo y espacio, logrando mantener así un ambiente ordenado y vistoso. Mientras que las familias que no adquieren estos productos, manifestaron que es por el simple hecho de que les gusta invertir en otros segmentos, pero que de igual forma son de beneficio para el hogar y familia.

3. ¿De qué tipo de marca provienen los artículos para el hogar que usted y su familia adquieren?

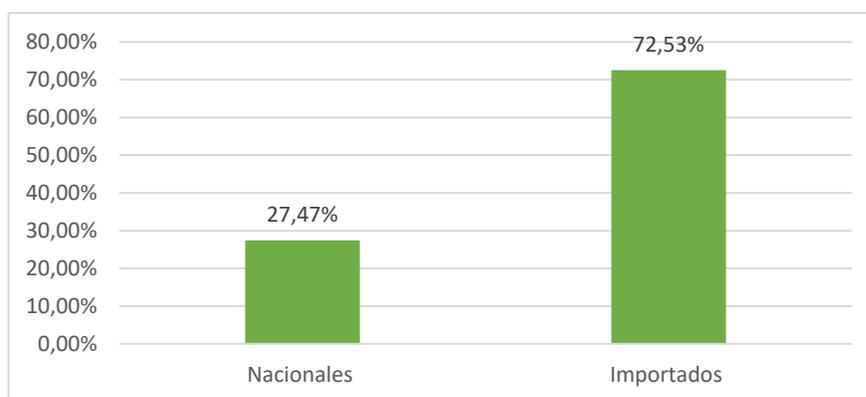
Tabla 5. Marca de los artículos para el hogar

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacionales	100	27,47%
Importados	264	72,53%
TOTAL	364	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

Figura 13. Marca de los artículos para el hogar



Fuente: Tabla 5

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los datos obtenidos, el 72,53% de los encuestados adquieren artículos para el hogar importados, mientras que el 27,47% restante prefieren de marca nacional. Es decir, los resultados dan a conocer que los artículos importados tienen mayor aceptación por parte de las familias catamayenses, ya que consideran que los mismos son de mejor calidad y más creativos que los nacionales, teniendo como referencia que Ecuador es un país que se centra más en otras actividades que generan mayores ingresos.

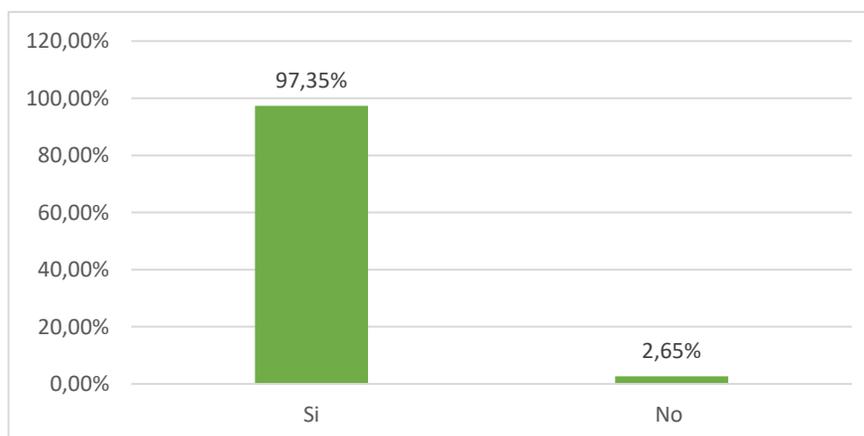
4. ¿Considera usted y su familia que los artículos para el hogar importados tienen que ser llamativos y novedosos?

Tabla 6. Artículos llamativos y novedosos para decorar el hogar

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	257	97,35%
No	7	2,65%
TOTAL	264	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El autor

Figura 14. Artículos llamativos y novedosos para decorar el hogar



Fuente: Tabla 6
Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

El 97,35% de las familias de la ciudad de Catamayo, consideran que los artículos para el hogar importados deben de ser llamativos y novedosos, y solamente el 2,65% no lo consideran así. Demostrando, que la gran mayoría de las familias catamayenses piensan que dichos artículos tienen que ser poco comunes para llamar su atención, mientras que los que respondieron negativamente, manifestaron que deben cumplir con su función correspondiente, más nada.

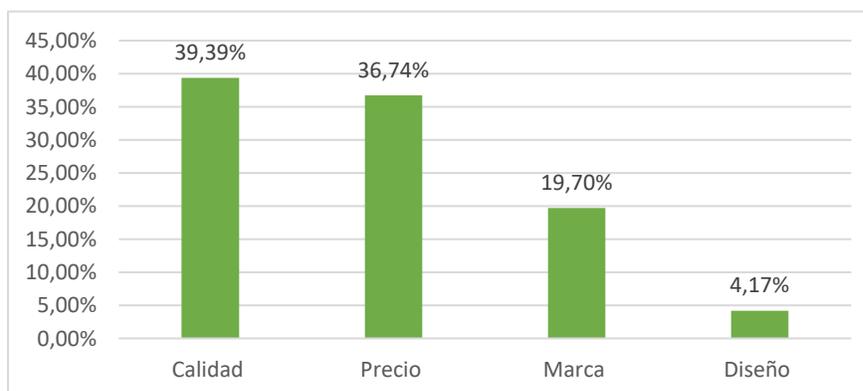
5. ¿Qué característica toman en consideración usted y su familia al momento de comprar artículos para el hogar importados?

Tabla 7. Características de los productos

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	104	39,39%
Precio	97	36,74%
Marca	52	19,70%
Diseño	11	4,17%
TOTAL	264	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El autor

Figura 15. Características de los productos



Fuente: Tabla 7
Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos, la característica principal en la que se fijan las familias de la ciudad de Catamayo al momento de adquirir artículos para decorar el hogar, es la calidad en un 39,39%, seguido del precio en un 36,74%, la marca en un 19,70% y finalmente el diseño en un 4,17%. Así, los catamayenses recalcan que la calidad, es la característica más importante puesto que la duración que los mismos puedan llegar a tener es lo más satisfactorio para ellos.

6. ¿Qué clase de artículos importados adquieren usted y su familia para la decoración del hogar?

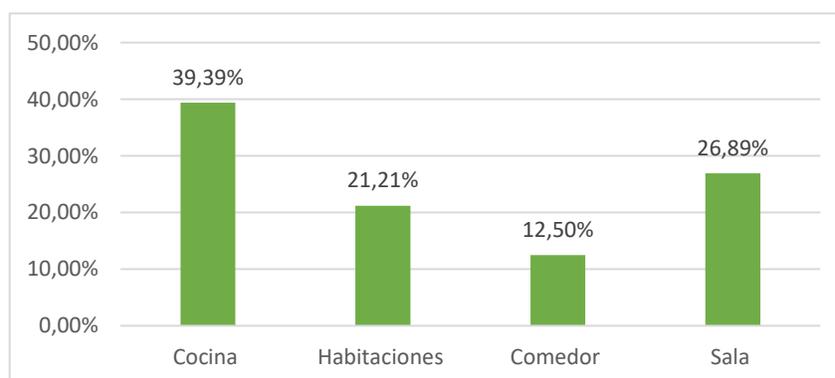
Tabla 8. Clases de artículos Importados

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cocina	104	39,39%
Habitaciones	56	21,21%
Comedor	33	12,50%
Sala	71	26,89%
TOTAL	264	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

Figura 16. Clases de artículos importados



Fuente: Tabla 8

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Como se puede observar de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Catamayo, el 39,39% adquieren artículos de cocina para decorar el hogar, seguido del 26,89% en sala, el 21,21% en habitaciones y por último con el 12,50% en comedor. Por lo tanto, la gran mayoría de las familias catamayenses adquieren artículos para la cocina al momento de pensar en el hogar, puesto que es el ambiente en el cual más se desenvuelven y más cómodas se sienten las amas de casa para los que hacen labores domésticos.

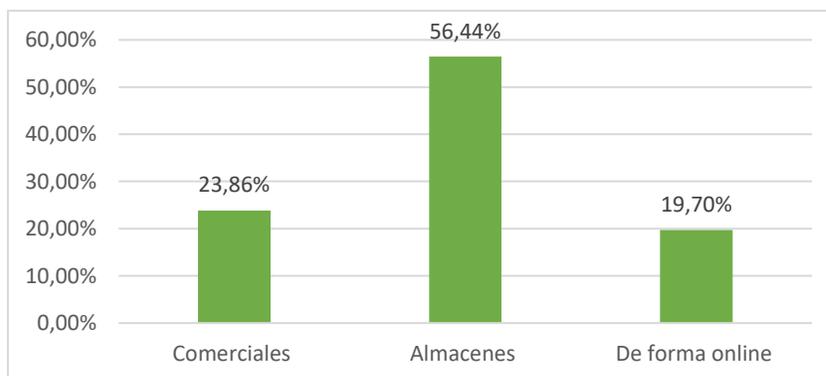
7. ¿Dónde opta por comprar los artículos para el hogar importados?

Tabla 9. Lugar para adquirir los artículos para el hogar Importados

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comerciales	63	23,86%
Almacenes	149	56,44%
De forma online	52	19,70%
TOTAL	264	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El autor

Figura 17. Lugar para adquirir los artículos para el hogar Importados



Fuente: Tabla 9
Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos, con respecto al lugar para adquirir artículos para el hogar importados, las familias encuestadas consideran en un 56,44% a los almacenes como el lugar de adquisición preferido, los comerciales en un 23,86%, mientras que de forma online con un 19,70%. Con ello, se establece que las familias catamayenses prefieren adquirir este tipo de productos en almacenes puesto que los mismos son más privados y se centran solo en ese tipo de productos, a diferencia de los comerciales que no solo venden artículos de esa rama. De igual forma manifestaron que no es mucho de su agrado hacerlo de forma online, por los tiempos de entrega o por problemas de estafas que algunos han sido víctimas.

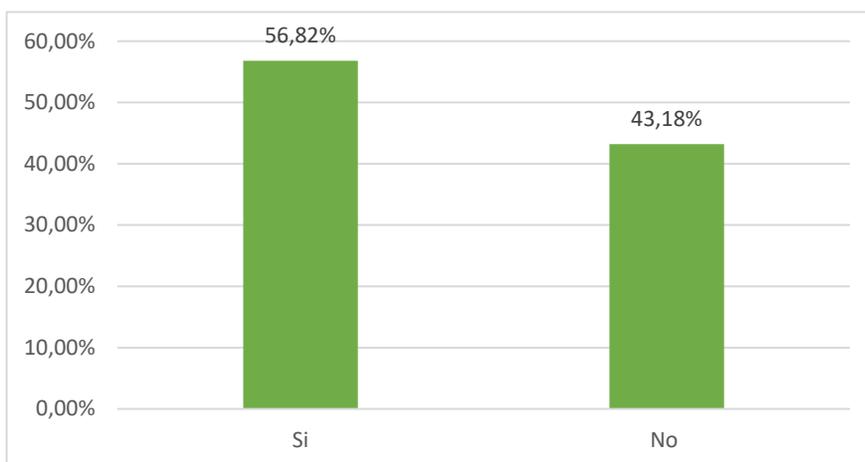
8. ¿Le han realizado promociones por la compra de artículos importados para la decoración del hogar a usted y su familia?

Tabla 10. Promociones por la compra de artículos para el hogar

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	150	56,82%
No	114	43,18%
TOTAL	364	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

Figura 18. Promociones por la compra de artículos para el hogar

Fuente: Tabla 10

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

En referencia a las promociones por la compra de artículos importados para la decoración del hogar, el 56,82% de las encuestados afirman que han sido beneficiados por promociones por parte de los locales en los que adquieren dichos productos, a diferencia del 43,18% que manifiesta que no. Por lo tanto, los resultados muestran que, si se realizan promociones al momento de adquirir artículos para decorar el hogar en Catamayo, ya que los encuestados manifestaron que lo hacen en fechas festivas.

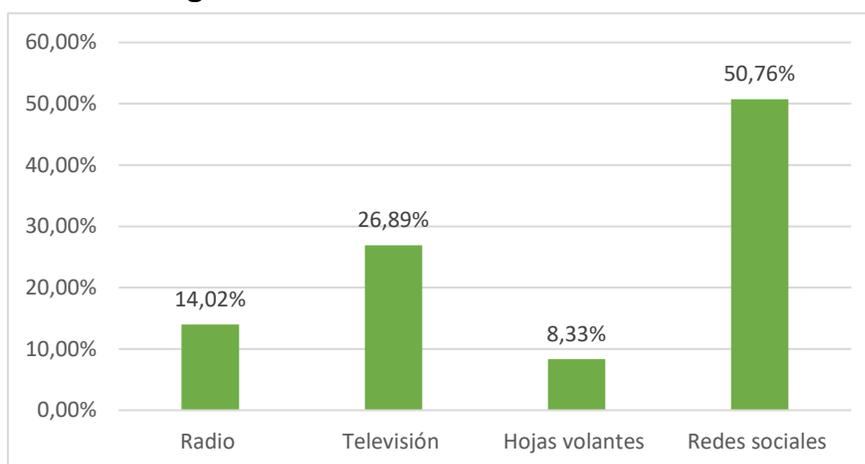
9. ¿En qué medios de comunicación se enteró sobre la comercialización de artículos para el hogar importados?

Tabla 11. Medios de comunicación

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	37	14,02%
Televisión	71	26,89%
Hojas volantes	22	8,33%
Redes sociales	134	50,76%
TOTAL	364	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El autor

Figura 19. Medios de comunicación



Fuente: Tabla 11
Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Los medios de comunicación a través de los cuales las familias catamayenses se enteraron sobre la comercialización de artículos para el hogar importados, son a través de las redes sociales en un 50,76%, la televisión en un 26,89%, la radio en un 14,02%, y por último las hojas volantes con tan solo un 8,33%. Por ende, la

mayoría de las familias manifiestan que, a través de las redes sociales, se puede conocer más sobre los locales y los productos que ofertan, acoplándose de esa forma a las tendencias.

10. ¿Si se importara artículos para el hogar desde China para la comercialización en ADIC Importadora en Catamayo, estaría dispuesto a adquirirlos?

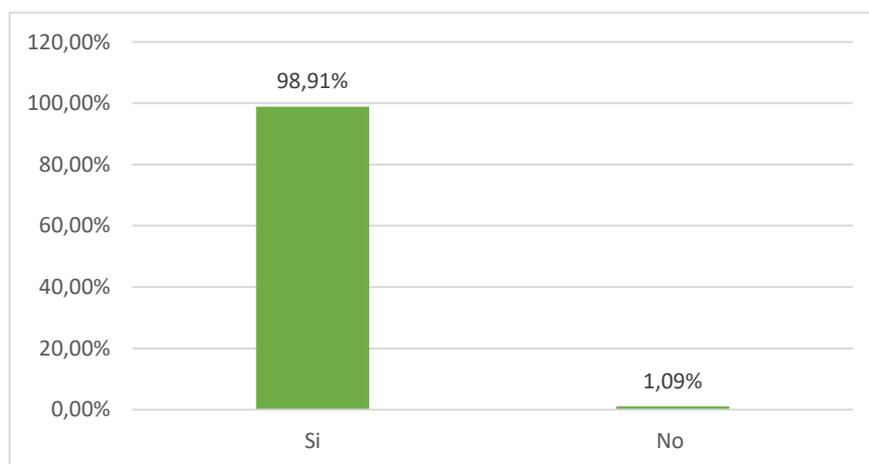
Tabla 12. Disposición para adquirir los productos

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	268	72,83%
No	100	27,17%
TOTAL	368	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

Figura 20. Disposición para adquirir los productos



Fuente: Tabla 12

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

El 72,83% de las familias de la ciudad de Catamayo, tienen la disposición de adquirir los artículos para el hogar, mientras que el 27,17% de las familias encuestadas no están interesados en adquirir los productos. Los datos indican que existen una gran aceptación con respecto a la importación de los artículos para el hogar desde China para la comercialización en ADIC Importadora en Catamayo, puesto que es un negocio que ha tenido buenas recomendaciones por parte de las personas que lo han visitado, además de su gran variedad de artículos que ofertan para satisfacer sus necesidades.

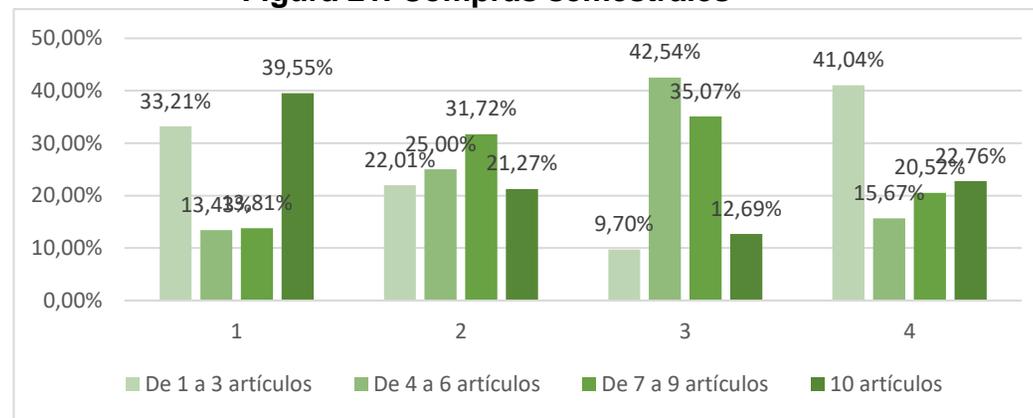
11. Indique que cantidad semestralmente compraría usted y su familia los artículos para decorar el hogar.

Tabla 13. Compras semestrales

ALTERNATIVAS	(1) Cocina	PORCENTAJE	(2) Habitaciones	PORCENTAJE	(3) Comedor	PORCENTAJE	(4) Sala	PORCENTAJE
De 1 a 3 artículos	89	33,21%	59	22,01%	26	9,70%	110	41,04%
De 4 a 6 artículos	36	13,43%	67	25,00%	114	42,54%	42	15,67%
De 7 a 9 artículos	37	13,81%	85	31,72%	94	35,07%	55	20,52%
10 artículos	106	39,55%	57	21,27%	34	12,69%	61	22,76%
TOTAL	268	100,00%	268	100,00%	268	100,00%	268	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El autor

Figura 21. Compras semestrales



Fuente: Tabla 13
Elaboración: El autor

Como se puede apreciar en la tabla, en los artículos de cocina, las familias catamayenses en su gran mayoría estarían dispuestas a comprar semestralmente más de 10 artículos con un 39,55%, seguido de 1 a 3 artículos en un 33,21%, de 7 a 9 artículos en un 13,81% y finalmente en un 13,43% de 4 a 6 artículos.

En cuanto a los artículos de habitaciones, en cambio las familias encuestadas prefieren la compra semestral de 7 a 9 artículos en un 31,72%, en un 25,00% de 4 a 6 artículos, seguido de 1 a 3 artículos con una participación del 22,01% y finalmente más de 10 artículos en un 21,27%.

En referencia a los artículos de comedor, la mayor participación la tiene de 4 a 6 artículos con un 42,54%, seguido de 7 a 9 artículos en un 35,07%, más de 10 artículos en un 12,69% y con tan solo el 9,70% de 1 a 3 artículos.

Por último, en los de sala, las familias catamayenses estarían dispuestas mayormente a adquirir de 1 a 3 artículos con un 41,04%, 10 artículos en un 22,76%, seguido del 20,52% de 7 a 9 artículos y finalmente de 4 a 6 artículos con un 15,67%.

Por ende, los resultados dan a conocer que las familias catamayenses de 1 a 3 artículos en su gran mayoría estarían dispuestas a comprar semestralmente artículos de sala, de 4 a 6 y de 7 a 9 los artículos de comedor, y por último en lo que estarían dispuestos a adquirir 10 artículos, es en los artículos de cocina. Es decir, las familias encuestadas preferirían invertir gran parte de su dinero en artículos de comedor y cocina.

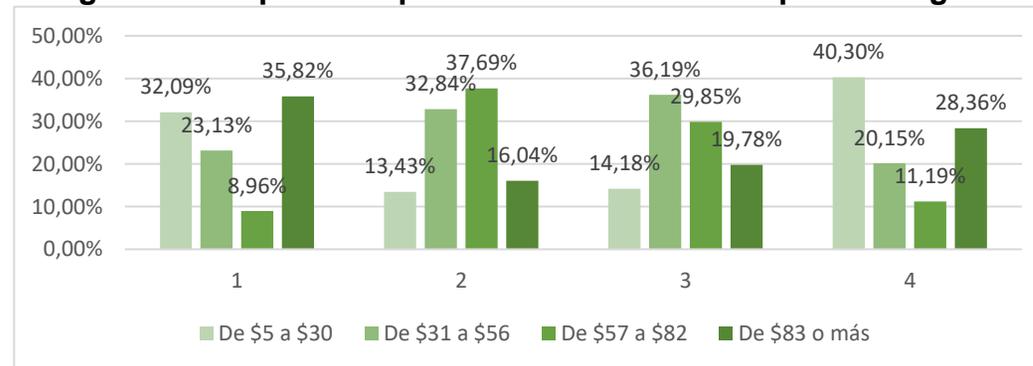
12. ¿Cuánto estaría dispuesta/o usted y su familia a invertir por la compra en artículos para el hogar importados desde China?

Tabla 14. Disposición para invertir en artículos para el hogar

ALTERNATIVAS	Cocina	FRECUENCIA	Habitaciones	FRECUENCIA	Comedor	FRECUENCIA	Sala	FRECUENCIA
De \$5 a \$30	86	32,09%	36	13,43%	38	14,18%	108	40,30%
De \$31 a \$56	62	23,13%	88	32,84%	97	36,19%	54	20,15%
De \$57 a \$82	24	8,96%	101	37,69%	80	29,85%	30	11,19%
De \$83 o más	96	35,82%	43	16,04%	53	19,78%	76	28,36%
TOTAL	268	100,00%	268	100,00%	268	100,00%	268	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El autor

Figura 22. Disposición para invertir en artículos para el hogar



Fuente: Tabla 14
Elaboración: El autor

Según los datos obtenidos, en los artículos de cocina, las familias de Catamayo estarían mayormente dispuestas a invertir de \$83 o más con un 35,82%, seguido de \$5 a \$30 en un 32,09%, de \$31 a \$56 en un 23,13% y finalmente en un 8,97% de \$57 a \$82.

En los artículos de habitaciones, los encuestados estarían dispuestos a invertir en su gran mayoría de \$57 a \$82 en un 37,69%, seguido de \$31 a \$56 en un 32,84%, de \$83 o más en un 16,04% y en un 13,43% de \$5 a \$30.

Con respecto a los de comedor, la mayor participación la tiene la inversión de \$31 a \$56 con una participación del 36,19%, seguido del 29,85% de \$57 a \$82, de \$83 o más en un 19,78% y finalmente en un 14,18% de \$5 a \$30.

Por último, en los artículos de sala, la mayor participación la tiene en un 40,30% la inversión de \$5 a \$30, seguido del 28,36% de \$83 o más, a diferencia de \$31 a \$56 con un 20,15%, y con menos participación la inversión de \$57 a \$82 con un 11,19%.

Los datos indican que las familias de la ciudad de Catamayo, en su gran mayoría están dispuestos a invertir más de \$83 semestralmente en artículos de cocina para decorar el hogar, siendo esta clase de artículos los que más demanda tendrían en ADIC Importadora.

13. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la compra de \$50 dólares en artículos importados desde China para el hogar?

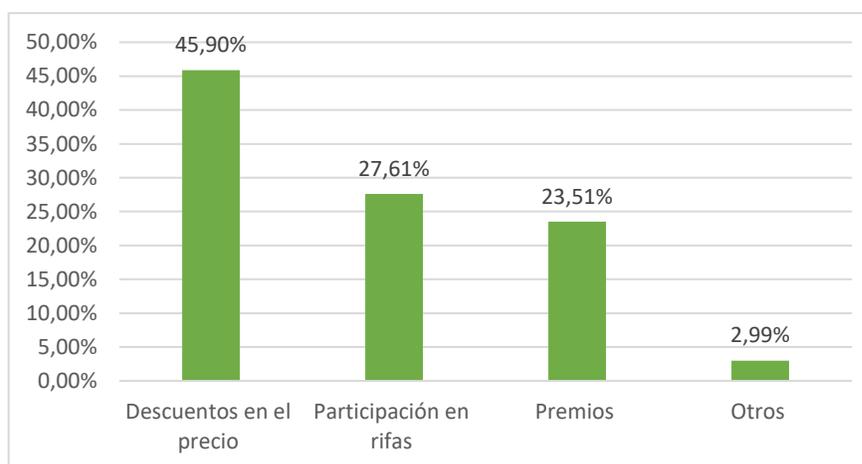
Tabla 15. Promoción

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos en el precio	123	45,90%
Participación en rifas	74	27,61%
Premios	63	23,51%
Otros	8	2,99%
TOTAL	268	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

Figura 23. Promoción



Fuente: Tabla 15

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Con respecto a la promoción de los productos, el 45,90% de las encuestados prefieren los descuentos en el precio, el 27,61% les gustaría participar en rifas, mientras que el 23,51% prefieren los premios, finalmente con tan solo el 2,99% prefieren otros tipos de promoción. Por lo tanto, los resultados muestran que es

preferible los descuentos en los precios como parte de estrategia para promocionar los artículos para el hogar.

14. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse a usted y su familia de los nuevos artículos para el hogar importados desde China?

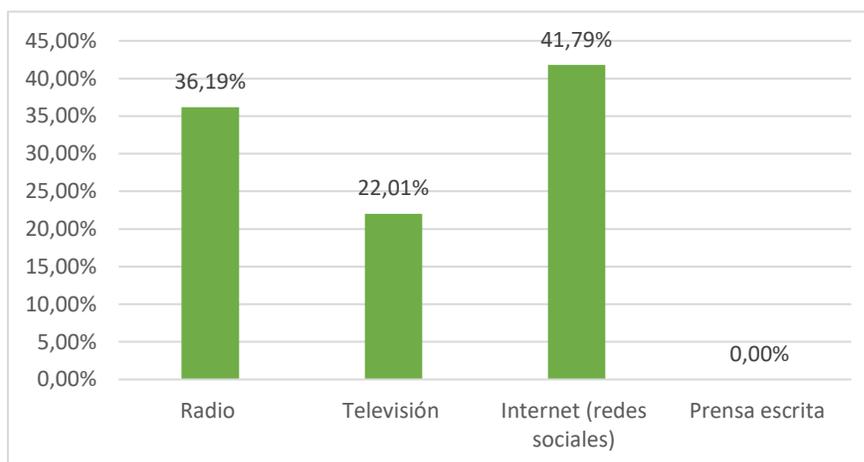
Tabla 16. Medios de comunicación

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	97	36,19%
Televisión	59	22,01%
Internet (redes sociales)	112	41,79%
Prensa escrita	0	0,00%
TOTAL	268	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

Figura 24. Medios de comunicación



Fuente: Tabla 16

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Los medios de comunicación a través de los cuales las familias catamayenses les gustaría enterarse sobre los artículos para el hogar importados desde China, son a

través de las redes sociales en un 41,79%, la radio en un 36,19%, la televisión en un 22,01%, y por último la prensa escrita con ningún voto. Por ende, la mayoría de las familias manifiestan que es preferible que, a través de las redes sociales, les gustaría conocer más sobre los artículos para decorar el hogar.

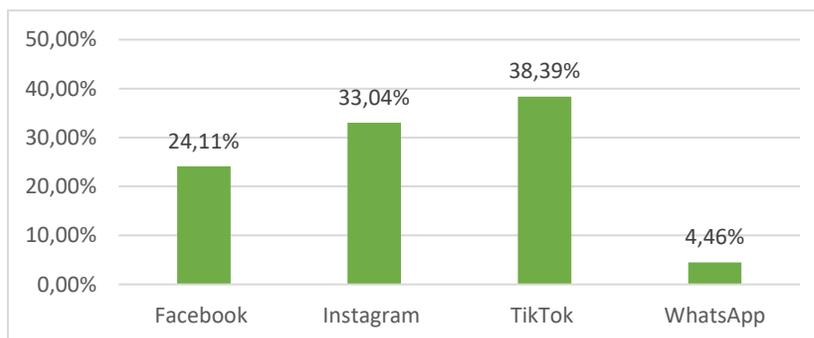
15. Si su respuesta fue redes sociales, ¿en qué red social le gustaría conocer sobre los artículos para el hogar?

Tabla 17. Redes sociales

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	27	24,11%
Instagram	37	33,04%
TikTok	43	38,39%
WhatsApp	5	4,46%
TOTAL	268	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El autor

Figura 25. Redes sociales



Fuente: Tabla 17
Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Con respecto a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Catamayo, acerca de la red social como su medio de preferencia

para conocer los artículos para el hogar, indican que prefieren TikTok en un 38,39%, mientras que en un 33,04% prefieren Instagram, seguido de Facebook con un 24,11% y solo un 4,46%, preferiría saber de los productos por medio de WhatsApp. Con ello, se determina que a través de TikTok e Instagram a las familias les gustaría tener información y publicidad sobre dichos artículos.

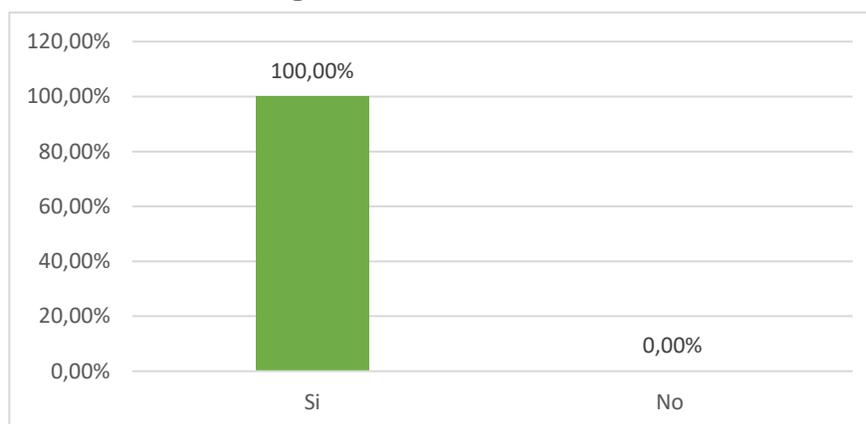
16. Si su respuesta fue televisión, ¿le gustaría que fuera por Multicanal Catamayo?

Tabla 18. Televisión

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	59	100,00%
No	0	0,00%
TOTAL	59	100,00%

Fuente: Encuestas
Elaboración: El autor

Figura 26. Televisión



Fuente: Tabla 18
Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos con respecto a la televisión como medio de preferencia para conocer los artículos para decorar el hogar, en un 100% todas

las familias encuestadas consideran a Multicanal Catamayo como canal de televisión preferido, destacando que es el único canal que emite noticias sobre la comunidad de la ciudad. Además, los encuestados manifestaron que hoy en día a través del programa “Bonita mañana” (programa emitido por Multicanal), se puede llegar no solo a personas locales sino de otros lugares, puesto que su principal objetivo es dar a conocer sobre los negocios que hay en la ciudad, apoyando a los emprendedores y reactivando de esa forma la economía de Catamayo.

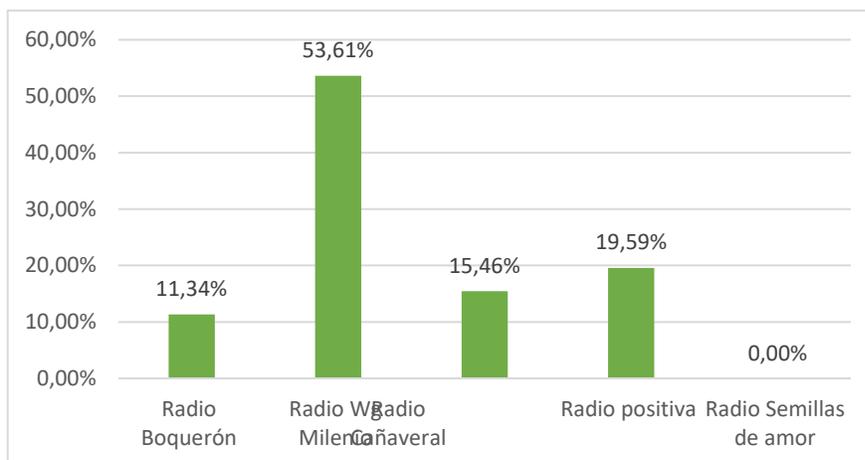
17. Si su respuesta fue radio, ¿en qué red emisora le gustaría conocer sobre los artículos para el hogar?

Tabla 19. Red emisora

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio Boquerón	11	11,34%
Radio Wg Milenio	52	53,61%
Radio Cañaverl	15	15,46%
Radio positiva	19	19,59%
Radio Semillas de amor	0	0,00%
TOTAL	97	100,00%

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

Figura 27. Red emissora

Fuente: Tabla 19

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos con respecto a la emisora como medio de preferencia para conocer los artículos para decorar el hogar, las familias encuestadas consideran en un 53,61% a Radio Wg Milenio como su emisora preferida, Radio Positiva con un 19,59%, Radio Cañaveral con un 15,46%, Radio Boquerón 11,34% y la emisora Semilla de amor con ningún voto. Por lo tanto, mayor aceptación tiene la Radio Wg Milenio para la difusión de los artículos para decorar el hogar.

1.2 Tabulación, análisis e interpretación de las 4 encuestas aplicadas a la competencia directa

Brevemente, se muestran los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los gerentes de los diferentes locales de ventas de artículos para decorar el hogar en Catamayo, que se catalogaron como competencia directa para ADIC Importadora.

1. ¿Conoce la existencia de alguna importadora de artículos para la decoración del hogar en Catamayo?

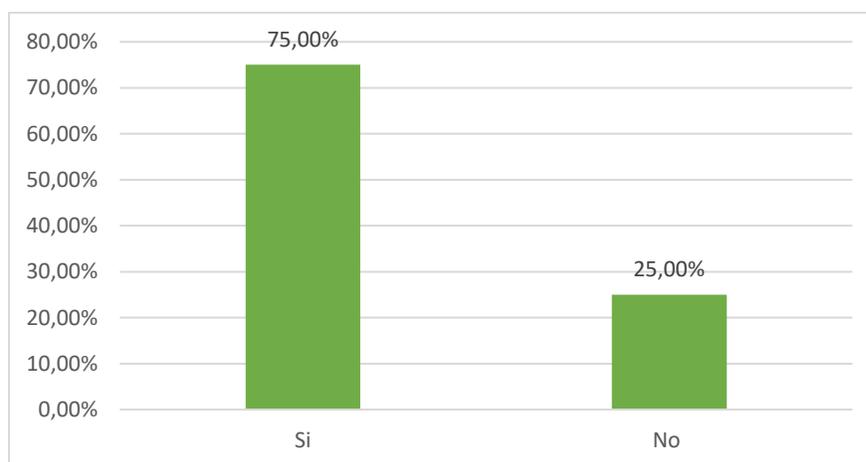
Tabla 20. Conocimiento de importadoras en Catamayo

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	75,00%
No	1	25,00%
TOTAL	4	100,00%

Fuente: Encuesta competencia

Elaboración: El autor

Figura 28. Conocimiento de importadoras en Catamayo



Fuente: Tabla 20

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos, se puede apreciar que el 75% de los encuestados tiene conocimiento de la existencia de una importadora de artículos para decorar el hogar en Catamayo, mientras que el 25% no conoce. Los datos dan a conocer que la gran mayoría de la competencia si conoce sobre ADIC Importadora puesto que los mismos mencionaron de su existencia.

2. ¿Vende usted artículos para el hogar importados desde China?

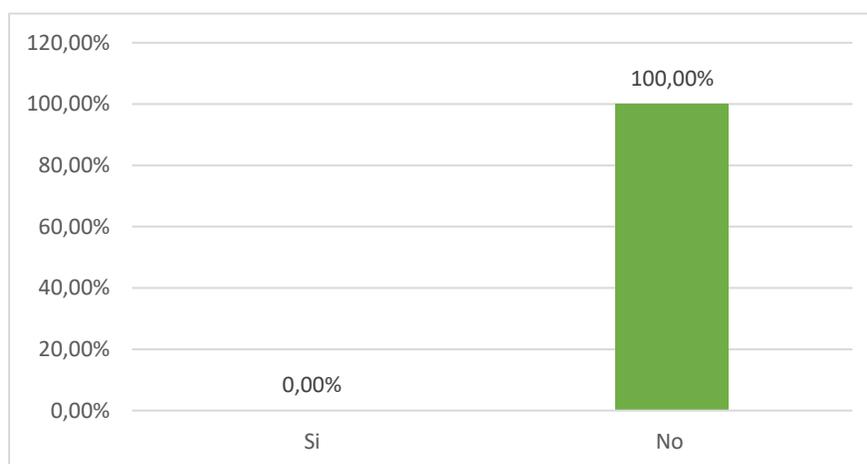
Tabla 21. Venta de artículos para el hogar importados desde China

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0,00%
No	4	100,00%
TOTAL	4	100,00%

Fuente: Encuesta competencia

Elaboración: El autor

Figura 29. Venta de artículos para el hogar importados desde China



Fuente: Tabla 21

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Según las encuestas aplicadas, el 100% de los gerentes de los locales de artículos para el hogar en la ciudad de Catamayo, no venden dichos productos precisamente importados desde China, mientras que ninguno respondió lo contrario. Los datos indican que los locales venden artículos que son importados de otro lugar que no sea del país asiático, ya que los gerentes manifestaron que adquieren los productos de importadoras nacionales, apoyando de esa forma a la economía del país.

3. ¿Dónde adquiere usted los artículos para el hogar para comercializarlos?

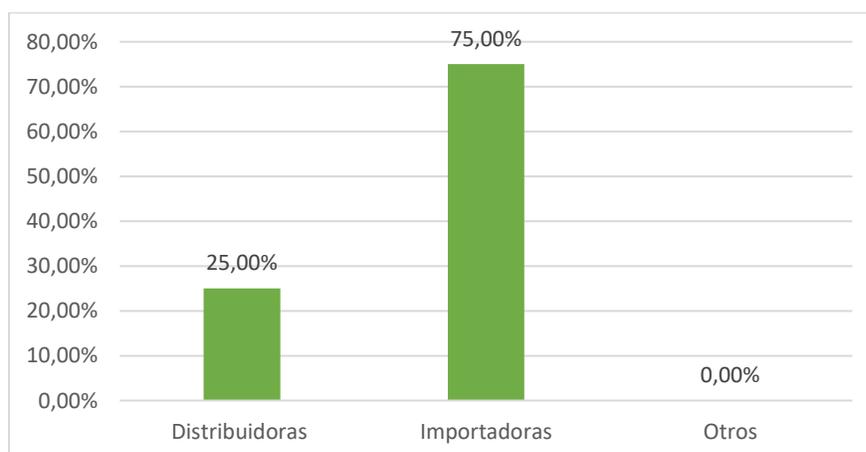
Tabla 22. Lugar de adquisición

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Distribuidoras	1	25,00%
Importadoras	4	75,00%
Otros	0	0,00%
TOTAL	4	100,00%

Fuente: Encuesta competencia

Elaboración: El autor

Figura 30. Lugar de adquisición



Fuente: Tabla 22

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

El 75% de la competencia indica que adquieren los artículos para decorar el hogar a través de importadoras, mientras que el 25% menciona que lo hacen de distribuidoras. Lo que indica que los productos ofertados en Catamayo en su gran mayoría, es netamente adquirido por importadoras que en su totalidad los encuestados supieron manifestar son nacionales como Pronein, DecoHogar, Lartizco, entre otras.

4. ¿Qué clase de artículos para el hogar tiene mayor demanda en su local?

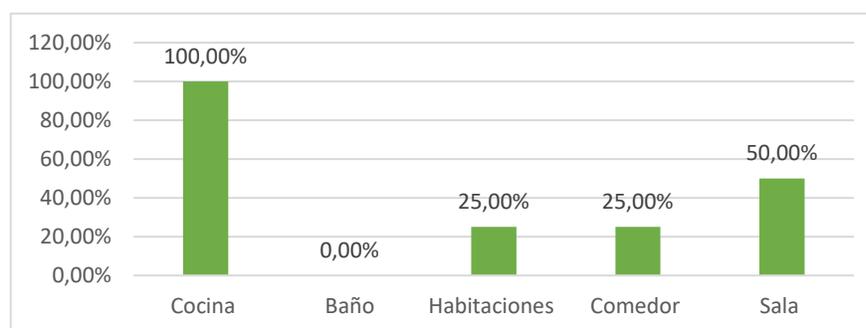
Tabla 23. Mayor demanda de artículos para decorar el hogar

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cocina	4	100,00%
Baño	0	0,00%
Habitaciones	1	25,00%
Comedor	1	25,00%
Sala	2	50,00%

Fuente: Encuesta competencia

Elaboración: El autor

Figura 31. Mayor demanda de artículos para decorar el hogar



Fuente: Tabla 23

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos, la clase de artículos para el hogar que tiene mayor demanda en sus locales son los de cocina con un 100%, sala en un 50%, las habitaciones y comedor en un 25% en ambos casos, mientras que ninguno voto por la clase de artículos correspondiente al baño. Es así, como los gerentes recalcan que los artículos de cocina y sala tienen más demanda por parte de los catamayenses ya que los mismos son más novedosos y creativos con el paso del tiempo.

5. ¿Qué porcentaje de incremento usted ha percibido en la comercialización de artículos para el hogar del año 2018 al 2020?

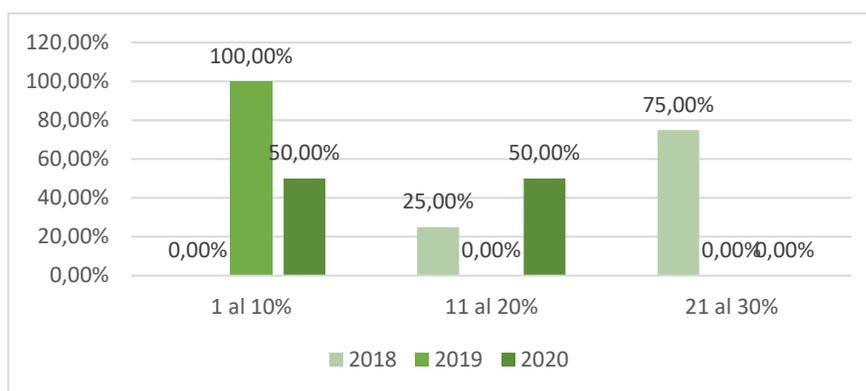
Tabla 24. Porcentaje de incremento en la comercialización de artículos para el hogar

DETALLE	2018	FRECUENCIA	2019	FRECUENCIA	2020	FRECUENCIA
1 al 10%	0	0,00%	4	100,00%	2	50,00%
11 al 20%	1	25,00%	0	0,00%	2	50,00%
21 al 30%	3	75,00%	0	0,00%	0	0,00%
TOTAL	4	100,00%	4	100,00%	4	100,00%

Fuente: Encuesta competencia

Elaboración: El autor

Figura 32. Porcentaje de incremento en la comercialización de artículos para el hogar



Fuente: Tabla 24

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Según la encuesta aplicada a la competencia, los gerentes sustentan que en el 2018 la mayor participación en la comercialización de artículos para decorar el hogar fue del 21 al 30% con un 75%, seguido del 11 al 20% con un 25%. En cuanto al 2019, se puede apreciar que un 100% tuvieron un incremento del 1 al 10% y en el 2020 supieron manifestar que en un 50% tuvieron un incremento del 1 al 10% al igual que del 11 al 20% con el mismo porcentaje.

Lo que significa que el mayor crecimiento ha sido en el 2018, no obstante, en el 2019 las ventas decayeron por motivos del inicio de la pandemia, mientras que en el año pasado en un 50% aumentaron su comercialización entre 11 al 20%, lo cual resulta bueno para la reactivación económica de Catamayo y por ende de los locales que venden artículos para el hogar.

6. ¿Cuántos artículos para el hogar vende semestralmente?

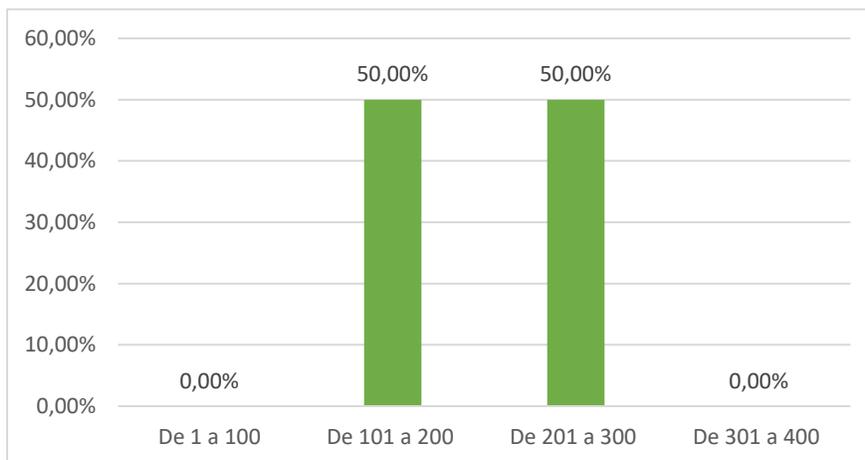
Tabla 25. Ventas semestrales

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 100	0	0,00%
De 101 a 200	2	50,00%
De 201 a 300	2	50,00%
De 301 a 400	0	0,00%
TOTAL	4	100,00%

Fuente: Encuestas competencia

Elaboración: El autor

Figura 33. Ventas semestrales



Fuente: Tabla 25

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos, en un 50% los gerentes manifestaron que venden semestralmente de 101 a 200 artículos para el hogar, seguido de 201 a 300 artículos con el mismo porcentaje. Por ende, la venta de artículos para decorar el hogar en Catamayo es una opción factible.

7. ¿Cuánto invierten sus clientes en cada compra de artículos para el hogar en su local?

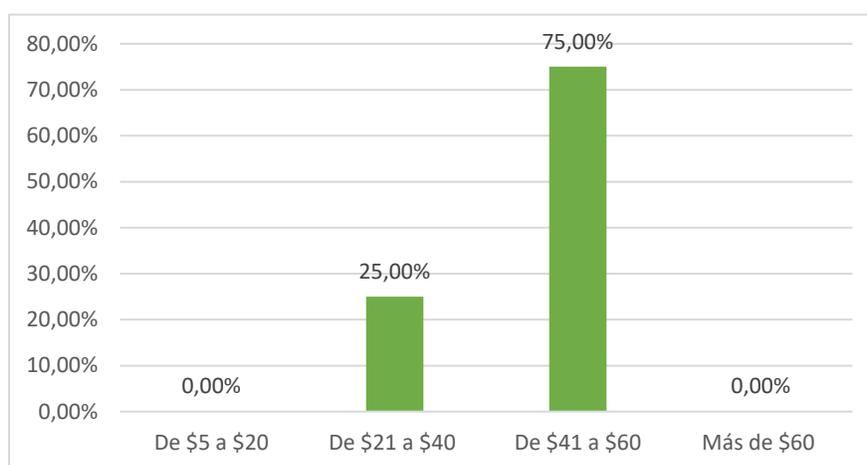
Tabla 26. Inversión en la compra de artículos para el hogar

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$5 a \$20	0	0,00%
De \$21 a \$40	1	25,00%
De \$41 a \$60	3	75,00%
Más de \$60	0	0,00%
TOTAL	4	100,00%

Fuente: Encuesta competencia

Elaboración: El autor

Figura 34. Inversión en la compra de artículos para el hogar



Fuente: Tabla 26

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

En un 75%, los gerentes manifiestan que por cada compra que realizan sus clientes, invierten de \$41 a \$60, el 25% restante de \$21 a \$40, mientras que ninguno invierte más de \$60. No obstante, la mayoría de la clientela en Catamayo, invierte como mínimo \$20 en cada compra, lo que es muy bueno para las ventas de los locales de artículos para decorar el hogar.

8. ¿Cómo considera los precios de los artículos para el hogar que ofrecen en la localidad?

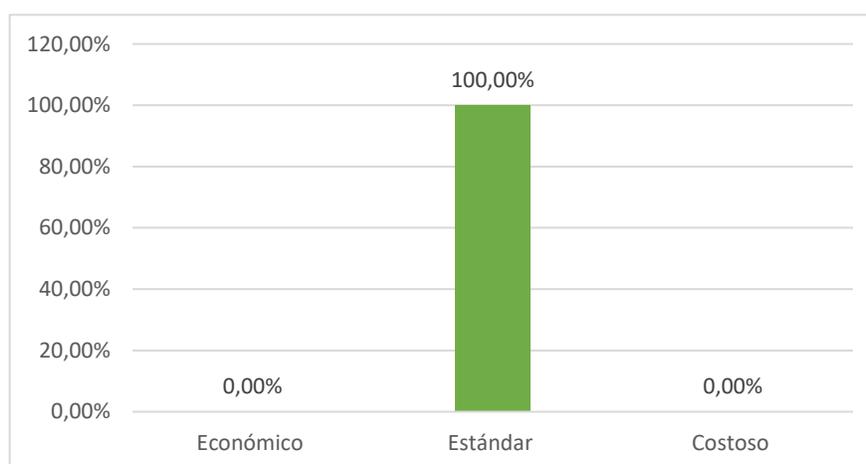
Tabla 27. Precios en la localidad

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Económico	0	0,00%
Estándar	4	100,00%
Costoso	0	0,00%
TOTAL	4	100,00%

Fuente: Encuesta competencia

Elaboración: El autor

Figura 35. Precios en la localidad



Fuente: Tabla 27

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

A través de las encuestas aplicadas a los gerentes, se conoce que el 100% considera que los precios de la localidad en referencia a la venta de artículos para decorar el hogar son estándar. Es decir, la venta de dichos productos tiene un precio que dependiendo la cantidad de compra pueden variar, en algunos casos llegando a ser económico mientras que en otros podría llegar a ser costoso.

9. ¿Cree que es necesario que se promocióne de mejor manera los artículos para el hogar en la ciudad de Catamayo?

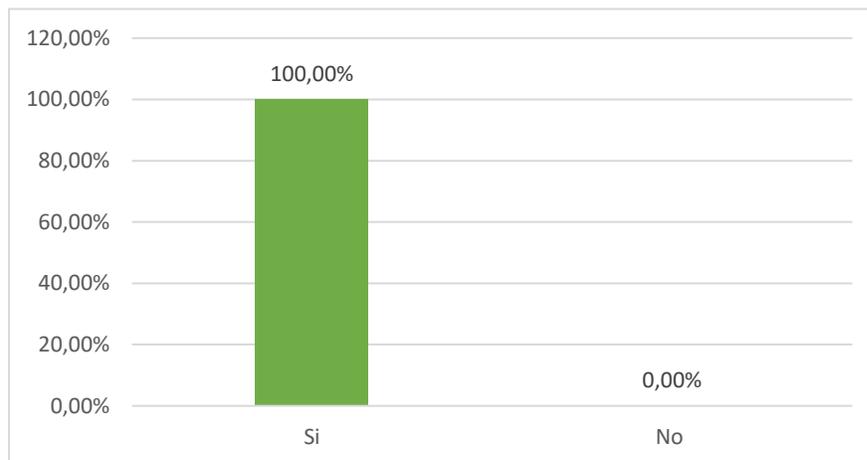
Tabla 28. Promoción de los artículos el hogar

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	100,00%
No	0	0,00%
TOTAL	4	100,00%

Fuente: Encuesta competencia

Elaboración: El autor

Figura 36. Promoción de los artículos el hogar



Fuente: Tabla 28

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Como se puede apreciar, con un 100% los gerentes consideran que la promoción es un factor fundamental para poder llegar a más personas, dando como resultado una mayor comercialización de artículos para decorar el hogar en Catamayo, y por ende para aumentar las ventas.

10. ¿Qué tipo de promoción está dispuesta/o a dar por la venta de \$50 dólares en una sola compra?

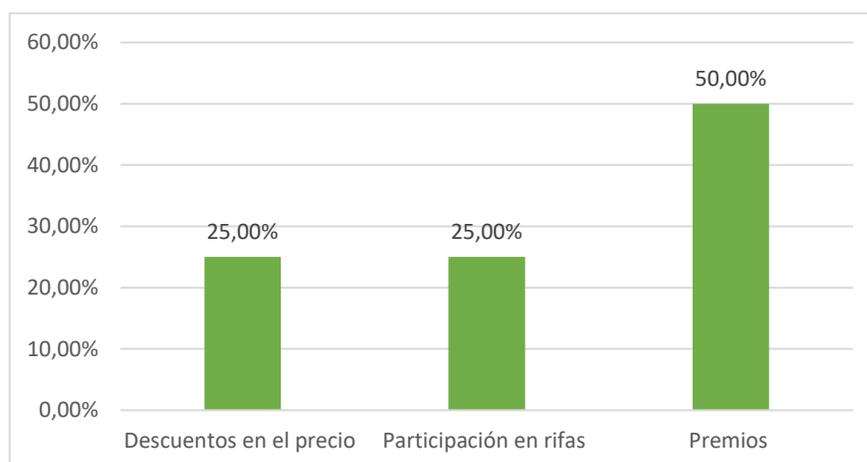
Tabla 29. Tipos de promoción

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos en el precio	1	25,00%
Participación en rifas	1	25,00%
Premios	2	50,00%
TOTAL	4	100,00%

Fuente: Encuesta competencia

Elaboración: El autor

Figura 37. Tipos de promoción



Fuente: Tabla 29

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Con respecto a la promoción del producto, el 50% están dispuestos a dar premios como promoción por la compra de \$50 en una sola compra, seguido del 25% que corresponde a los descuentos en el precio y con el mismo porcentaje la participación en rifas. Por lo tanto, los resultados muestran que los premios es la

opción más preferible de todas, como parte de la estrategia de promoción de los productos.

11. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted utiliza para dar a conocer los artículos del hogar en su negocio?

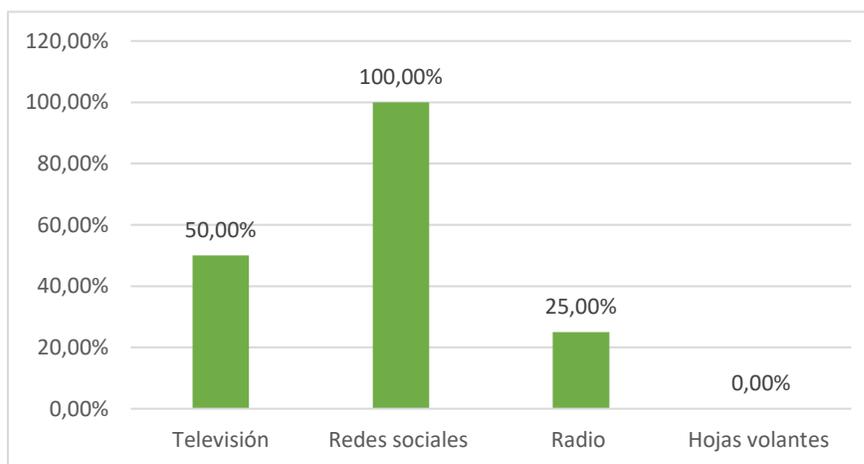
Tabla 30. Medios de comunicación

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	2	50,00%
Redes sociales	4	100,00%
Radio	1	25,00%
Hojas volantes	0	0,00%

Fuente: Encuesta competencia

Elaboración: El autor

Figura 38. Medios de comunicación



Fuente: Tabla 30

Elaboración: El autor

Análisis e interpretación:

Los medios de comunicación a través de los cuales a los gerentes les gusta dar a conocer los artículos del hogar de sus negocios a las familias catamayenses son a través de las redes sociales en un 100%, la televisión en un 50%, la radio en un

25%, mientras que las hojas volantes no obtuvieron ningún voto. Por ende, la mayoría de las gerentes prefieren dar a conocer más acerca de sus productos por televisión y redes sociales, acoplándose de esa forma a la tecnología, que hoy en día es factor trascendental para el progreso de un negocio.

Capítulo II

Estudio de mercado

El estudio de mercado es la recopilación y análisis de información con el objetivo de analizar la situación actual del mercado o de saber la respuesta de un mercado frente a un producto o servicio con la finalidad de plantear estrategias más adecuadas. Por medio del mismo, se podrá analizar varios aspectos como la predisposición que tienen los clientes para con los artículos para el hogar, además de información relevante sobre la competencia, para de esa manera poder desarrollar estrategias y tomar las decisiones correctas.

En el presente capítulo se desarrolla el estudio de mercado de los artículos para el hogar, en donde se calcula su demanda tanto potencial, actual o real y efectiva, así como su oferta en términos de promedio de ventas; y, la demanda insatisfecha del mercado; información que se obtuvo de las encuestas aplicadas a las 368 familias de la ciudad de Catamayo.

Además de ello, se realiza el plan de comercialización tomando en consideración el producto, precio, plaza, promoción y publicidad, que ayuda a saber la situación actual de ADIC Importadora para definir prioridades en la asignación de recursos.

Con toda la información del Estudio de Mercado se procede a realizar el Estudio Técnico.

2.1 Promedio uso anual

Se refiere a la cantidad de productos que los clientes pueden adquirir alrededor de un año.

Tabla 31. Uso per cápita semestral

ALTERNATIVAS	XM	FRECUENCIA				PERIODO	USO ANUAL UNIDADES				
		Cocina	Habitaciones	Comedor	Sala		Cocina	Habitaciones	Comedor	Sala	
De 1 a 3 artículos	2	89	59	26	110						
De 4 a 6 artículos	5	36	67	114	42	2	360	670	1140	420	
De 7 a 9 artículos	8	37	85	94	55		592	1360	1504	880	
10 artículos	10	106	57	34	61		2120	1140	680	1220	
TOTAL	25	268	268	268	268		3428	3406	3428	2960	

Fuente: Tabla 13

Elaboración: El autor

$$CPA = \frac{Uso\ anual}{Número\ de\ encuestas} = \frac{3428}{268} = 13 \rightarrow \text{Cocina} \quad = \frac{3406}{268} = 13 \rightarrow \text{Habitaciones} \quad = \frac{3428}{268} = 13 \rightarrow \text{Comedor}$$

$$= \frac{2960}{268} = 11 \rightarrow \text{Sala}$$

$$CPA = \frac{Total\ uso\ anual}{Clases\ de\ artículos} = \frac{49}{4} = 12 \text{ uso anual por familias}$$

Los datos anteriormente expuestos, se obtuvieron de la tabla 13, del resultado de la encuesta aplicada a las familias de Catamayo, a cerca de la cantidad semestral que comprarían artículos para decorar el hogar, obteniéndose la media, y frecuencia, que, multiplicadas por el período, da como resultado un uso anual de 3428 unidades de artículos de cocina, 3406 de habitaciones, 3428 de comedor y 2960 de sala, para la decoración del hogar.

Posteriormente se obtuvo el uso promedio anual por familias, el cual se calculó dividiendo el resultado de uso anual de cada clase de artículo (cocina, habitaciones, comedor y sala) para el total de encuestados dispuestos a adquirir los productos, que sumados y dividido para el número de clase de artículos (4), se logró un resultado de 12 artículos para el hogar que usarían cada familia anualmente.

2.2 Análisis de la demanda

Paso importante del análisis del mercado, que permite conseguir información clave sobre las industrias, clientes, competidores y otros elementos que ayudan a generar estrategias eficientes de mercadeo.

2.2.1 Demanda potencial

Máximo volumen que un producto o servicio podría alcanzar en condiciones y tiempos determinados. De igual forma, es la hipótesis con respecto a cuantos individuos son los posibles compradores del producto.

Tabla 32. Demanda potencial

AÑO	NUMERO DE FAMILIAS	DEMANDANTES POTENCIALES
	1,40%	98,91%
2021	8925	8828
2022	9050	8952
2023	9177	9077
2024	9305	9204
2025	9436	9333
2026	9568	9464

Fuente: Tabla 2,4

Elaboración: El autor

La demanda potencial es calculada para 5 años de vida útil del proyecto, donde para el 2026 habrá un total de 9568 familias en la ciudad de Catamayo, a un incremento del 1,40% anual. Con base a la información obtenida en la tabla 4, en referencia a la adquisición de artículos para el hogar, los demandantes potenciales representan un 98,91%, mismo que es multiplicado por el número de familias demandantes para los 5

años del proyecto, llegando al 2026 a ser 9464 familias demandantes potenciales de los artículos para el hogar.

2.2.2 Demanda actual o real

Determina cual es el impacto que tiene el producto y/o servicio, para una posible expansión de marca, a través de la suma total vendida en un determinado periodo de tiempo, lo cual ayuda a que el dueño/a del negocio vea que tan factible es seguir con dicho producto.

Tabla 33. Demanda real

AÑO	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES
	98,91%	72,53%
2021	8828	6403
2022	8952	6493
2023	9077	6583
2024	9204	6676
2025	9333	6769
2026	9464	6864

Fuente: Tabla 5,32

Elaboración: El autor

Como base se toma a los demandantes potenciales, obtenidos previamente de la tabla 32, donde la cifra resultante se la multiplicó por los demandantes reales por cada año de estudio, es decir el 72,53%, cifra que procede de la tabla 5 de la encuesta a las familias catamayenses, en referencia a la marca de los artículos para decorar el hogar, dando como resultado que para el 2021 serán 6403 familias que demandarían los productos, llegando a incrementarse dicha cantidad para el año 2026, a 6864 familias demandantes.

2.2.3 Demanda efectiva

Cantidad de los productos, que los consumidores desean adquirir a un precio determinado, además de que cuenten con la capacidad adquisitiva para ello.

Tabla 34. Demanda efectiva

AÑOS	POBLACIÓN FAMILIA	DEMANDA EFECTIVA
	1,40%	72,83%
2021	8925	6500
2022	9050	6591
2023	9177	6683
2024	9305	6777
2025	9436	6872
2026	9568	6968

Fuente: Tabla 12,32

Elaboración: El autor

En referencia a la demanda efectiva, se utilizó la información de la tabla 32 sobre la proyección de familias de 2021 a 2026 con un aumento anual del 1,40%. Además de la tabla 12, con respecto a la disposición para adquirir los productos, la cual representa un 72,83% de respuestas positivas; mismo que multiplicado por la población de familias, por ejemplo, para el año 2021 se multiplica $8925 \times 72,83\%$, obteniendo así un valor de 6500. Para todos los años de estudio, el procedimiento debe de ser el mismo.

2.2.4 Proyección de la demanda

Pronóstico de ventas futuras con la finalidad de estimar ingresos, costos y presupuestos que serán factores imprescindibles para el destino de la empresa u negocio.

Tabla 35. Resumen de las demandas

AÑOS	POBLACIÓN FAMILIA	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA ARTICULOS
	1,40%	98,91%	72,53%	72,83%		
2021	8925	8828	6403	6500		80169
2022	9050	8952	6493	6591		81292
2023	9177	9077	6583	6683	12	82430
2024	9305	9204	6676	6777		83584
2025	9436	9333	6769	6872		84574
2026	9568	9464	6864	6968		85940
TOTAL	55461	54858	39787	40390		498168

Fuente: Tabla 32,33,34

Elaboración: El autor

El resumen de las demandas, es el resultado de todas las tablas expuestas con anterioridad desde la tabla 32 a la 34, para así poder determinar la demanda proyectada de los artículos para el hogar. En base al uso anual obtenido de 12 artículos anuales (tanto de cocina como de habitaciones, comedor y sala) por familia, se lo multiplica por la demanda efectiva, obteniendo un total de 498168 artículos para decorar el hogar, que se demandarán a lo largo de los años de estudio.

2.3 Análisis de la oferta

Tiene como objetivo establecer las cantidades de un bien que va a ser vendido en el mercado, permitiendo evaluar los puntos fuertes y débiles del negocio para la implementación de estrategias que permitan potencializar la ventaja competitiva. Dentro de los factores que condicionan las cantidades ofrecidas son el precio del producto, la tecnología, disponibilidad de los insumos y la competencia.

2.3.1 Promedio de ventas

Es fundamental su estimación, debido a que ayuda a saber la posición que tiene un producto y/o servicio en el mercado, además de la eficiencia que tiene el equipo de ventas para el logro de los objetivos.

Tabla 36. Promedio de ventas

CANTIDAD DE ARTICULOS	Xm	FRECUENCIA	ARTICULOS MENSUALES	PERIODO DE SEMESTRES	ARTICULOS ANUAL
De 1 a 100	50,5	0	0		0
De 101 a 200	150,5	2	301		602
De 201 a 300	250,5	2	501	2	1002
De 301 a 400	350,5	0	0		0
TOTAL	802	4	802		1604

Fuente: Tabla 25

Elaboración: El autor

Como se puede apreciar, el promedio de ventas se determina en base a la información de las entrevistas aplicadas a los gerentes de los locales de ventas de artículos para decorar el hogar de la ciudad de Catamayo, con respecto a la cantidad de artículos que venden de forma semestral. Con ello, se calcula el punto medio (X_m), es decir el promedio de la cantidad de artículos, el cual se lo calculó sumando $1+100=101/2$ cuyo resultado es 50,5 y así sucesivamente.

De igual forma, la frecuencia es extraída con respecto a la información obtenida de la tabla 24 de las encuestas aplicadas a la competencia, y con estos valores se procede a multiplicar el punto medio (X_m) por la frecuencia para conocer el promedio de artículos para el hogar mensuales.

Posteriormente, se calcula el promedio de ventas de artículos para el hogar anuales, multiplicando por un período de 2 semestres. El resultado demuestra que el promedio de ventas proyectado es de 1604 artículos que se venderían anualmente.

2.3.2 Proyección de la oferta

A través de técnicas de proyección se puede determinar la oferta a futuro, es decir, estimaciones de algunas variables utilizadas en el pronóstico del proyecto.

Tabla 37. Proyección de la oferta

AÑOS	PORCENTAJE DE VENTAS	OFERTA TOTAL ANUAL
2021		1604
2022		1881
2023	17,25%	2205
2024		2585
2025		3031
2026		3554
TOTAL		14861

Fuente: Tabla 24,36
Elaboración: El autor

La proyección de la oferta es calculada con base al total del promedio de ventas de los artículos del hogar (1604), con una tasa de ventas del 17,25%, que se la obtuvo gracias a la pregunta número 5 de la encuesta aplicada a la competencia, la cual se la calculó en base al porcentaje de incremento de ventas, en base a los años 2018, 2019 y 2020, con el respectivo promedio de cada uno de los años para posteriormente calcular el promedio general que es el antes mencionado. Por lo que se obtiene que para los 5 años del proyecto la proyección de la oferta anual es de 14861.

2.3.3 Balance de la oferta y la demanda

Gracias al balance de la oferta y la demanda, se puede estimar la demanda insatisfecha, que lo que realmente desean los clientes al momento de adquirir un producto y/o servicio.

Tabla 38. Balance de la oferta y la demanda

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2021	80169	1604	78565
2022	81292	1881	79411
2023	82430	2205	80224
2024	83584	2585	80998
2025	84754	3031	81722
2026	85940	3554	82386
TOTAL	498168	14861	483307

Fuente: Tabla 35,37

Elaboración: El autor

De acuerdo a los resultados, se obtuvo la demanda insatisfecha producto de la diferencia entre la demanda proyectada obtenida de la tabla 35 que fue de 80169 al año 2021 y la oferta proyectada fue obtenida de la tabla 37, cuyo resultado fue de 1604 al año 2021. Para obtener la demanda insatisfecha se restó $80169 - 1604$, dando como resultado 78565 y así sucesivamente para los demás años de estudio.

Por lo tanto, la demanda insatisfecha muestra que para el año 2021 existe un faltante de 78565 artículos para el hogar, llegando al año 2026 a ser 82386, constituyendo un total de 483307 artículos para el hogar correspondientes a la demanda insatisfecha.

2.4 Plan de comercialización

Herramienta indispensable que ayuda a saber la situación actual de un negocio para definir prioridades en la asignación de recursos. El tener un plan de comercialización ayuda a organizar los pensamientos de manera adecuada para descubrir las áreas problemáticas con el objetivo de lograr mayor competitividad (Ilbay, 2019).

Para la comercialización de artículos para el hogar, se tomó en consideración el marketing mix, es decir, el producto, precio, plaza y promoción-publicidad.

2.4.1 Producto

Se refiere a todo aquello que el negocio pone a la venta para de alguna u otra manera satisfacer las necesidades de los clientes. (Botey, 2022).

Los productos que se ofertarán serán los artículos para el hogar de diferentes clases como cocina, habitaciones, comedor y sala.

➤ Envoltura

Material en el cual se guarda el producto para su protección o diferenciación en relación a otros tipos de productos.

Figura 39. Envoltura de los artículos para el hogar



Elaboración: El autor

La envoltura de los artículos para el hogar será de caja de cartón, para la protección de los mismos durante todo el proceso de importación. Una vez ofertados los productos, los clientes podrán adquirirlos de forma directa, dependiendo el artículo, por ejemplo, al momento de comprar tasas, el producto final es adquirido con su respectiva caja, siempre respetando la marca de la empresa exportadora.

➤ **Logotipo**

También conocido como logo, es un símbolo conformado ya sea por letras o imágenes que sirven para identificar una marca o empresa. Los logotipos principalmente se caracterizan por ser el diseño gráfico de la palabra o nombre del negocio.

Figura 40. Logotipo ADIC Importadora



Elaboración: El autor

El logotipo incluye la letra A de forma inversa y la D de forma recta, además del nombre del negocio, los cuales, en conjunto, buscan transmitir la unión como factor fundamental de la importadora.

El logotipo tiene un estilo sencillo con colores blanco y negro, que transmite elegancia. El nombre ADIC, es la combinación del primer y segundo nombre de los dueños del negocio; Ángel, Daniela, Iván, Cristina.

2.4.2 Precio

Cantidad monetaria que se cobra por un producto o servicio. Es el valor monetario que los consumidores entregan a cambio de un producto o servicio que satisfaga su necesidad.

El precio promedio de los artículos para el hogar, será de \$27,31 para el año 1, llegando al año 5 a ser de \$30,06. Siendo un precio accesible para las familias de la ciudad de Catamayo.

2.4.3 Plaza o distribución

Medios de distribución, a través de los cuales los clientes pueden adquirir los productos que se ofrecen. Para los artículos del hogar se usarán dos canales: el directo e indirecto.

Figura 41. Distribución directa

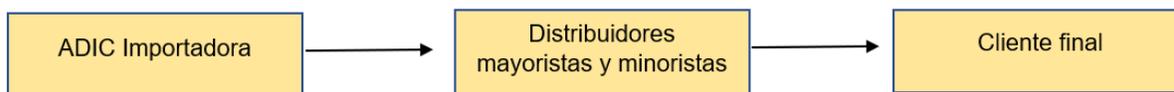


Elaboración: El autor

La distribución directa es el primer canal, en el cual se realiza la venta de los artículos para el hogar directamente a los clientes finales, sin la necesidad de que haya de por medio intermediarios, siendo así la importadora la única responsable de las entregas de

los productos.

Figura 42. Distribución indirecta



Elaboración: El autor

El segundo canal es el indirecto, el cual involucra a terceros en la comercialización de los artículos para el hogar; es decir, los distribuidores mayoristas y minoristas tienen participación para que los productos lleguen al cliente final.

2.4.4 Promociones

La promoción engloba todo aquello que sirve para estimular la compra o venta de un producto y/o servicio.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Catamayo, se plantea la siguiente promoción:

- Por la compra de \$50 dólares en artículos para el hogar importados, se otorgará descuentos en el precio del 10%, en especial para aquellos clientes que compran por mayoreo. De igual forma, a través de un “Black Friday”, en el que todos los productos estén con descuento para todos los clientes.

Figura 43. Descuentos en el precio



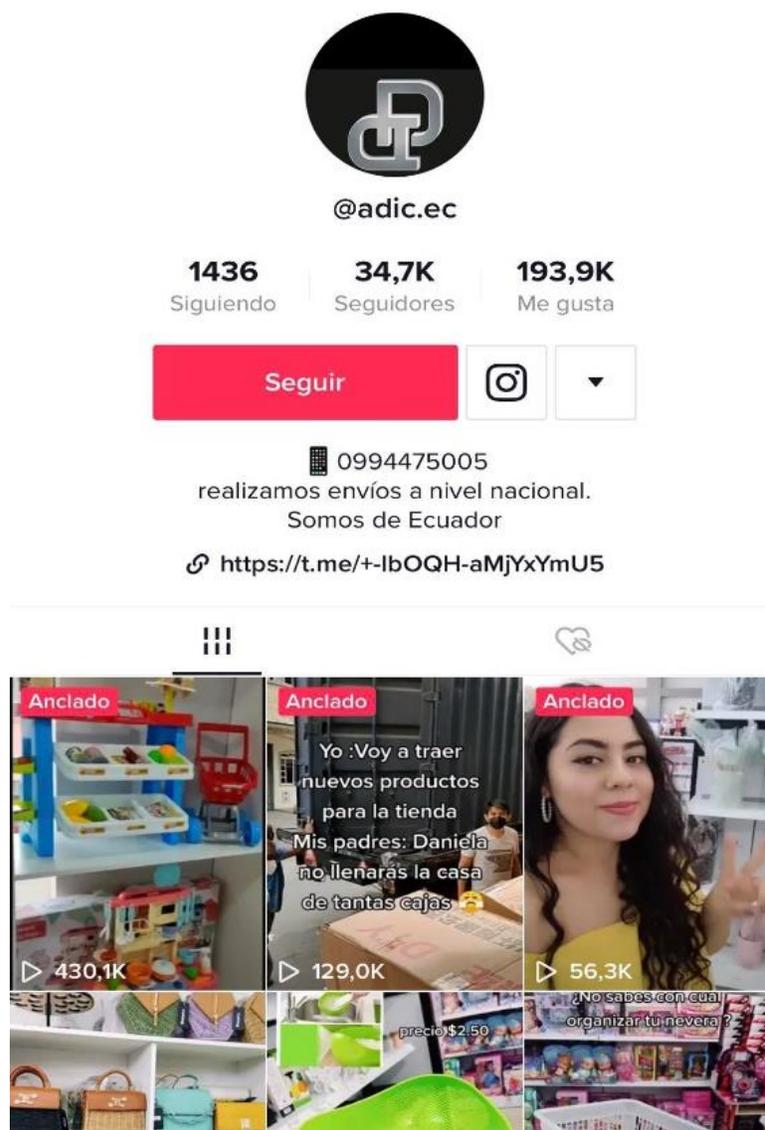
Elaboración: El autor

2.4.5 Publicidad

Se refiere a todos aquellos canales de distribución, medios y técnicas que van a dar a conocer los productos al mercado objetivo.

El medio de preferencia de los clientes para conocer sobre los artículos para decorar el hogar es a través de internet, a través de las redes sociales TikTok e Instagram se realizan publicaciones constantes, puesto que en las mismas es donde hay más interacción con el público objetivo.

Figura 44. Página de TikTok



@adic.ec

1436 Siguiendo

34,7K Seguidores

193,9K Me gusta

Seguir

📞 0994475005
realizamos envíos a nivel nacional.
Somos de Ecuador

<https://t.me/+lbOQH-aMjYxYmU5>

Anclado 430,1K

Anclado 129,0K

Anclado 56,3K

¿No sabes con cual organizar tu nevera?

precio \$2,50

Fuente: TikTok ADIC Importadora

Figura 45. Página de Instagram

← **adicimportadoraec** ...

 **269** **5.725** **2.359**
Publicaciones Seguidores Seguidos

Bienvenid@s 
Bloggero
Catamayo_Loja_ 
Información de redes sociales
 0 9 9 4 4 7 5 0 0 5
 Venta por mayor en telegram... más
t.me/-lbOQH-aMjYxYmU5
 catamayo, Loja, Ecuador
Ver traducción

 **julycarrion, ambelaya y**
43 personas más siguen esta cuenta

Seguir Mensaje Correo electr... 

 **envios**   **clientes**  ...



Fuente: Instagram ADIC Importadora

Capítulo III

Estudio Técnico

Son analizados aquellos elementos relacionados con el producto y/o servicio a implementar, motivo por el cual se hace la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional; es ahí la importancia de analizar el tamaño o localización del negocio, el cual debe justificar la producción y el número de consumidores. Con dichos elementos se elabora un análisis de inversión para conocer la viabilidad económica del mismo.

En el presente capítulo se analizan factores, como la materia prima, los servicios básicos y el transporte, además de la localización de la importadora, a nivel macro como micro. De igual forma, se establece el tamaño del proyecto, conociendo cual es la capacidad instalada y utilizada en el desarrollo del proyecto, calculando una proyección del año 2022 al 2026.

Por otra parte, se puntualiza la ingeniería del proyecto, detallando paso a paso cual es el proceso a realizarse para la importación de artículos para el hogar desde China, así como también de la documentación requerida. Es importante, recalcar que los datos presentados corresponden al gerente de ADIC Importadora, el Sr. Ángel Iván Robalino Quito, para facilitar el proceso en aspectos de tiempo y dinero. Finalmente, se conoce el proceso de producción, resumido en un flujograma de procesos.

Este capítulo, es de vital importancia para el desarrollo del Estudio Administrativo y Financiero.

3.1 Localización de la empresa

Lugar físico donde se localizará la empresa, dependiendo del tipo de negocio ya que va a determinar el éxito o fracaso del mismo por factores como acceso, visibilidad, distribución, entre otros.

3.1.1 Factores

➤ Materia prima

Se refiere a los artículos que son transformados para la elaboración de bienes o artículos que posteriormente se convertirán en componentes de productos o en productos terminados.

Al ser una importadora, los artículos para el hogar representan la materia prima, que llegarán de acuerdo a la demanda que los mismos generen para la satisfacción de los clientes.

➤ Transporte

Medio a través del cual, artículos o personas pueden trasladarse de un lugar a otro.

La importadora está ubicada a 5 cuadras del parque central de Catamayo, facilitando a los clientes el poder adquirir los artículos para el hogar de manera accesible. En el caso de las personas que no viven en Catamayo, la cooperativa Catamayo Express está siempre dispuesta para llegar de una manera rápida al local, además de que existen

varias cooperativas de transporte dentro de la ciudad tales como 29 de abril, Rio Guayabal, Patrona del Cisne, Valle Express, entre otras.

Además, afuera de las instalaciones del local. existe total libertad para que los vehículos se estacionen, permitiendo que los clientes se tomen el tiempo necesario para adquirir los productos.

➤ **Servicios básicos**

También conocidos como servicios elementales, son suministros indispensables para las personas dentro de una sociedad. Dentro de ellos están: agua potable, electricidad, servicios de telefonía e internet, etc.

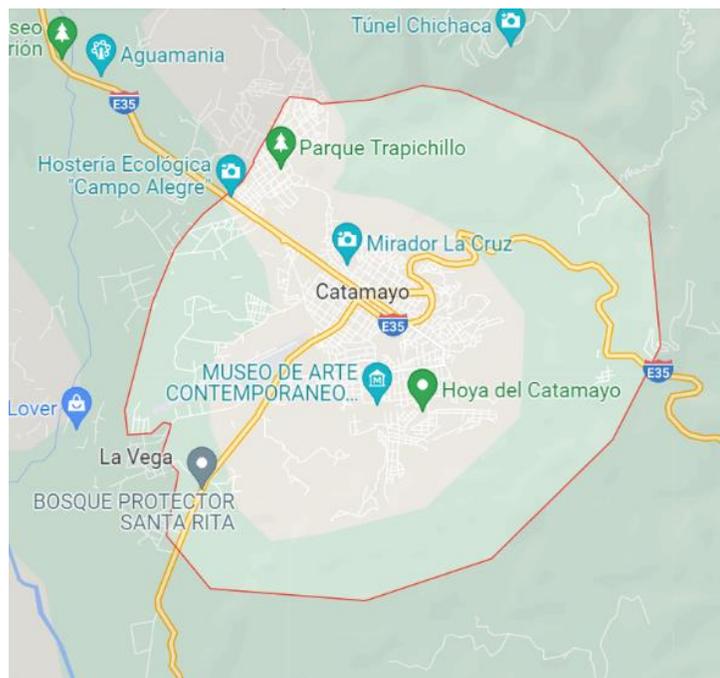
Las instalaciones de ADIC importadora, cuenta con todos los servicios básicos antes mencionados, garantizando de esa forma que las operaciones de la misma se realizan de forma eficiente.

3.1.2 Macrolocalización

Se refiere al territorio o región en donde se ubicará el negocio o empresa, tomando en cuenta factores económicos (mano de obra, materia prima), sociales (condiciones de vida) y demográficos (condiciones climáticas, medio ambiente) (Corvo, Lifeder, 2021).

La importadora está ubicada en la ciudad de Catamayo.

Figura 46. Macrolocalización ADIC Importadora



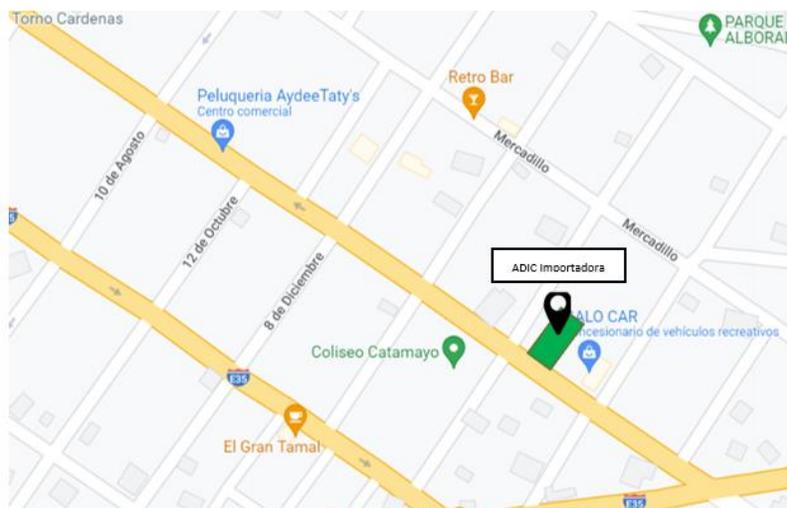
Fuente: Google Maps

3.1.3 Microlocalización

Es en donde el negocio se ubicará definitivamente. Dentro del factor principal a tomar en consideración está en buscar competidores en una misma área, lo que permitirá saber qué es lo que están haciendo para tener éxito.

La importadora se encuentra localizada entre las calles Sucre y Chile.

Figura 47. Microlocalización ADIC Importadora



Fuente: Google Maps

3.2 Tamaño del proyecto

Se toman en consideración aspectos como la capacidad instalada y utilizada, que son muy importantes para tener conocimiento del potencial de producción y los recursos con los que cuenta una empresa para sus actividades.

3.2.1 Capacidad instalada

Se define como el volumen máximo o potencial de producción que tiene un negocio en periodo determinado, tomando en cuenta la planta física, equipamiento o capital con el que disponen.

Tabla 39. Capacidad instalada

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA
2022	79411	25000
2023	80224	25000
2024	80998	25000
2025	81722	25000
2026	82386	25000

Fuente: Tabla 38

Elaboración: El autor

Gracias a la tabla 38, la demanda insatisfecha se constituye como la capacidad instalada o de producción, proyectada para todos los años del proyecto. Es decir, 25000 será la capacidad máxima de importación de los artículos para el hogar, Dicha capacidad se mantiene constante de 2022 a 2026.

3.2.2 Capacidad utilizada

Recursos con los que cuenta el negocio para solventar las operaciones a plena capacidad.

Tabla 40. Capacidad utilizada

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
2022	25000	20%	5000
2023	25000	20%	5000
2024	25000	20%	5000
2025	25000	20%	5000
2026	25000	20%	5000

Fuente: Tabla 39

Elaboración: El autor

La capacidad utilizada es calculada en base a la capacidad potencial de importación del negocio, cuyo resultado se mantiene constante de 25000 del 2022 al 2026.

La capacidad utilizada, se la obtuvo al multiplicar la capacidad instalada, por el porcentaje de capacidad instalada, la cuál será del 20% para todos los años del proyecto. Lo cual reflejó que para el año 2022 es de 5000 llegando al año 2026 a ser la misma cantidad de artículos para el hogar importados.

Tabla 41. Porcentaje de participación en el mercado

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
2022	79411	5000	6,30%
2023	80224	5000	6,23%
2024	80998	5000	6,17%
2025	81722	5000	6,12%
2026	82386	5000	6,07%

Fuente: Tabla 39,40

Elaboración: El autor

La participación en el mercado de los productos, se calcula al dividir la capacidad utilizada para la demanda insatisfecha. Es así como, desde el año 2022 al 2026, el porcentaje varía en relación a cada año siendo el máximo el de 6,30% de participación en el mercado, siendo este uno de los porcentajes que cubriría la demanda insatisfecha de los artículos para el hogar en la ciudad de Catamayo.

3.3 Ingeniería del proyecto

Etapa en la que se puntualiza los recursos necesarios para las tareas o planes que se ejecutarán, como, por ejemplo, insumos, maquinaria y equipo, tecnología, recursos

humanos, entre otros; con la finalidad de trazar los diferentes procesos de manera adecuada.

3.3.1 Procedimiento para la importación

Se trata de una serie de pasos que deben seguirse para que los productos importados sean de manera legal.

3.3.1.1 Requisitos previos

Son aquellos documentos requeridos para el proceso de importación, que en su gran mayoría se los realiza de forma electrónica, por cuestiones de descargas, entre otros aspectos.

- **Obtención del RUC**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), es implementado por el SRI con el objetivo de llevar un control del pago de los impuestos. Además de que ayuda a diferenciar entre sociedad y personas naturales para realizar formalmente actividades mercantiles con empresas públicas o privadas.

ADIC Importadora, está legalmente representado por el Sr. Ángel Iván Robalino Quito con número de cédula 1104730369 y su RUC es 1104730369001.

Figura 48. RUC ADIC Importadora

SRI		Certificado Registro Único de Contribuyentes	
Apellidos y nombres ROBALINO QUITO ANGEL IVAN		Número RUC 1104730369001	
Estado ACTIVO	Régimen REGIMEN GENERAL		
Inicio de actividades 03/12/2020	Reinicio de actividades No registra	Cese de actividades No registra	
Jurisdicción ZONA 7 / LOJA / CATAMAYO		Obligado a llevar contabilidad NO	
Tipo PERSONAS NATURALES		Agente de retención NO	
Domicilio tributario			
Ubicación geográfica			
Provincia: LOJA Cantón: CATAMAYO Parroquia: CATAMAYO			
Dirección			
Barrio: NUEVA ESPERANZA Calle: ANTONIO JOSE DE SUCRE Número: SN Intersección: VENEZUELA Referencia: DIAGONAL AL PARQUE DE LA NUEVA ESPERANZA			
Actividades económicas			
• G47420004 - VENTA AL POR MENOR DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR EN GENERAL.			
• G46412401 - VENTA AL POR MAYOR DE ARTÍCULOS DE BAZAR EN GENERAL.			
• G46492102 - VENTA AL POR MAYOR DE COSMÉTICOS (PRODUCTOS DE BELLEZA).			
Establecimientos			
Abiertos		Cerrados	
1		0	
Obligaciones tributarias			
• 2011 DECLARACION DE IVA			
 Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en www.sri.gob.ec .			

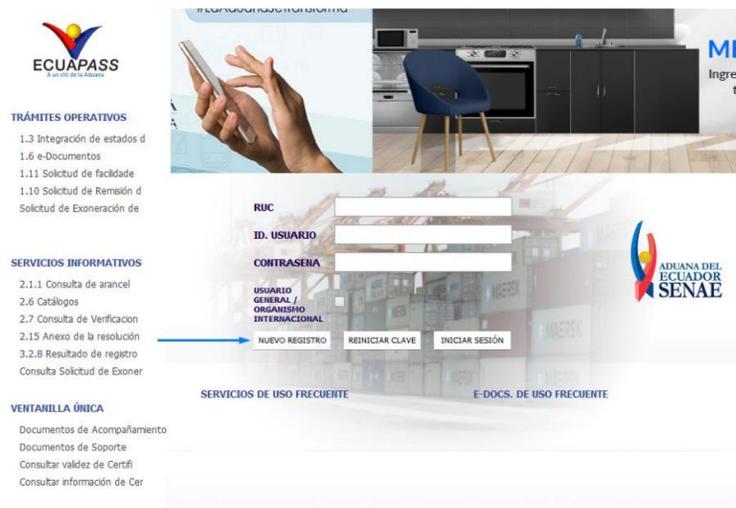
Fuente: Gerente ADIC Importadora

• Registro en el sistema ECUAPASS

Como punto principal a destacar es indispensable tener JAVA, caso contrario no se puede hacer uso del servicio. El procedimiento es el siguiente:

1. Se debe ingresar a la página <http://portal.aduana.gob.ec>
2. Una vez ingresada la página, hacer click en Nuevo Registro.

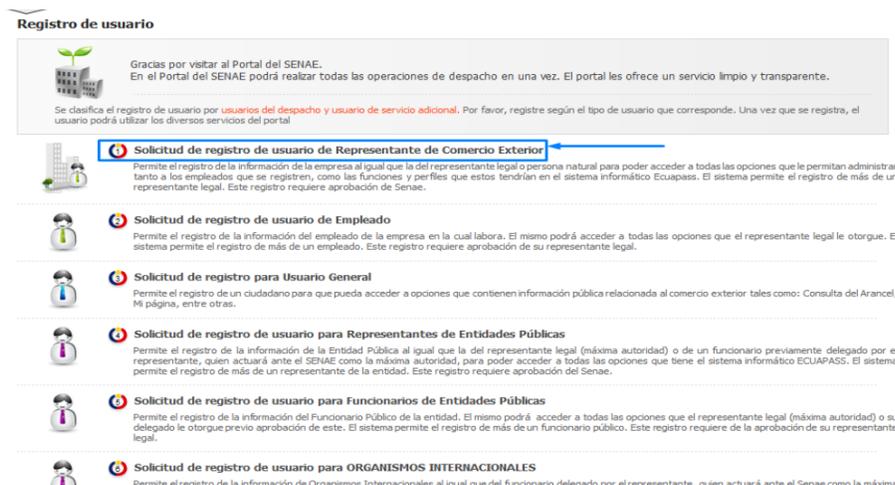
Figura 49. Registro Ecuapass Importador/Exportador



Fuente: ECUAPASS

3. Seleccionar la opción de acorde a la necesidad.

Figura 50. Registro de usuario



Fuente: ECUAPASS

4. Llenar los siguientes datos informativos.

Figura 51. Solicitud de registro de usuario Representante Comercio Exterior

Solicitud de registro de usuario de Representante de Comercio Exterior

Información de empresa

RUC empresa: 0705175966001

Razón Social: BUSTAMANTE CAJAMARCA DARIO ANDRES

Dirección de empresa: PICHINCHA / QUITO / LA ECUATORIANA / MARTA BUCARAN OE8-81 Y HIPOLITO MENDOZA

Teléfono empresa: 023050438

Nombre Comercial:

Actividad económica: PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES.

Correo Electrónico de empresa:

Información de representante de Comercio Exterior

ID usuario: DBUSTAMANTE

Doc. Identificación: CEDULA DE IDENTIDAD 0705175966

Nombre Usuario: BUSTAMANTE CAJAMARCA DARIO ANDRES

Contraseña: *****

Confirmación de Contraseña: *****

Provincia: PICHINCHA

Ciudad: QUITO

Dirección: LA ECUATORIANA / MARTA BUCARAN OE8-81 Y HIPOLITO MENDOZA

Teléfono1: 023050438 Teléfono2:

Numero de Celular: CLARO 0997846964

Correo Electrónico: DARIO_ANDRES2509@HOTMAIL.COM

Confirmación de correo electrónico: DARIO_ANDRES2509@HOTMAIL.COM

Ingreso código de seguridad:

Posición: REPRESENTANTES SENAE Correo Electrónico: DBUSTAMANTE@CORREO.ADJUANA.GOB.EC

Información de Operación

Tipo de Operador: AGENTE DE ADUANA

No	Código de Operador	Clasificación	Estado	Fecha de inicio	Fecha de fin

Información de Certificado Digital

Identificación única de certificado digital:

Fuente: ECUAPASS

5. Una vez solicitado el código de ingreso, llega el siguiente mensaje.

Figura 52. Confirmación de correo

DBUSTAMANTE

EDULA DE IDENTIDAD 0705175966

BUSTAMANTE CAJAMARCA DARIO ANDRES

PICHINCHA

A ECUATORIANA

23050438

LARO

COM

DARIO_ANDRES2509@HOTMAIL.COM

Información

Hemos enviado al correo electrónico DARIO_ANDRES2509@HOTMAIL.COM un código de seguridad que permitirá confirmar la validez del correo electrónico ingresado. El tiempo de expiración del código es de 15 minutos.

Fuente: ECUAPASS

6. Posteriormente, una vez ingresado el código enviado al correo, se procede a llenar el tipo de operador, es decir, si importador o exportador.

Figura 53. Información de operación y de certificado digital

Correo Electrónico: DARIO_ANDRES2509@HOTMAIL.COM

Confirmación de correo electrónico: DARIO_ANDRES2509@HOTMAIL.COM

Ingrese código de seguridad: GSMWUP8202

Posición: REPRESENTANTES | SENAE Correo Electrónico: DBUSTAMANTE@CORREO.ADUANA.GOB.EC

Información de Operación

Tipo de Operador: IMP/EXPORTADOR

No	Código de Operador	Clasificación	Estado	Fecha de inicio	Fecha de fin
1		IMP/EXPORTADOR	REQUISITOS		

Información de Certificado Digital

Identificación única de certificado digital: []

<input type="checkbox"/>	Nombre del archivo	Tamaño del archivo	Adjuntar archivo
<input checked="" type="checkbox"/>	RUC EN PDF	KByte	<input type="button" value="Cargar"/> <input type="button" value="Descargar"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	CEDULA A COLOR EN PDF	KByte	<input type="button" value="Cargar"/> <input type="button" value="Descargar"/>

Tamaño total de archivo: []

Fuente: ECUAPASS

7. Se acepta el siguiente acuerdo que administra la SENA E.

Figura 54. Aceptación de acuerdos

ACUERDO PARA LA UTILIZACION DEL SERVICIO Y HERRAMIENTA INFORM/ATICA QUE ADMINISTRA EL SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR

El presente Acuerdo es un instrumento que lo suscriben los Operadores de Comercio Exterior que utilizan el sistema informático que administra el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, y que tiene como objetivo registrar expresamente su conformidad, respecto a: aceptar, autorizar, comprometerse y responsabilizarse con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), según corresponda, para la utilización de los canales electrónicos o tecnológicos:

En consecuencia, el Operador de Comercio Exterior al suscribir electrónicamente acepta la totalidad de las obligaciones estipuladas en el presente acuerdo, incluyendo las limitaciones y restricciones a que hubiere lugar.

1. COMPARECIENTES:

1.1. El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), en adelante SENA E, persona jurídica de derecho público, de duración indefinida, con autonomía técnica, administrativa, financiera y presupuestaria, domiciliada en la ciudad de Guayaquil y con competencia en todo el territorio nacional.

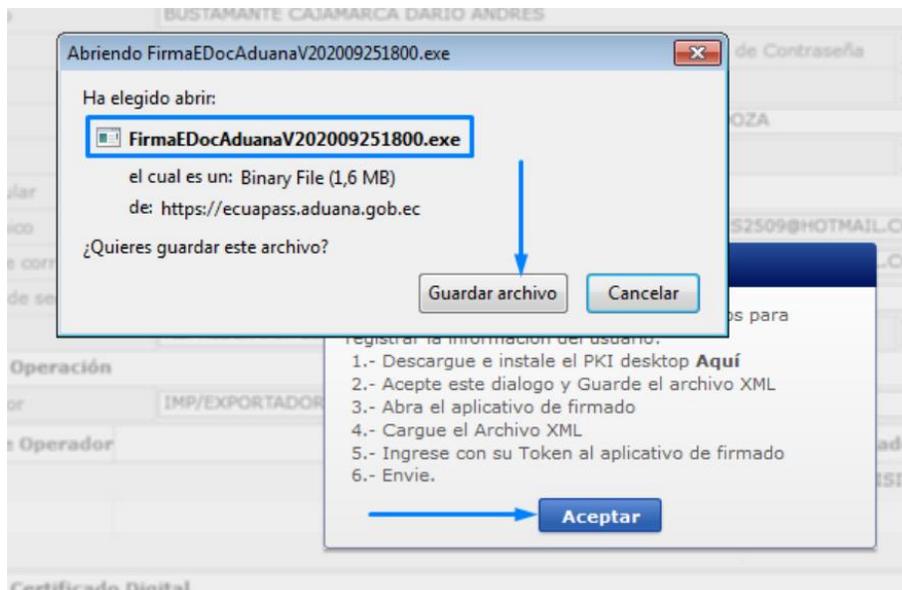
1.2. Los Operadores de Comercio Exterior (OCE), en adelante OCE, titular del usuario a través de cuya cuenta y contraseña única ha iniciado sesión en el sistema ECUAPASS, quien comparece por

Generar un XML simple con el texto completo del convenio y firmar digital sobre dicho XML.

Fuente: ECUAPASS

8. Descargar e instalar el PK desktop.

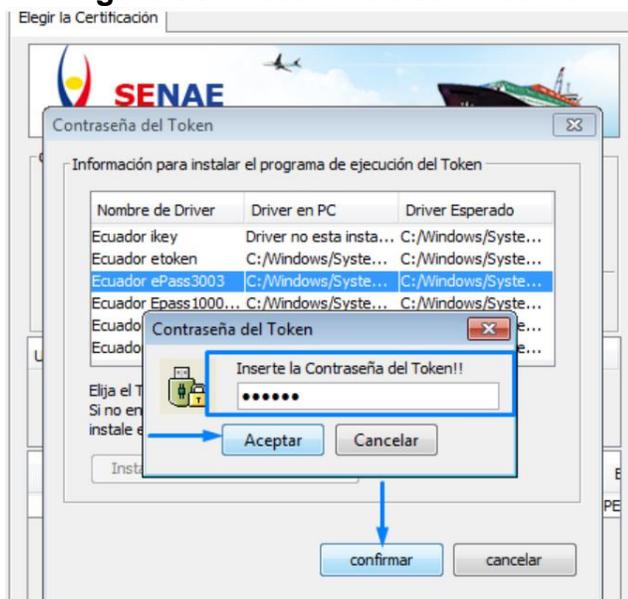
Figura 55. Firma Aduana



Fuente: ECUAPASS

9. Elegir la certificación e insertar la contraseña TOKEN.

Figura 56. Elección de certificación



Fuente: ECUAPASS

10. Resultado del registro.

Figura 57. Resultado de solicitud

LLAMA AL 1800 ADUANA #LaAduanaSeTransforma

3.2.8 Resultado de registro

Resultado de solicitud de registro de usuario

RUC 0605117225001

Doc. Identificación CEDULA DE IDENTIDAD 0605117225

Estado de trámite APROBADA Fecha de Proceso 19/09/2020

RUC 0605117225001 Posición REPRESENTANTES

Doc. Identificación CEDULA DE IDENTIDAD 0605117225

Observación CON FECHA 23/07/2020, SE PROCEDA APROBAR SOLICITUD DE USUARIO Y CREAR EL CODIGO OPERADOR 16826500 CON CLASIFICACION IMPOR/EXPOR, DE ACUERDO A LO SOLICITADO POR EL USUARIO VIA SISTEMA ECUAPASS Y EN VIRTUD DEL BOLETIN 76-2015; FUE VERIFICADO EN EL LISTADO DE AGENTES Y AUXILIARES DE AGENTES DE ADUANA PUBLICADO EN LA PAGINA WEB DEL SENAE.

Resultado : 1

No	Codigo de OCEs	En el informe se clasifican	Estado
1	16826500	IMP/EXPORTADOR	HABILITADO

Fuente: ECUAPASS

3.3.2 Documentos de control previo

- MIPRO

Documento de control previo, que debe ser adjuntado a la declaración aduanera para el despacho de las mercancías en aduana, cuando sea exigible (Importaciones Ecuador , 2022).

Figura 58. Permiso MIPRO ADIC Importadora

 GLOBAL SHIPPING LINE S.A.		R.U.C.: 0993052701001 FACTURA No. 001-001-000003387 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN / CLAVE DE ACCESO 2909202101099305270100120010010000033871234567810 FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN 2021-09-29T12:04:46-05:00 AMBIENTE: PRODUCCION EMISION: NORMAL CLAVE DE ACCESO																																	
GLOBALSHIPPINGLINE S A Dir.Matriz: SAUCES 8 MZ 454 F11 SOLAR 9 Telefono: 5064890 Obligado a llevar contabilidad: SI AGENTE DE RETENCION SEGUN RESOLUCION No. NAC-DNCRASC20-00000001		Razón Social/ Nombres y Apellidos: ANGEL IVAN ROBALINO QUITO Fecha Emisión: 29/09/2021 RUC / CI: 1104730369001 Guia Remisión:																																	
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cant.</th> <th>Descripción</th> <th>Precio</th> <th>Descuento</th> <th>Precio Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>MIPRO</td> <td>120.0000</td> <td>0.00</td> <td>120.00</td> </tr> </tbody> </table>		Cant.	Descripción	Precio	Descuento	Precio Total	1	MIPRO	120.0000	0.00	120.00	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>BLCCFNBCCYE2100050</td> <td></td> </tr> <tr> <td>SHIPPER: NINGBO TOPWIN CO., LTD</td> <td></td> </tr> <tr> <td>ORIGEN: CHINA</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CON: LCL/LCL</td> <td></td> </tr> <tr> <td>REF: 2107002079 ROI: 104645</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2"> ESTA FACTURA DEBERA SER CANCELADA DE ACUERDO A LAS CONDICIONES INDICADAS. EN CASO DE RETRASO COBRAREMOS INTERESES DE MORA DE ACUERDO A LAS TASAS DE MERCADO. LOS MATERIALES VIAJAN POR CUENTA Y RIESGO DEL CLIENTE. </td> </tr> <tr> <td>Dirección: Sucre entre Venezuela y Almendros</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Telefono: 0983637357</td> <td>E-Mail</td> </tr> <tr> <td>Vendedor: VALLE C VALLE MONCAYO CHRISTIAN F</td> <td>CREDITO</td> </tr> <tr> <td>Forma de Pago</td> <td>Total Plazo Unidad</td> </tr> <tr> <td>OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO</td> <td>\$ 134.40 1 día Días</td> </tr> </tbody> </table>		BLCCFNBCCYE2100050		SHIPPER: NINGBO TOPWIN CO., LTD		ORIGEN: CHINA		CON: LCL/LCL		REF: 2107002079 ROI: 104645		ESTA FACTURA DEBERA SER CANCELADA DE ACUERDO A LAS CONDICIONES INDICADAS. EN CASO DE RETRASO COBRAREMOS INTERESES DE MORA DE ACUERDO A LAS TASAS DE MERCADO. LOS MATERIALES VIAJAN POR CUENTA Y RIESGO DEL CLIENTE.		Dirección: Sucre entre Venezuela y Almendros		Telefono: 0983637357	E-Mail	Vendedor: VALLE C VALLE MONCAYO CHRISTIAN F	CREDITO	Forma de Pago	Total Plazo Unidad	OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	\$ 134.40 1 día Días
Cant.	Descripción	Precio	Descuento	Precio Total																															
1	MIPRO	120.0000	0.00	120.00																															
BLCCFNBCCYE2100050																																			
SHIPPER: NINGBO TOPWIN CO., LTD																																			
ORIGEN: CHINA																																			
CON: LCL/LCL																																			
REF: 2107002079 ROI: 104645																																			
ESTA FACTURA DEBERA SER CANCELADA DE ACUERDO A LAS CONDICIONES INDICADAS. EN CASO DE RETRASO COBRAREMOS INTERESES DE MORA DE ACUERDO A LAS TASAS DE MERCADO. LOS MATERIALES VIAJAN POR CUENTA Y RIESGO DEL CLIENTE.																																			
Dirección: Sucre entre Venezuela y Almendros																																			
Telefono: 0983637357	E-Mail																																		
Vendedor: VALLE C VALLE MONCAYO CHRISTIAN F	CREDITO																																		
Forma de Pago	Total Plazo Unidad																																		
OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	\$ 134.40 1 día Días																																		
		<table border="1"> <tbody> <tr> <td>SUBTOTAL 12%</td> <td>120.00</td> </tr> <tr> <td>SUBTOTAL 0%</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>SUBTOTAL No sujeto de IVA</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>SUBTOTAL sin impuestos</td> <td>120.00</td> </tr> <tr> <td>DESCUENTO</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>ICE</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>IVA 12%</td> <td>14.40</td> </tr> <tr> <td>VALOR TOTAL</td> <td>134.40</td> </tr> </tbody> </table>		SUBTOTAL 12%	120.00	SUBTOTAL 0%	0.00	SUBTOTAL No sujeto de IVA	0.00	SUBTOTAL sin impuestos	120.00	DESCUENTO	0.00	ICE	0.00	IVA 12%	14.40	VALOR TOTAL	134.40																
SUBTOTAL 12%	120.00																																		
SUBTOTAL 0%	0.00																																		
SUBTOTAL No sujeto de IVA	0.00																																		
SUBTOTAL sin impuestos	120.00																																		
DESCUENTO	0.00																																		
ICE	0.00																																		
IVA 12%	14.40																																		
VALOR TOTAL	134.40																																		

Fuente: Gerente ADIC Importadora

En el caso de ADIC Importadora, es el principal documento previo para el despacho de los artículos para el hogar en las aduanas, para su respectivo control y cumplimiento de restricciones.

3.3.3 Régimen aduanero

Son operaciones que están orientadas a las mercancías, para dar un destino aduanero a las mismas, en relación a lo que declare el declarante (SENAE, s.f.).

El régimen más adecuado para la importación de los artículos para el hogar, es el Régimen 10- Importación para el consumo (régimen de no transformación), donde el ingreso de las mercancías es permanente, es decir, una vez se hayan pagado los impuestos, los artículos podrán ser distribuidos libremente por todo el país.

- **Negociación**

Antes de elegir al mejor proveedor, es necesario crear una cuenta en Alibaba, debido a que es una plataforma de comercio electrónico en las que se encuentran empresas chinas en su gran mayoría o también otras empresas internacionales.

Se puede ingresar de una manera más rápida ya que la plataforma cuenta con acceso directo a través de Facebook o por Gmail.

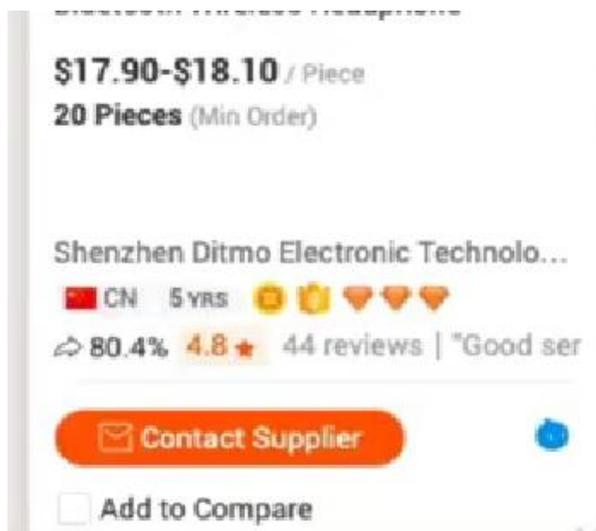
Dentro de la misma, existen infinidad de productos que pueden ser elegidos para ser importados. Una vez puesto en el buscador el producto que nos interesa, se procede a mirar todas las opciones.

Figura 59. Artículos para el hogar – Alibaba

The screenshot shows a product listing on the Alibaba website. On the left, there is a sidebar with various certification filters such as FSC, SABER, BPI, CE, OK COMPO..., DIN, and CB. The main product listing features a green kitchen utensil set in a matching holder. The product title is 'Kitchen Set Utensils Kitchen Sets Utensils Camping Kitchen Ware Product Accessories Sale Out'. The price is listed as '\$0.75-\$1.00' for '1 Piece (MOQ)'. The supplier is identified as a 'Verified 13 YRS CN Supplier' with a 5.0 star rating from 11 reviews, labeled as a 'Good supplier'. Action buttons for 'Contact Supplier', 'Chat Now!', and 'compare' are visible. A video player shows a close-up of the utensils. On the right side of the listing, there are buttons for 'RFQ', a question mark icon, and 'TOP'.

Fuente: Alibaba.com

Debajo de cada producto, se proporciona información sobre el rango de precios, de que país es fabricado el producto y el nombre de la empresa.

Figura 60. Detalles del producto

Fuente: Alibaba.com

Alibaba da la opción de contactarse directamente con el proveedor para poder iniciar la negociación, para ello se debe hacer click en "Contact Supplier".

Una vez seguido todo ese procedimiento, se procede a elegir al mejor proveedor. En el caso de ADIC importadora, una vez analizado el rango de precios y las empresas fabricantes de los artículos para el hogar a ser importados a Ecuador, el proveedor más idóneo es Ningbo Topwin Co., LTD, debido a que la misma acepta pagos asegurados, es decir, cuando se hace la compra, la misma va a estar asegurada y respaldada por Alibaba, en el caso de que la mercadería llegue dañada o en otro caso que no llegue.

Figura 61. Principal proveedor ADIC Importadora

2YRS Verified Ningbo Topwin Co., Ltd. Favorite Supplier

MU Group NINGBO TOPWIN CO., LTD.
Market union group members

☎ : +86-15267887217
✉ : ventas5@topwinnb.com

Home Products Profile Contacts Promotion Video Feeds View More Search In This Store

2YRS Ningbo Topwin Co., Ltd. Chat Now! Contact Supplier

Verified Supplier
This supplier has been verified onsite by world-leading inspection company, TÜV Rheinland

Verified onsite by world-leading inspection company, TÜV Group
2021-12-27

Messenger

Fuente: Ningbo Topwin Co., LTD,

Tabla 42. Costos totales de Importación Artículos para el hogar

DETALLE	PAÍS DE ORIGEN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	MONTO (\$)
11 piezas de silicona, mango de madera + tarro plástico	China	115	\$3,76	\$432,40
Prensa de plástico para ajo	China	110	\$0,34	\$37,40
Estante metálico de verduras giratorio de 4 niveles	China	50	\$7,34	\$367,00
Juego de cuchillos coloridos de metal 6 piezas	China	90	\$1,43	\$128,70
Cortador de aguacate 3 en 1	China	50	\$0,11	\$5,50
Tapete para niños. Material: Polyester 80*120 cm	China	50	\$2,95	\$147,50
Piezas de decoración de pasteles horneados + plato giratorio de pastelería	China	50	\$8,99	\$449,50
Mini sartén de acero inoxidable para huevos	China	100	\$0,26	\$26,00
Tazas medidoras de acero inoxidable + plástico, 8 piezas	China	100	\$0,43	\$43,00
SopORTE de plástico para joyas	China	100	\$0,77	\$77,00
Rebanador de frutas de acero inoxidable	China	115	\$0,34	\$39,10

Brocha y espátula de silicona resistentes al calor	China	300	\$0,23	\$69,00
Caja de almacenamiento de plástico con particiones pequeñas, doble capa para dulces y alimentos	China	100	\$1,27	\$127,00
Cortador y triturador de vegetales de acero inoxidable	China	150	\$1,27	\$190,50
Soporte magnético para celular multifuncional de metal	China	100	\$0,35	\$35,00
Molde de plástico para helados	China	200	\$0,23	\$46,00
Mini impresora BT de plástico	China	100	\$6,00	\$600,00
Tarros de cristal cuadrados para especias + tapas herméticas + etiquetas	China	2000	\$0,12	\$240,00
Estante de especias giratorio de metal + 20 tarros de cristal con tapa de metal pc/set	China	150	\$3,34	\$501,00
Portafundas de metal plegable	China	150	\$0,26	\$39,00
Sartén de piedra médica para tortillas sin tapa	China	100	\$2,34	\$234,00
				Flete Marítimo en origen \$3.429,14
				Seguro \$53,83
				FOB \$5.382,81
				TOTAL EN ADUANA \$12.700,38
				Ad-valorem 20% \$2.540,08
				Fodinfra 0,5% \$63,50
				IVA 12% \$1.524,05
				TOTAL ARANCELES \$4.127,62
				Agente en aduana \$426,00
				TOTAL COSTO DE IMPORTACION \$17.254,00

Elaborado por: El autor

• Incoterm

El incoterm elegido para la importación de artículos para el hogar, es el FOB (Free on board), mismo que es un incoterm del transporte marítimo.

Las obligaciones que tiene el vendedor en este incoterm son: entrega de mercancía y documentos necesarios, empaque y embalaje, transporte interior en el país

de origen, despacho de aduanas en origen y gastos de salida. La empresa Ningbo Topwin Co., LTD es la que se encarga de todo lo antes mencionado.

En cuanto al comprador tiene la responsabilidad de pagar las mercancías, el flete marítimo, gastos de llegada, despacho de aduanas en destino, transporte interior en el país de destino y por último el pago de impuestos y aranceles.

Una vez realizado todo ese proceso, se hace contacto con una línea denominada Global Shopping Line S.A, misma que se encarga del servicio logístico, transmisión, gastos portuarios y costo por pago de local.

Figura 62. Línea escogida por ADIC Importadora

 GLOBAL SHIPPING LINE S.A.		R.U.C.: 0993052701001 FACTURA No. 001-001-000003311 NÚMERO DE AUTORIZACIÓN / CLAVE DE ACCESO 1309202101099305270100120010010000033111234567815 FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN 2021-09-13T17:41:51-05:00 AMBIENTE: PRODUCCION EMISION: NORMAL CLAVE DE ACCESO 																															
GLOBALSHIPPINGLINE S A Dir.Matriz: SAUCES 8 MZ 454 F11 SOLAR 9 Telefono: 5064890 Obligado a llevar contabilidad: SI AGENTE DE RETENCION SEGUN RESOLUCION No. NAC-DNCRASC20-00000001		Razón Social/ Nombres y Apellidos: ANGEL IVAN ROBALINO QUITO RUC / CI: 1104730369001 Fecha Emisión: 13/09/2021 Guia Remisión:																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Cant.</th> <th>Descripcion</th> <th>Precio</th> <th>Descuento</th> <th>Precio Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>SERVICIO LOGISTICO</td> <td>346.0600</td> <td>0.00</td> <td>346.06</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>TRANSMISION</td> <td>35.0000</td> <td>0.00</td> <td>35.00</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>ADM</td> <td>35.0000</td> <td>0.00</td> <td>35.00</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>GASTOS PORTUARIOS</td> <td>110.1100</td> <td>0.00</td> <td>110.11</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>COSTO POR PAGO LOCAL</td> <td>187.7300</td> <td>0.00</td> <td>187.73</td> </tr> </tbody> </table>		Cant.	Descripcion	Precio	Descuento	Precio Total	1	SERVICIO LOGISTICO	346.0600	0.00	346.06	1	TRANSMISION	35.0000	0.00	35.00	1	ADM	35.0000	0.00	35.00	1	GASTOS PORTUARIOS	110.1100	0.00	110.11	1	COSTO POR PAGO LOCAL	187.7300	0.00	187.73	BL-CCFNBCGGYE2100050 SHIPPER: NINGBO TOPWIN CO., LTD ORIGEN:CHINA CON:LCL/LCL REF:2107002079 ROI: 104645 ESTA FACTURA DEBERA SER CANCELADA DE ACUERDO A LAS CONDICIONES INDICADAS. EN CASO DE RETRASO COBRAREMOS INTERESES DE MORA DE ACUERDO A LAS TASAS DE MERCADO. LOS MATERIALES VIAJAN POR CUENTA Y RIESGO DEL CLIENTE. Dirección: Sucre entre Venezuela y Almendros Telefono: 0983637357 Email Vendedor: VALLE C VALLE MONCAYO CHRISTIAN F CREDITO Forma de Pago Total Plazo Unidad OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA \$ 799.57 1 dia Dias FINANCIERO	
Cant.	Descripcion	Precio	Descuento	Precio Total																													
1	SERVICIO LOGISTICO	346.0600	0.00	346.06																													
1	TRANSMISION	35.0000	0.00	35.00																													
1	ADM	35.0000	0.00	35.00																													
1	GASTOS PORTUARIOS	110.1100	0.00	110.11																													
1	COSTO POR PAGO LOCAL	187.7300	0.00	187.73																													
		SUBTOTAL 12% 713.90 SUBTOTAL 0% 0.00 SUBTOTAL No sujeto de IVA 0.00 SUBTOTAL sin impuestos 713.90 DESCUENTO 0.00 ICE 0.00 IVA 12% 85.67 VALOR TOTAL 799.57																															

Fuente: Gerente ADIC Importadora

- **Transporte**

El transporte es por vía marítima y el tiempo estimado por barco es de un mes y medio como máximo; mismo que tiene un valor de \$3.429,14, pero este precio varía de acuerdo a los metros cúbicos llenados por la mercadería en el contenedor.

3.3.4 Documentos de acompañamiento para la presentación de la DAU

Documentos que junto a la declaración aduanera se refleja el proceso de desaduanización, entre otros requerimientos que necesita la mercancía a ser importada o exportada.

- **Declaración aduanera de importación**

Documento con información relevante en cuanto al número de DAU, información general, información del importador, del declarante, de la carga y el valor de la aduana que detalla el precio del incoterm, del seguro, del flete, entre otros.

Figura 63. DAU


 REPUBLICA DEL ECUADOR
 DECLARACION ADUANERA DE IMPORTACION
Consulta de detalle de la declaración

Número de DAU	029-2021-10-00832388		
Información de general			
Aduana	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	IMPORTACION A CONSUMO
Tipo de despacho	DESPACHO NORMAL	Número de despacho	
Tipo de pago	PAGO NORMAL	Fecha de Aceptación	24/09/2021 13:10:24
Información de Importador			
Nombre	ROBALINO QUITO ANGEL IVAN	Número de	RUC-1104730369001
Ciudad	QUITO	Teléfono	072677265
Dirección	SUCRE ENTRE VENEZUELA Y ALMENDROS		
Ciudad	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS		
Información del declarante			
Apellidos / nombres	RAMIREZ MARQUEZ DE LA PLATA FRANCISCO JAVIER	Número de	RUC-0912937588001
Código del declarante	01777790		
Dirección	CDLA. LA GARZOTA 3ERA ETAPA MZ. 103 SOLAR 10 PISO 1		
Información de carga			
País de procedencia	CHINA	Código de endoso	SIN ENDOSE - DOC DE IDENTIDAD EN DOC DE
Beneficiario del giro	ROBALINO QUITO ANGEL IVAN	Número de carga	CEC2021HL.CU03910240006
Documento de transporte	CCFNBYE2100050		
[Comun]			
Valor en aduana			
Fob	5382.81	Flete	3429.14
Seguro	53.83	Ajustes	0
Otros ajustes	0	Valor en aduana	8865.78
Items declarados	38	Peso neto (kilos)	2034.5
Cantidad de unidades físicas	6762	Cantidad de unidades comerciales	6762
Total en tributos	3204.92		

Fuente: Gerente ADIC Importadora

- **Factura Comercial**

Muestra la transacción que se realizó entre importador y exportador, además detalla aspectos como el almacenaje de días de la carga suelta, el handling para el aforo, cuadrilla para aforo, despacho de carga suelta.

Figura 64. Factura Comercial



INARPI S.A.

INARPI S.A.

Matriz: Isla Trinitaria AV. Los Angeles 51 av. Sur Oeste s/in Solar 1-5 y Calle Cuarta PBX: 593(4)3715400 Guayaquil - Ecuador

Sucursal: Isla Trinitaria AV. Los Angeles 51 av. Sur Oeste s/in Solar 1-5 y Calle Cuarta PBX: 593(4)3715400 Guayaquil - Ecuador

Contribuyente Especial Nro. 1305

Obligado a llevar contabilidad: SI

Número de Referencia: 51346862

Factura N° 001 - 051 - 000346862

RUC: 0992247932001

Número de Autorización

2909202101099224793200120010510003468622288920112

Fecha y hora de Autorización

29/09/2021 17:09:23:04:00+00:00

Ambiente Producción

Tipo de Emisión Normal

Clave de Acceso

2909202101099224793200120010510003468622288920112



Razón Social/Nombres y Apellidos: ROBALINO QUITO ANGEL IVAN	Fecha de Emisión 29/09/2021
RUC: 1104730369001	Guía de Remisión Moneda DOLAR

Códigos	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Descuento	Total
201	Almacenaje de 9-15 Dias Carga Suelta	62.920000	0.990000	0.00	62.29
201	Almacenaje de 1-8 Dias Carga Suelta	125.840000	0.390000	0.00	49.08
605	Handling para Aforo Carga Suelta	15.730000	1.880000	0.00	29.57
599	Servicio de Tarja	15.730000	15.000000	0.00	235.95
607	Cuadrilla para aforo (101 bultos en adelante)	1.000000	19.410000	0.00	19.41
617	Despacho de Carga Suelta	15.730000	3.910000	0.00	61.50

Información Adicional	SUBTOTAL 12%	457.80
Buque: VALIANT	SUBTOTAL 0%	0.00
Fecha a Facturar: 29/09/2021	SUBTOTAL Exento de IVA	0.00
Forma de Pago: CONTADO	SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	457.80
Número de Dress: (2021-165185)	DESCUENTO	0.00
Retirado: 0922729975 ANTONIO GERMAN CHALA DELGADO	IVA 12%	54.94
Emilito Por: ANTONIO GERMAN CHALA DELGADO	PROPINA	0.00
Son: Quientos doce dólares con 74/100 ctvs.	VALOR TOTAL	512.74
Observaciones: CONTADO DAI 02820211000832388 ROBALINO QUITO ANGEL IVAN		
Número de Contenedor: SEGU9838903		
BL Hijo: CCFNBGYE2100050		

Forma de Pago	Valor	Plazo	Tiempo
OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	512.74	0.00	DIAS

Fuente: Gerente ADIC Importadora

- **Registro de carga de salida para carga suelta**

Dicho registro contiene información sobre la nave, el peso, el número del contenedor, entre otros.

Figura 65. Registro de salida para carga suelta

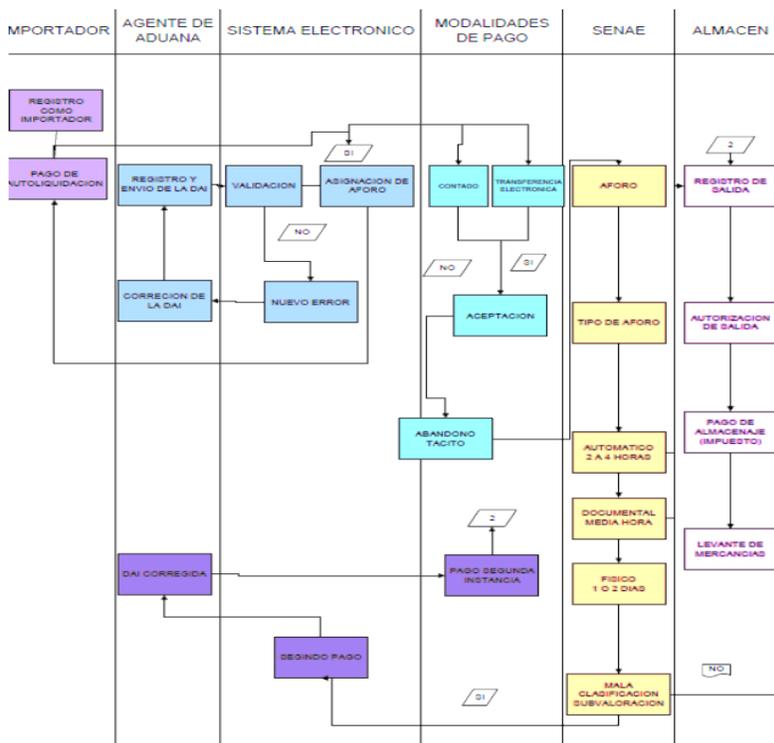
	TERMINAL PORTUARIA DE GUAYAQUIL Registro Carta de Salida Para Carga Suelta	
FACTURAR		
		
MARITIME SERVICES LINE DEL ECUADOR MSL DEL ECUADOR SA		
RUC: 0992424311001		
CONSIGNATARIO		
1104730369001 - ROBALINO QUITO ANGEL IVAN		
20/09/2021 09:35:44		
<hr/>		
Nave VALIANT	Viaje 2131-EB	
Fecha de Arribo 2021-09-14 12:15:00	Contenedor SEGU9838903	
Nro Manifiesto CEC2021HLCU0339-1024-0006	Tarja Física A281023	
BL-Master ONEYNB1IAW449600	BL-Hijo CCFNBGYE2100050	
Nro. Bultos 160	Peso 2070 Kg.	
Usuario Autorización LUBY SANCHEZ	Fecha Autorización 20/09/2021 09:35:41	
		

Fuente: Gerente ADIC Importadora

3.3.5 Flujograma de procesos

También conocido como diagrama de flujo, es la representación gráfica de todo un proceso. El mismo es representado por símbolos diferentes que describen una etapa diferente del proceso (Meire, 2018). El flujograma de proceso de importación según la SENA, es presentado a continuación:

Figura 66. Flujograma de proceso general de importación



Fuente: Jurado (2016)

De igual forma se desarrolló el flujograma de procesos para ADIC Importadora, estableciendo el tiempo determinado de cada fase del proceso de la importación hasta el almacenaje de las mercaderías (artículos para el hogar) a la empresa.

Tabla 43. Flujoograma de proceso ADIC Importadora

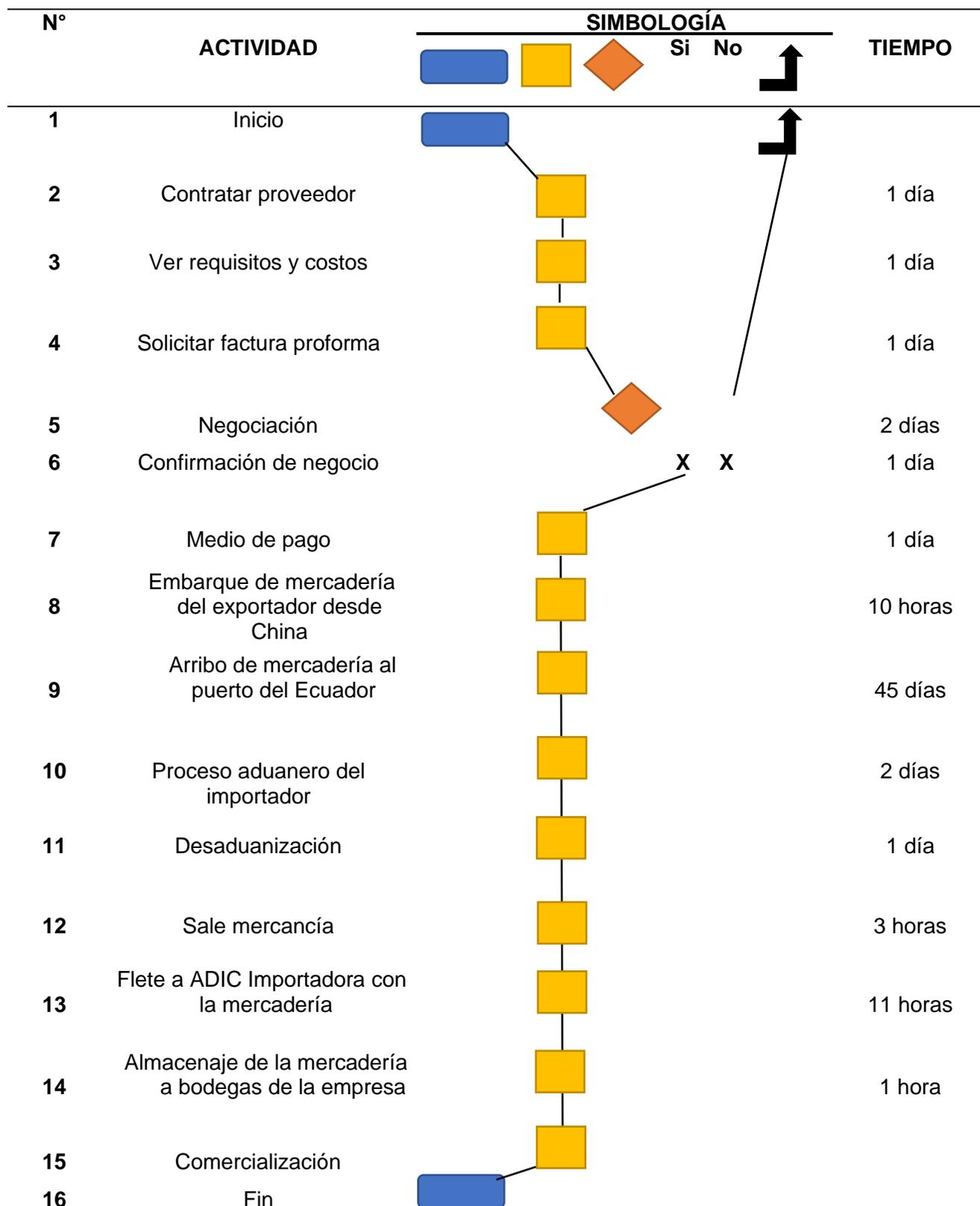
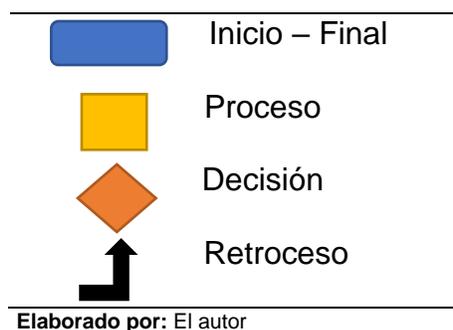


Tabla 44. Simbología flujograma de procesos
Simbología



3.3.6 Distribución de la empresa

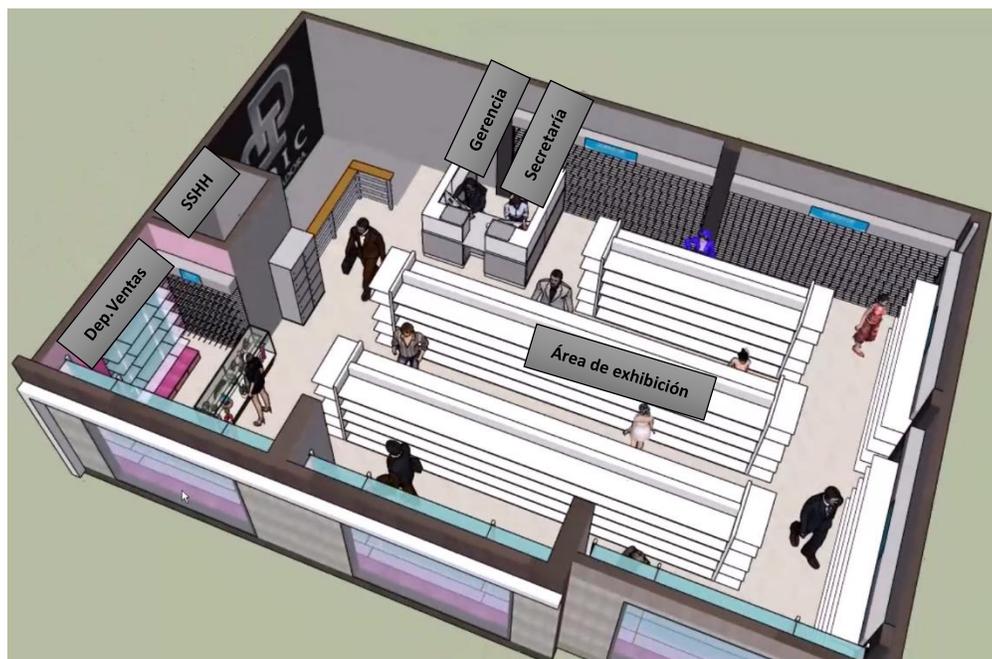
Se refiere a como una empresa es distribuida por departamentos u oficinas, además de la ubicación de los productos a exhibirse.

La distribución de la importadora, consiste en un espacio de 69 m², donde todas las áreas son distribuidas en gerencia, contaduría y el departamento de ventas.

A continuación, se da a conocer la distribución en metros cuadrados de las áreas de ADIC importadora:

ÁREA	ESPACIO (m ²)
Gerencia	7
Secretaria-contaduría	7
SSH	11
Área de exhibición	32
Departamento de ventas	12
TOTAL	69

Elaborado por: El autor

Figura 67. Plano ADIC Importadora

Elaborado por: Arq. Pablo Santos

3.3.7 Requerimientos para la importadora

A continuación, se detallan los diferentes recursos y activos con los que ADIC Importadora cuenta para realizar sus actividades:

Personal administrativo

- Gerente
- Contadora - secretaria

Personal de ventas

- Vendedor

Muebles y enseres para los productos

- 3 góndolas
- 5 exhibidores de madera
- 2 vitrina corona
- 1 máquina preciadora
- 1 impresora térmica de código de barras
- 3 sillas para sala de espera

Muebles y enseres para la parte administrativa

- 1 escritorio ejecutivo
- 2 escritorios sencillos
- 3 sillas Giratorias

Equipo de oficina

- 3 teléfonos fijos con extensiones

Útiles de aseo

- 1 escoba
- 1 trapeador con balde
- 1 litro de gel desinfectante
- 1 basurero
- 1 recogedor
- 1 litro jabón líquido
- 1 galón de cloro

- Papel higiénico x 12 rollos

Útiles de oficina

- Grapadoras
- Perforadoras
- Agenda
- Archivadores
- Talonarios de facturas
- Lápices
- Esferos
- Carpetas
- Resaltadores
- Cuaderno espiral 100 hojas

Equipo de computación

- 3 computadoras

Vehículo

- Auto Hyundai Tucson ix

Capítulo IV

Estudio Administrativo y Organizacional

En el presente capítulo se define todo lo referente a la estructura administrativa y organizativa de ADIC Importadora. En primer lugar, se detalla información sobre la organización legal, nombre, nacionalidad y domicilio del socio o los socios que conforman la empresa, la razón y objeto social, tiempo de duración y domicilio; en segundo lugar, se analiza la organización administrativa detallando los organigramas, niveles jerárquicos y las personas responsables de cada uno de los cargos de la empresa.

Así también, se realiza el manual de funciones que permite tener conocimiento a cerca de las actividades, funciones, interfaz y requisitos mínimos de cada integrante de la importadora, para el correcto desarrollo de las actividades de la misma.

Este estudio es de vital importancia para el desarrollo del Estudio Financiero, ya que se determinan presupuestos, que son basados en el personal y las actividades que ejecuta la empresa analizada.

4.1 Organización legal

Todo lo referido a los procesos que la empresa realiza, para poder iniciar sus operaciones bajo la normativa de la ley. En los siguientes apartados se da a conocer la razón y objeto social, así como también el tiempo de duración y domicilio de la importadora dedicada a la comercialización de artículos para el hogar en Catamayo.

- **Nombre, nacionalidad y domicilio del socio o los socios que conforman la empresa**

Daniela Cristina Cevallos Jaramillo, con cédula de identidad 1104205115, de nacionalidad ecuatoriana, con domicilio en la ciudad de Catamayo.

Ángel Iván Robalino Quito, con cédula de identidad 1104730369, de nacionalidad ecuatoriana, con domicilio en la ciudad de Catamayo.

- **Razón social**

La empresa utilizará para todas sus operaciones la denominación de “ADIC Importadora”. A continuación, se detallan sus principales características:

Razón social: ADIC Importadora

Representante legal: Ángel Iván Robalino Quito

Ruc: 1104730369001

Actividad económica: Venta al por mayor y menor de artículos para el hogar importados

Dirección: Sucre y Chile

- **Objeto social**

El objeto social de ADIC Importadora es la importación de artículos para el hogar desde China y su comercialización en la ciudad de Catamayo. Por ende, la empresa puede realizar contratos civiles y mercantiles, de acorde con su objeto social.

- **Tiempo de duración**

Está proyectado que ADIC Importadora, tenga una duración de 5 años a partir del 2021, mismo que dependerá de los socios y de la efectividad de sus operaciones, Se estima una duración hasta el año 2026.

- **Domicilio**

El domicilio de la importadora, es en Ecuador, Provincia de Loja, Ciudad de Catamayo Loja, en las calles Sucre y Chile, sus coordenadas son las siguientes -3.989222, -79.352702.

4.2 Organización administrativa

Herramientas y procesos que las empresas usan para dirigir, controlar y organizar todas sus áreas funcionales para lograr los objetivos y metas propuestas.

La organización administrativa comprende en si todos los niveles jerárquicos que se representan en el organigrama de la ADIC Importadora, fundamentales para lograr definir cuáles son las líneas de mando, y permitir la correcta designación de

responsabilidades y funciones del personal que labore en la importadora. Por ende, se presenta los 4 niveles principales de la importadora.

4.2.1 Niveles jerárquicos

- **Nivel legislativo**

Compone el primer nivel jerárquico de una organización, el cual está conformado principalmente por la Junta General de Socios. Entre sus principales funciones están generar políticas, controlar tareas y tomar decisiones para los buenos resultados de la empresa.

La junta general de socios está conformada por la Srta. Daniela Cristina Cevallos Jaramillo y el Sr. Ángel Iván Robalino Quito.

- **Nivel ejecutivo**

Intervienen los mandos intermedios, en los cuales se toman decisiones en base a los programas diseñados y el cumplimiento de los planes para el logro de los objetivos.

El nivel ejecutivo está conformado por el gerente el Sr. Ángel Iván Robalino Quito.

- **Nivel asesor**

Agrupar a todas aquellas personas que asisten, aconsejan y asesoran en materia jurídica, contable, financiera, entre otros.

El nivel asesor está conformado por el Abg. Pablo Macas, que es temporal.

- **Nivel auxiliar o de apoyo**

Como la palabra mismo lo indica, apoya a otros niveles administrativos en la prestación de servicios.

El nivel auxiliar está conformado por la contadora-secretaria, la Srta. Daniela Cristina Cevallos Jaramillo.

- **Nivel operativo**

Lo conforman personas de un rango jerárquico menor, que cumplen con tareas o actividades específicas, para el cumplimiento de los objetivos de una empresa.

Este nivel lo constituye el vendedor, el Sr. Alex Michay.

4.2.2 Organigramas

Representación gráfica de los cargos jerárquicos que hay en una organización, es decir, a través del mismo se define el papel de un/una colaborador/a para saber cuáles son sus responsabilidades y limitaciones.

- **Organigrama estructural**

Se presentan los cargos de acorde a las capacidades de cada uno de los integrantes de la empresa, con la finalidad de que todos los departamentos trabajen bajo un enfoque global para de esa forma evitar inconvenientes a futuro. Por lo general, se

comienza con los cargos más altos. El organigrama estructural de ADIC Importadora, se lo representa en la Figura 68.

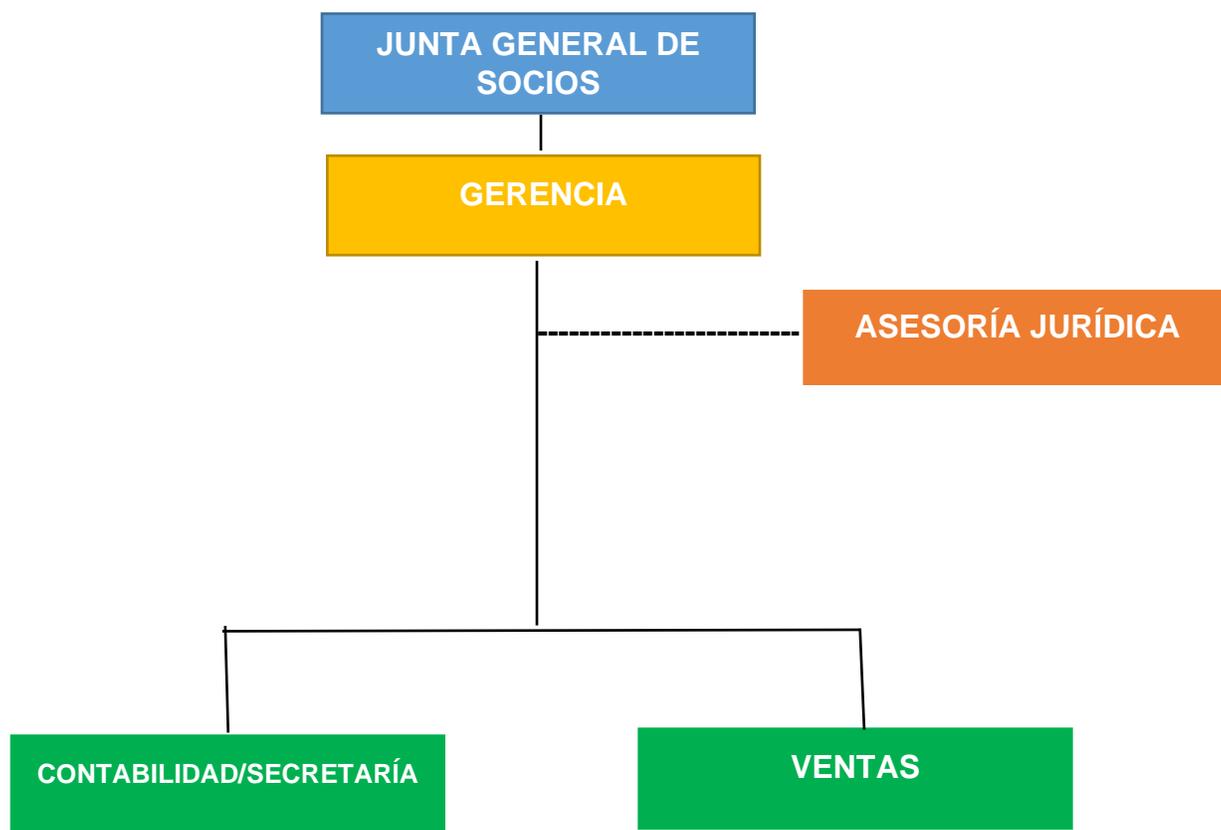
- **Organigrama funcional**

Organigrama más específico que muestra las funciones de cada área funcional, así como también las tareas específicas de cada uno de los colaboradores que forma parte de la organización. El organigrama funcional de ADIC Importadora, se lo representa en la Figura 9.

- **Organigrama posicional**

Se conoce la distribución del personal, además de que se detalla el nombre de cada empleado, el número de cargos y su remuneración. El organigrama posicional de ADIC Importadora, se lo representa en la Figura 70.

Figura 68. Organigrama estructural ADIC Importadora



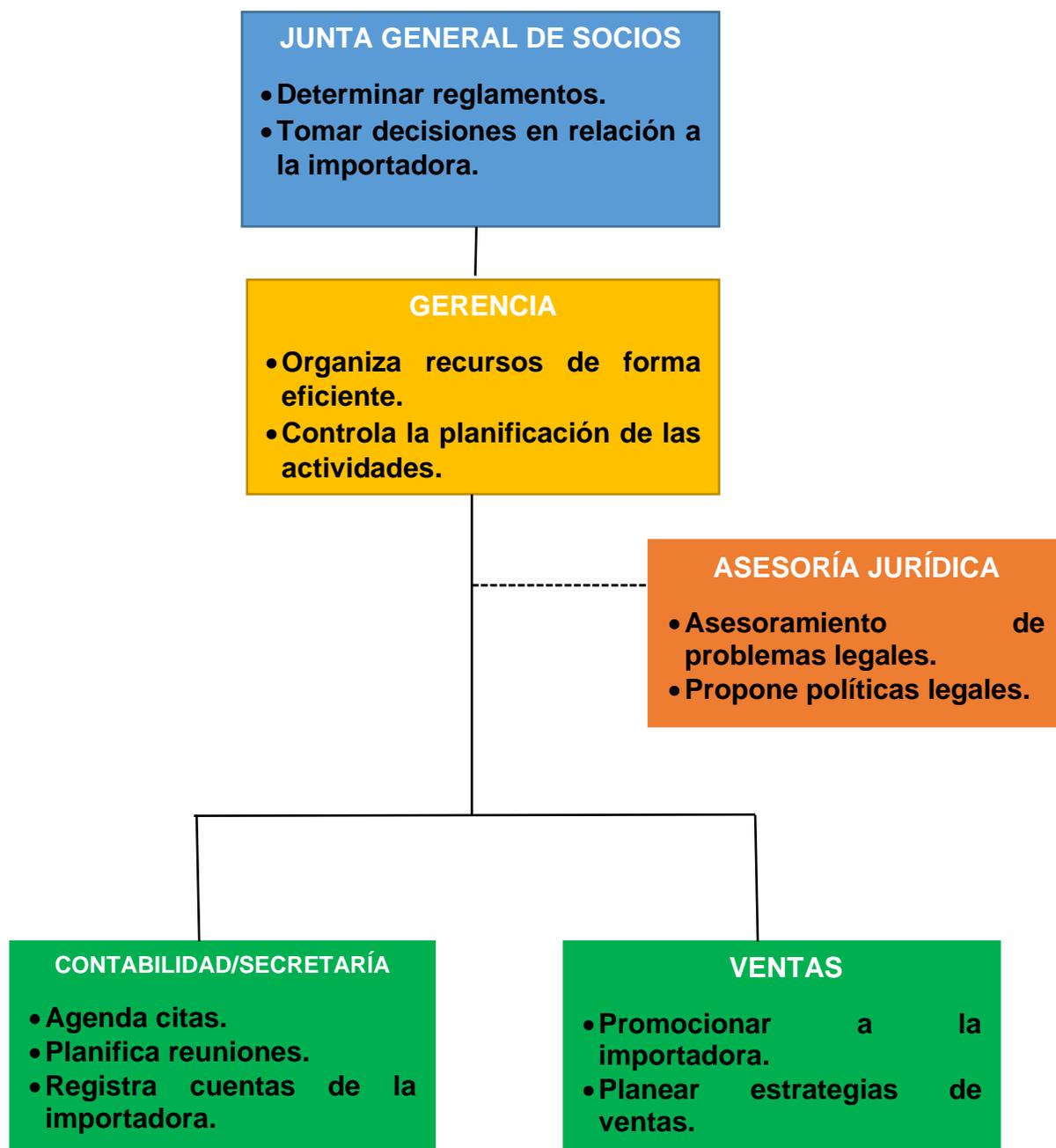
Elaborado por: El autor

Tabla 46. Simbología Organigrama Estructural ADIC Importadora

SIMBOLOGÍA	
*	Nivel legilastivo
**	Nivel ejecutivo
***	Nivel de asesor
****	Nivel de apoyo
*****	Nivel operativo
_____	Línea de mando
-----	Línea de asesoría

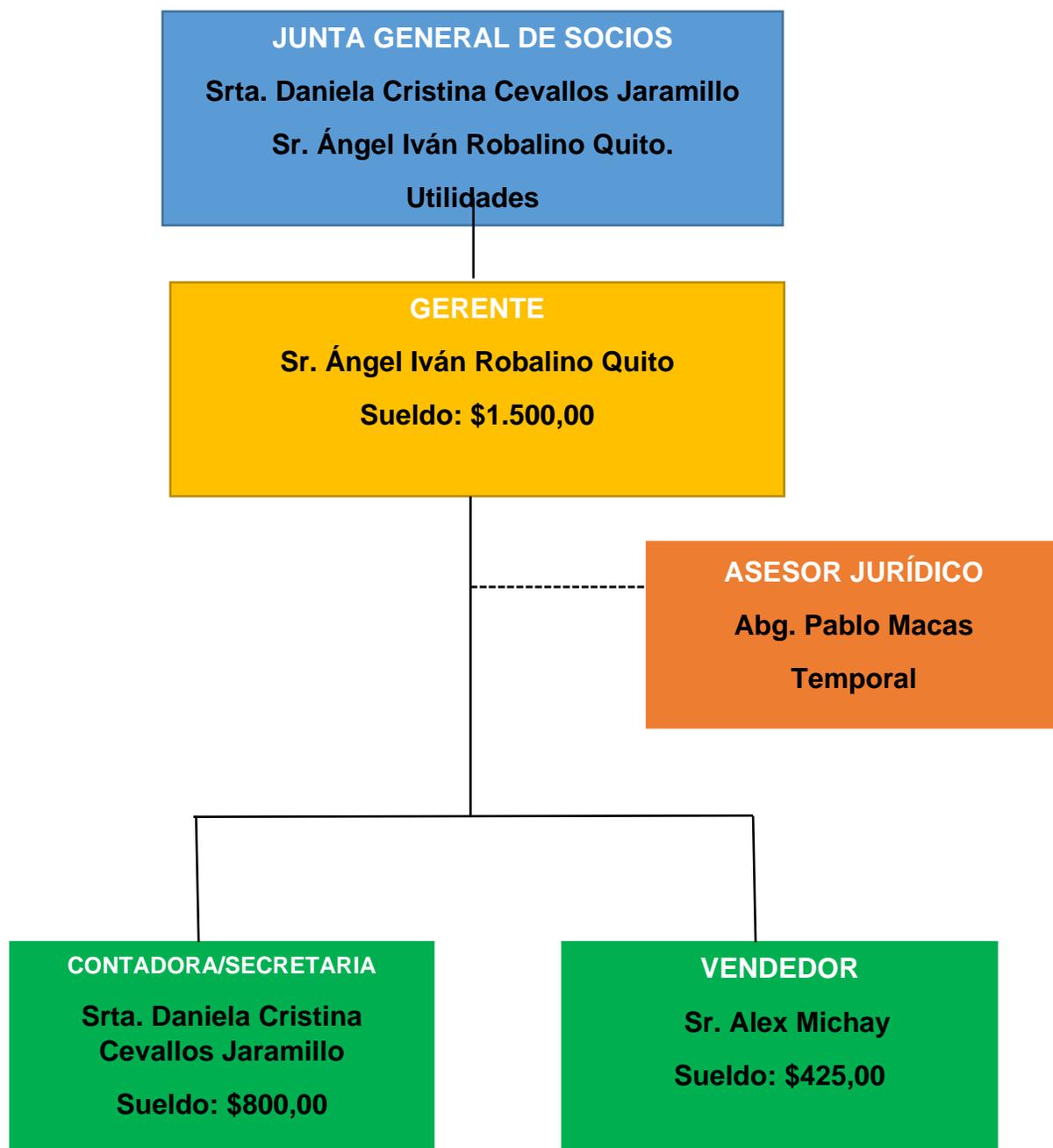
Elaborado por: El autor

Figura 69. Organigrama funcional ADIC Importadora



Elaborado por: El autor

Figura 70. Organigrama posicional ADIC Importadora



Elaborado por: El autor

4.2.3 Manual de funciones

Permite tener conocimiento a cerca de las actividades, funciones, interfaz y requisitos mínimos de cada integrante de la empresa, para el correcto desarrollo de las actividades de la misma.

Tabla 47. Gerente general

CÓDIGO:	001	
TÍTULO DEL CARGO:	Gerente general.	
NATURALEZA DEL TRABAJO:		
Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa en relación a las políticas y planes de la organización para lograr los objetivos establecidos.		
FUNCIONES TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar y supervisar las actividades que desempeñe la empresa. • Administrar y optimizar los recursos de forma eficiente para el cumplimiento de los objetivos. • Capacitar de manera constante al personal, identificando cuales son las fortalezas de cada uno de los integrantes para que realicen un mejor trabajo. • Establecer un sistema de evaluación y control, en condiciones de manejo de costo y calidad. • Tomar decisiones importantes y críticas. 		
INTERFAZ:		
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el personal que labora en la empresa. • Clientes. • Proveedores. 		
REQUISITOS MÍNIMOS:		
EDUCACIÓN:	Negocios internacionales, economía o afines.	
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • 2 años en cargos similares. • Carismático • Líder 	

Elaborado por: El autor

Tabla 48. Asesor Jurídico

CÓDIGO:	002	
TÍTULO DEL CARGO:	Asesor jurídico.	
NATURALEZA DEL TRABAJO:		
Garantizar que aplicación de la normativa vigente en cada una de las actuaciones realizadas por la empresa sea la correcta y adecuada.		
FUNCIONES TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar diferentes tipos de contratos ya sean civiles, mercantiles o laborables. • Establecer estrategias en el marco legal, en caso de que la empresa cometa infracciones legales. • Realizar gestiones y trámites en las notarías, registros u organismos públicos. • Defender los intereses de la empresa en procedimientos judiciales. • Aconsejar en materia de derecho empresarial. 		
INTERFAZ:		
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el personal que labora en la empresa. • Clientes. • Proveedores. 		
REQUISITOS MÍNIMOS:		
EDUCACIÓN:	Jurisprudencia, abogacía o carreras afines.	
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • 1 año y medio en puestos similares. • Especialista en comercio exterior o derecho empresarial. • Planificador 	

Elaborado por: El autor

Tabla 49. Contadora – secretaria

CÓDIGO:	003	
TÍTULO DEL CARGO:	Contadora – secretaria	
NATURALEZA DEL TRABAJO:		
<p>Realizar actividades administrativas de correspondencia y archivo, además de registrar todas las transacciones contables de las operaciones que realiza la empresa y verificar que su contabilización sea adecuada.</p>		
FUNCIONES TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar diariamente la mensajería. • Atender amablemente a las personas que ingresen y salgan de la empresa. • Mantener al día todos los archivos generales de la empresa. • Administrar recursos financieros y preparar presupuestos. • Asesorar tributaria y financieramente a los clientes. 		
INTERFAZ:		
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el personal que labora en la empresa. • Clientes. • Proveedores. 		
REQUISITOS MÍNIMOS:		
EDUCACIÓN:	Contador/a, economista o estudios afines.	
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • 1 año en cargos similares. • Paciente. • Orientación en servicio al cliente. • Capacidad de anticipación. 	

Elaborado por: El autor

Tabla 50. Vendedor

CÓDIGO:	004	
TÍTULO DEL CARGO:	Vendedor	
NATURALEZA DEL TRABAJO:		
<p>Establecer estrategias de ventas que vayan de la mano con la atención al cliente y promoción de la empresa para lograr una buena imagen de la misma.</p>		
FUNCIONES TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> • Asistir a los clientes a ubicar la mercancía que desean adquirir. • Explicar las características y cualidades de los productos ofertados. • Estar al tanto de las promociones vigentes, para informar a los clientes sobre precios o descuentos. • Conocer que productos tienen mayor demanda para a partir de ellos, desarrollar estrategias que beneficien a la empresa. • Ayudar a que la instalación permanezca limpia y organizada en todo momento. 		
INTERFAZ:		
<ul style="list-style-type: none"> • Todo el personal que labora en la empresa. • Clientes. • Proveedores. 		
REQUISITOS MÍNIMOS:		
EDUCACIÓN:	No requerida.	
EXPERIENCIA:	<ul style="list-style-type: none"> • Más de dos meses en cargos similares. • Puntual. • Capacidad de escuchar. • Organizada. 	

Elaborado por: El autor

Capítulo V

Estudio Financiero

El estudio financiero es un análisis contable de elementos financieros tales como gastos financieros, ingresos, costos, plan de inversión; con el objetivo de evaluar la situación económica del negocio para aplicar medidas correctivas en caso de que los resultados no sean los esperados.

Es por tal motivo, que en el presente capítulo se detallan temas a cerca de la inversión que aplica ADIC Importadora para el correcto funcionamiento de todas sus actividades, tales como, los activos fijos, activos diferidos, activo circulante o capital de trabajo. De igual forma, se analiza el financiamiento de la inversión, el presupuesto proyectado, el costo unitario de producción, el precio de venta al público y los ingresos por ventas, que son aspectos fundamentales para el estado de pérdidas y ganancias, y el punto de equilibrio en función a las ventas y a la capacidad instalada.

Toda la información proporcionada en este capítulo, sirve como apoyo para el desarrollo del próximo capítulo, la evaluación financiera.

5.1 Inversiones

Se refiere a la utilización de recursos capitales con la finalidad de lograr ganancias o beneficios, por lo que se debe contar con recursos financieros como es el dinero. Los factores que intervienen en una inversión son acontecimientos políticos, las expectativas y variaciones en los tipos de interés.

5.1.1 Inversión en activos fijos

Bienes utilizados para las actividades que la empresa desarrolle tales como terrenos construcciones, maquinaria y equipo, muebles y enseres, entre otros. Por ende, la inversión en activos fijos es trascendental, debido a que los mismos necesitan renovación porque en determinados años se deprecian.

5.1.1.1 Herramientas, muebles, enseres de producción

Las herramientas, muebles y enseres de producción, son imprescindibles para ADIC Importadora, debido a que permiten que los clientes visualicen o perciban los productos de una forma más detallada para su posterior adquisición. Para ello se requiere de 3 góndolas, 5 exhibidores de madera, 2 vitrinas corona, una máquina preciadora, una impresora térmica de código de barras y 3 sillas para la sala de espera, con un total de \$6.453,86, a una depreciación del 10% y una vida útil de 10 años, como se detalla en las siguientes tablas:

Tabla 51. Herramientas, muebles y enseres de comercialización

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Góndola	3	\$ 1.666,67	\$ 5.000,01
Exhibidores de madera	5	\$ 160,00	\$ 800,00
Vitrina corona	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Máquina preciadora	1	\$ 7,85	\$ 7,85
Impresora térmica de Código de barras	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Sillas para sala de espera	3	\$ 22,00	\$ 66,00
TOTAL		\$ 2.236,52	\$ 6.453,86

Fuente: ADIC Importadora
Elaboración: El autor

Tabla 52. Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción

Valor del activo		\$ 6.453,86	
Años de vida útil	10	Depreciación	10,00%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN N
0	\$ 6.453,86	645,39	\$ 580,85
1	\$ 5.808,47		\$ 580,85
2	\$ 5.227,63		\$ 580,85
3	\$ 4.646,78		\$ 580,85
4	\$ 4.065,93		\$ 580,85
5	\$ 3.485,08		\$ 580,85
6	\$ 2.904,24		\$ 580,85
7	\$ 2.323,39		\$ 580,85
8	\$ 1.742,54		\$ 580,85
9	\$ 1.161,69		\$ 580,85
10	\$ 580,85		\$ 580,85

Fuente: Tabla 51
Elaboración: El autor

5.1.1.2 Equipos de oficina

Son indispensables ya que permiten tener comunicación directa con proveedores y clientes, para ello es necesario de tres teléfonos fijos, mismos que ascienden a un valor de \$90,00 a una depreciación del 10%, como se puede apreciar a continuación:

Tabla 53. Equipos de oficina

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO		COSTO TOTAL	
Telefono fijo con extensiones	3	\$	30,00	\$	90,00
TOTAL		\$	30,00	\$	90,00

Fuente: ADIC Importadora

Elaboración: El autor

Tabla 54. Depreciación equipos de oficina

Valor del activo		\$		90,00	
Años de vida útil		10		Depreciación 10,00%	
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL	
0	\$ 90,00	9,00	\$ 8,10	\$ 81,00	
1	\$ 81,00		\$ 8,10	\$ 72,90	
2	\$ 72,90		\$ 8,10	\$ 64,80	
3	\$ 64,80		\$ 8,10	\$ 56,70	
4	\$ 56,70		\$ 8,10	\$ 48,60	
5	\$ 48,60		\$ 8,10	\$ 40,50	
6	\$ 40,50		\$ 8,10	\$ 32,40	
7	\$ 32,40		\$ 8,10	\$ 24,30	
8	\$ 24,30		\$ 8,10	\$ 16,20	
9	\$ 16,20		\$ 8,10	\$ 8,10	
10	\$ 8,10		\$ 8,10	\$ -	

Fuente: Tabla 53

Elaboración: El autor

Tabla 57. Depreciación 2 equipos de computación

Valor del activo		\$ 1.442,15			
Años de vida útil		3		Depreciación 33,33%	
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
			N		
0	\$ 1.442,15	\$ 480,72	\$ 320,48	\$ 320,48	\$ 961,43
1	\$ 961,43		\$ 320,48	\$ 320,48	\$ 640,96
2	\$ 640,96		\$ 320,48	\$ 320,48	\$ 320,48
3	\$ 320,48		\$ 320,48	\$ 320,48	\$ -

Fuente: Tabla 55

Elaboración: El autor

5.1.1.4 Muebles y enseres de administración

Son bienes que están destinados para el personal del área administrativa, como por ejemplo un escritorio ejecutivo, dos escritorios sencillos y 3 sillas giratorias, que tienen un valor total de \$375,70, y la depreciación del 10%. A continuación, se muestra dicha información.

Tabla 58. Muebles y enseres de administración

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Escritorio sencillo	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Sillas giratorias	3	\$ 51,90	\$ 155,70
TOTAL		\$ 211,90	\$ 375,70

Fuente: ADIC Importadora

Elaboración: El autor

Tabla 59. Depreciación muebles y enseres de administración

Valor del activo		\$ 375,70		
Años de vida útil	10	Depreciación	10,00%	
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 375,70	37,57	\$ 33,81	\$ 338,13
1	\$ 338,13		\$ 33,81	\$ 304,32
2	\$ 304,32		\$ 33,81	\$ 270,50
3	\$ 270,50		\$ 33,81	\$ 236,69
4	\$ 236,69		\$ 33,81	\$ 202,88
5	\$ 202,88		\$ 33,81	\$ 169,07
6	\$ 169,07		\$ 33,81	\$ 135,25
7	\$ 135,25		\$ 33,81	\$ 101,44
8	\$ 101,44		\$ 33,81	\$ 67,63
9	\$ 67,63		\$ 33,81	\$ 33,81
10	\$ 33,81		\$ 33,81	\$ 0,00

Fuente: Tabla 58

Elaboración: El autor

5.1.1.5 Vehículo

Para las diferentes actividades que el personal de la importadora necesita realizar fuera de la empresa, y para la entrega de determinados productos a domicilio, es indispensable un auto Hyundai Tucson ix, que tiene un valor de \$16,500, con una vida útil de 5 años y una depreciación del 20%.

Tabla 60. Vehículo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Auto Hyundai Tucson ix	1	\$ 16.500,00	\$ 16.500,00
TOTAL		\$ 16.500,00	\$ 16.500,00

Fuente: ADIC Importadora

Elaboración: El autor

Tabla 61. Depreciación vehículo

Valor del activo		\$			
		16.500,00			
Años de vida útil			5	Depreciación	20,00%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL		DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 16.500,00	3300,00		\$ 2.640,00	\$ 13.200,00
1	\$ 13.200,00			\$ 2.640,00	\$ 10.560,00
2	\$ 10.560,00			\$ 2.640,00	\$ 7.920,00
3	\$ 7.920,00			\$ 2.640,00	\$ 5.280,00
4	\$ 5.280,00			\$ 2.640,00	\$ 2.640,00
5	\$ 2.640,00			\$ 2.640,00	\$ -

Fuente: Tabla 60

Elaboración: El autor

5.1.1.6 Resumen de depreciaciones de activos fijos

Como se mencionó con anterioridad, los activos fijos con el tiempo pierden valor, por tal motivo es indispensable que las empresas renueven sus activos ante su depreciación, para así tener una visión en cuanto a futuros costos y gastos, de su presupuesto.

En la siguiente tabla, se muestra el resumen de las depreciaciones de los activos fijos que previamente fueron calculados. Dando como resultado un valor total de activo de \$26.256,71, una depreciación anual de \$3.893,24 y un valor de salvamento de \$3.434,28.

Tabla 62. Resumen de depreciaciones de activos fijos

ACTIVOS	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR SALVAMENTO
Herramientas, muebles y enseres de producción	\$ 6.453,86	10	\$ 645,39	\$ 580,85	\$ 2.904,24
Equipo de oficina	\$ 90,00	10	\$ 9,00	\$ 8,10	\$ 40,50
Equipo de computación	\$ 1.395,00	3	\$ 465,00	\$ 310,00	\$ -
Equipo de computación reinversión	\$ 1.442,15	3	\$ 480,72	\$ 320,48	\$ 320,48
Muebles y enseres de administración	\$ 375,70	10	\$ 37,57	\$ 33,81	\$ 169,07
Vehículo	\$ 16.500,00	5	\$ 3.300,00	\$ 2.640,00	\$ -
TOTAL	\$ 26.256,71		\$ 4.937,67	\$ 3.893,24	\$ 3.434,28

Fuente: Tabla 51,52,53,54,55,56,57,58,59,60,61

Elaboración: El autor

5.1.1.7 Resumen de activos fijos

La inversión total de los activos fijos de la importadora, se detalla en la siguiente tabla de resumen:

Tabla 63. Resumen de activos fijos

DETALLE	VALOR	
Herramientas, muebles y enseres de producción	\$	6.453,86
Equipo de oficina	\$	90,00
Equipo de computación	\$	1.395,00
Equipo de computación re inversión	\$	1.442,15
Muebles y enseres de administración	\$	375,70
Vehículo	\$	16.500,00
TOTAL	\$	26.256,71

Fuente: Tabla 62

Elaboración: El autor

5.1.2 Inversión en activos diferidos

Para la importadora, se tomará en cuenta los derechos o servicios que se requieren para el correcto funcionamiento de la misma, como, por ejemplo, el estudio preliminar, la constitución legal, la adecuación del local y el permiso de funcionamiento.

Los datos fueron obtenidos, gracias a la buena relación con el gerente de la importadora el Sr. Ángel Iván Robalino Quito, que estuvo en la disposición de poder manifestar cuáles son los valores exactos de los permisos antes mencionados, dando un valor total de \$721,00.

La amortización es calculada para los 5 años de duración del proyecto, mismo que es dividido para el valor total del activo, es decir, \$721,00, dando como resultado \$144,20 de amortización para cada uno de los años.

Tabla 64. Activos diferidos

DETALLE	VALOR TOTAL
Estudio preliminar	\$ 100,00
Constitución legal	\$ 150,00
Patente municipal	\$ 60,00
Adecuación del local	\$ 400,00
Permiso de funcionamiento (bomberos)	\$ 11,00
TOTAL	\$ 721,00

Fuente: ADIC Importadora

Elaboración: El autor

Tabla 65. Amortización

DESCRIPCIÓN	VALOR DEL ACTIVO	PERIODO DE RECUPERACIÓN	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Activo diferido	\$ 721,00	5	\$ 144,20	\$ 144,20	\$ 144,20	\$ 144,20	\$ 144,20

Fuente: Tabla 64

Elaboración: El autor

5.1.3 Inversión en activo circulante o capital de trabajo

Los activos circulantes, son los bienes líquidos de una empresa, en otras palabras, es el dinero con el que dispone el negocio para poder solventar cualquier situación que se le presente.

Para ello se toma en consideración, el costo de importación de los artículos para el hogar, servicios básicos de administración, indumentaria del personal, sueldos y salarios administrativos y al personal de ventas, suministros de oficina, utensilios de aseo, la publicidad, el combustible y el mantenimiento del vehículo de la importadora.

Para el cálculo de los diferentes activos circulantes y su respectivo incremento, se considera la inflación del 3,38%, proporcionada por el Banco Central del Ecuador.

5.1.3.1 Importación de artículos para el hogar

En este caso se toma en consideración los costos totales de la importación, definidos en la ingeniería del proyecto (tabla 41), en la cual se detalla la cantidad importada de todos los artículos para el hogar, además de su precio unitario, dando un precio mensual de \$17,254,00 y un precio anual de \$34.508,01. En los mismos ya está incluido el valor del flete, seguro, incoterm, ad-valorem, Fodinfra, IVA y el agente de aduana.

Su proyección es en base a la tasa de inflación del 3,38%, para conocer el incremento por cada año, como se puede observar a continuación:

Tabla 66. Importación de artículos para el hogar

DETALLE	PAÍS DE ORIGEN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
11 piezas de silicona, mango de madera + tarro plástico	China	115	\$3,76	\$432,40	\$864,80
Prensa de plástico para ajo	China	110	\$0,34	\$37,40	\$74,80
Estante metálico de verduras giratorio de 4 niveles	China	50	\$7,34	\$367,00	\$734,00
Juego de cuchillos coloridos de metal 6 piezas	China	90	\$1,43	\$128,70	\$257,40
Cortador de aguacate 3 en 1	China	50	\$0,11	\$5,50	\$11,00
Tapete para niños. Material: Polyester 80*120 cm	China	50	\$2,95	\$147,50	\$295,00
Piezas de decoración de pasteles horneados + plato giratorio de pastelería	China	50	\$8,99	\$449,50	\$899,00
Mini sarten de acero inoxidable para huevos	China	100	\$0,26	\$26,00	\$52,00
Tazas medidoras de acero inoxidable + plástico, 8 piezas	China	100	\$0,43	\$43,00	\$86,00
Soporte de plástico para joyas	China	100	\$0,77	\$77,00	\$154,00
Rebanador de frutas de acero inoxidable	China	115	\$0,34	\$39,10	\$78,20
Brocha y espátula de silicona resistentes al calor	China	300	\$0,23	\$69,00	\$138,00
Caja de almacenamiento de plástico con particiones pequeñas, doble capa para dulces y alimentos	China	100	\$1,27	\$127,00	\$254,00

Cortador y triturador de vegetales de acero inoxidable	China	150	\$1,27	\$190,50	\$381,00
Soporte magnético para celular multifuncional de metal	China	100	\$0,35	\$35,00	\$70,00
Molde de plástico para helados	China	200	\$0,23	\$46,00	\$92,00
Mini impresora BT de plástico	China	100	\$6,00	\$600,00	\$1.200,00
Tarros de cristal cuadrados para especias + tapas herméticas + etiquetas	China	2000	\$0,12	\$240,00	\$480,00
Estante de especias giratorio de metal + 20 tarros de cristal con tapa de metal pc/set	China	150	\$3,34	\$501,00	\$1.002,00
Portafundas de metal plegable	China	150	\$0,26	\$39,00	\$78,00
Sartén de piedra médica para tortillas sin tapa	China	100	\$2,34	\$234,00	\$468,00
SUBTOTAL				\$3.834,60	\$7.669,20
Flete Marítimo en origen				\$3.429,14	\$6.858,28
Seguro				\$53,83	\$107,66
FOB				\$5.382,81	\$10.765,62
TOTAL EN ADUANA				\$12.700,38	\$25.400,76
Ad-valorem 20%				\$2.540,08	\$5.080,15
Fodinfra 0,5%				\$63,50	\$127,00
IVA 12%				\$1.524,05	\$3.048,09
TOTAL ARANCELES				\$4.127,62	\$8.255,25
Agente en aduana				\$426,00	\$852,00
TOTAL COSTO DE IMPORTACION				\$17.254,00	\$34.508,01

Fuente: ADIC Importadora

Elaboración: El autor

Tabla 67. Importación de artículos para el hogar

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 34.508,01
2	\$ 35.674,38
3	\$ 36.880,17
4	\$ 38.126,72
5	\$ 39.415,40

Fuente: Tabla 66

Elaboración: El autor

5.1.3.2 Servicios básicos de administración

Los servicios básicos constituyen la energía eléctrica kW/h, un plan de teléfono fijo e internet. El consumo de los mismos es moderado, debido a que las actividades de la importadora no son de producción. El valor total de los servicios mensualmente es de \$35,18 y anual de \$440,56.

Tabla 68. Servicios básicos de administración

ESPECIFICACIONES	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Energía eléctrica kW/h	15	380	\$ 0,09	\$ 1,38	\$ 34,96
Teléfono fijo	1	12	\$ 8,80	\$ 8,80	\$ 105,60
Internet	1	12	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL				\$ 35,18	\$ 440,56

Fuente: EERSSA, Ultranet

Elaboración: El autor

La tabla 68, muestra que para el año 1, el valor total es de \$440,56, llegando al año 5 un incremento de \$503,21.

Tabla 69. Incremento servicios básicos de administración

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 440,56
2	\$ 455,45
3	\$ 470,85
4	\$ 486,76
5	\$ 503,21

Fuente: Tabla 68

Elaboración: El autor

5.1.3.3 Indumentaria del personal

La indumentaria consiste en la vestimenta que el personal de ADIC Importadora llevará puesto, durante todo el tiempo que realicen sus respectivas actividades. En este caso, se necesita de una camisa polo con el logo de la importadora, ascendiendo a un valor de \$90,00, como se puede observar en las siguientes tablas:

Tabla 70. Indumentaria del personal

ESPECIFICACIONES	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Camisa Polo	3	6	\$ 15,00	\$ 45,00	\$ 90,00
TOTAL			\$ 15,00	\$ 45,00	\$ 90,00

Fuente: ADIC Importadora

Elaboración: El autor

Tabla 71. Incremento indumentaria de personal

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 90,00
2	\$ 93,04
3	\$ 96,19
4	\$ 99,44
5	\$ 102,80

Fuente: Tabla 70
Elaboración: El autor

5.1.3.4 Sueldos y salarios administrativos

Se refiere al gerente y a la contadora-secretaria, que es el personal que trabaja en el área administrativa. El valor monetario es de acorde a las condiciones de la importadora, por lo que el gerente tiene un salario de \$1.500,00 y la contadora-secretaria de \$800,00.

Los salarios de forma mensual y anual, son obtenidos partiendo del décimo tercer sueldo, que es calculado dividiendo el sueldo básico unificado de cada puesto administrativo para doce meses, el décimo cuarto sueldo, dividiendo el salario básico del Ecuador, que es \$425,00 para doce meses, las vacaciones dividiendo el sueldo básico para 24 que es el número total de quincenas que tiene un año, el aporte patronal y los fondos de reserva, que son multiplicados al sueldo básico por 12,15% y 8,33% respectivamente, obteniendo el total de remuneración que finalmente es multiplicado por el número de empleados y posteriormente dicho resultado multiplicado para 12 meses, dando así el total anual de cada puesto, como se puede apreciar a continuación:

Tabla 72. Sueldos y salarios administrativos

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	GERENTE	CONTADORA-SECRETARIA
Sueldo Básico Unificado	\$ 1.500,00	\$ 800,00
Décimo Tercero	\$ 125,00	\$ 66,67
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 35,42	\$ 35,42
Vacaciones	\$ 62,50	\$ 33,33
Aporte Patronal 12,15%	\$ 182,25	\$ 97,20
Fondos de reserva 8,33%	\$ 124,95	\$ 66,64
TOTAL REMUNERACIÓN	\$ 2.030,12	\$ 1.099,26
# de empleados	1	1
TOTAL MENSUAL	\$ 2.030,12	\$ 1.099,26
TOTAL ANUAL	\$ 24.361,40	\$ 13.191,08

Fuente: ADIC Importadora

Elaboración: El autor

Tabla 73. Incremento sueldos y salarios administrativos

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$37.552,48
2	\$38.821,75
3	\$40.133,93
4	\$41.490,46
5	\$42.892,83

Fuente: Tabla 72

Elaboración: El autor

5.1.3.5 Sueldo al personal de ventas

Es la persona encargada de asistir a los clientes a ubicar la mercancía que desean adquirir; el sueldo del mismo es \$425,00 (salario básico), debido a que trabaja tiempo completo en la importadora. Su remuneración mensual más todos los beneficios de la ley es de \$600,58 y anual de \$7.206,98.

El incremento del sueldo del vendedor, es proyectado con una tasa de inflación del 3,38%, como se detalla a continuación:

Tabla 74. Sueldo al personal de ventas

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO
	VENDEDOR
Sueldo Básico Unificado	\$ 425,00
Décimo Tercero	\$ 35,42
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 35,42
Vacaciones	\$ 17,71
Aporte Patronal 12,15%	\$ 51,64
Fondos de reserva 8,33%	\$ 35,40
TOTAL REMUNERACIÓN	\$ 600,58
# de empleados	1
TOTAL MENSUAL	\$ 600,58
TOTAL ANUAL	\$ 7.206,98

Fuente: ADIC Importadora

Elaboración: El autor

Tabla 75. Incremento sueldo al personal de ventas

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 7.206,98
2	\$ 7.450,58
3	\$ 7.702,41
4	\$ 7.962,75
5	\$ 8.231,89

Fuente: Tabla 74

Elaboración: El autor

5.1.3.6 Suministros de oficina

Los útiles de aseo son imprescindibles en la importadora, puesto que permiten el correcto y adecuado funcionamiento de todas las actividades de la misma, como se detalla en la tabla 75.

El precio anual es de \$152,15, que, proyectado para los 5 años de proyecto, da los siguientes resultados:

Tabla 76. Suministros de oficina

ESPECIFICACIONES	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Lápiz (caja x 12)	1	1	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30
Esferos (caja x 24)	1	1	\$ 0,45	\$ 0,45	\$ 0,45
Resaltadores	2	6	\$ 0,80	\$ 1,60	\$ 4,80
Cuaderno espiral x 100 hojas	2	4	\$ 1,40	\$ 2,80	\$ 5,60
Grapadora	2	2	\$ 4,75	\$ 9,50	\$ 9,50
Perforadora	1	1	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Agenda	2	2	\$ 10,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Archivador	1	2	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 5,00

Talonario de facturas (1 paquete de 100 facturas)	2	8	\$	13,00	\$	26,00	\$	104,00
TOTAL			\$	35,70	\$	65,65	\$	152,15

Fuente: Librería Lorenita

Elaboración: El autor

Tabla 77. Incremento suministros de oficina

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 152,15
2	\$ 157,29
3	\$ 162,61
4	\$ 168,11
5	\$ 173,79

Fuente: Tabla 76

Elaboración: El autor

5.1.3.7 Útiles de aseo

Utensilios que mantienen limpia y ordenada a la importadora, propiciando un buen nivel de higiene y un buen ambiente laboral. A continuación, se detalla, de los cuales hace uso ADIC Importadora:

En relación al valor total de los útiles de aseo, se proyecta su incremento por el 3,38% de inflación.

Tabla 78. Útiles de aseo

ESPECIFICACIONES	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Escoba	1	3	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 7,50
Recogedor	1	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
Basurero	1	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Trapeador	1	3	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 9,00
Balde para trapeador	1	1	\$ 8,00	\$ 8,00	\$ 8,00
Cloro (galón)	1	6	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 36,00
Jabón líquido de tocador 1 lt	1	10	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 35,00
Gel desinfectante 1 lt	1	5	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 30,00
Papel higiénico x 12 rollos	1	4	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 12,00
TOTAL			\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 150,50

Fuente: Supermaxi

Elaboración: El autor

Tabla 79. Incremento útiles de aseo

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 150,50
2	\$ 155,59
3	\$ 160,85
4	\$ 166,28
5	\$ 171,90

Fuente: Tabla 78

Elaboración: El autor

5.1.3.8 Publicidad

Se incluyen todos aquellos canales de distribución, medios y técnicas que van a dar a conocer los productos al mercado objetivo. La publicidad de los artículos para el hogar será realizada a través de las redes sociales, de acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas a las familias de Catamayo (tabla 15 – capítulo I), pero en especial

en las redes sociales que están en auge hoy en día, que son TikTok e Instagram (tabla 16).

La publicidad será por medio de anuncios, en la cual TikTok tiene un precio unitario de \$10,00 por anuncio, e Instagram de \$0,65, dando un valor total anual de \$127,50, mismo que es proyectado para todos los años del proyecto.

Tabla 80. Publicidad

ESPECIFICACIONES	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
In-feed ads en TikTok	1	12	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Anuncio de Instagram x cada clic (150 clic por año)	6	150	\$ 0,05	\$ 0,30	\$ 7,50
TOTAL			\$ 10,05	\$ 10,30	\$ 127,50

Fuente: Perfluence

Elaboración: El autor

Tabla 81. Incremento publicidad

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 127,50
2	\$ 131,81
3	\$ 136,26
4	\$ 140,87
5	\$ 145,63

Fuente: Tabla 80

Elaboración: El autor

5.1.3.9 Combustible y mantenimiento

ADIC Importadora requiere de un auto Hyundai Tucson ix, para realizar diferentes actividades fuera de la misma. No obstante, para el correcto funcionamiento del mismo, es indispensable tomar en consideración la gasolina, los cambios de aceite y el mantenimiento.

El mantenimiento general del auto de forma anual significa una inversión de \$347,00, mismos que se proyectan para todos los años del presente proyecto, considerando el valor de la tasa de inflación de 3,38%, como se detalla en las siguientes tablas:

Tabla 82. Combustible y mantenimiento

ESPECIFICACIONES	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Eco País 85 octanos (galón)	5	60	\$ 2,45	\$ 12,25	\$ 147,00
Cambio de aceite	1	4	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 120,00
Mantenimiento	1	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL			\$ 112,45	\$ 122,25	\$ 347,00

Fuente: Global Petrol Prices

Elaboración: El autor

Tabla 83. Incremento combustible y mantenimiento

AÑOS	VALOR TOTAL
	3,38%
1	\$ 347,00
2	\$ 358,73
3	\$ 370,85
4	\$ 383,39
5	\$ 396,35

Fuente: Tabla 82

Elaboración: El autor

5.1.3.10 Resumen de activos circulantes o capital de trabajo

A continuación, se hace la recopilación de todos los activos correspondientes al activo circulante o capital de trabajo, mismo que tiene un valor mensual de \$21.307,34 y un valor anual de \$80.575,18, como se detalla a continuación:

Tabla 84. Resumen del activo circulante

DETALLE	TABLA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Importación de artículos para el hogar	66	\$ 17.254,00	\$ 34.508,01
Servicios Básicos de administración	68	\$ 35,18	\$ 440,56
Indumentaria del personal	70	\$ 45,00	\$ 90,00
Sueldos y salarios administrativos	72	\$ 3.129,37	\$ 37.552,48
Sueldo al personal de ventas	74	\$ 600,58	\$ 7.206,98
Suministros de oficina	76	\$ 65,65	\$ 152,15
Útiles de aseo	78	\$ 45,00	\$ 150,50
Publicidad	80	\$ 10,30	\$ 127,50
Combustible y mantenimiento	82	\$ 122,25	\$ 347,00
TOTAL		\$ 21.307,34	\$ 80.575,18

Fuente: Tabla 66,68,70,72,74,76,78,80,82

Elaboración: El autor

5.1.3.11 Resumen de la inversión

Se recopila el total de los activos antes calculados, es decir, los activos fijos (anualmente), activos diferidos (anualmente), y el activo circulante (mensualmente). Dando un valor total de \$48.285,05 de inversión para ADIC Importadora.

Tabla 85. Resumen de la inversión

DETALLE	TABLA N.º	VALOR
Activo Fijo	63	\$ 26.256,71
Activo Diferido	64	\$ 721,00
Activo Circulante	84	\$ 21.307,34
TOTAL		\$ 48.285,05

Fuente: Tabla 63,64,84

Elaboración: El autor

5.2 Financiamiento

El valor total de la inversión es de \$48.285,05, mismos que estarán financiados en un 41,42% por un préstamo realizado en una entidad financiera, y el 58,58% por la aportación de los socios; como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 86. Financiamiento de la inversión

CAPITAL	VALOR	PORCENTAJE
Préstamo	\$ 20.000,00	41,42%
Aporte de los socios	\$ 28.285,05	58,58%
Total Inversión	\$ 48.285,05	100%

Fuente: Tabla 85

Elaboración: El autor

El préstamo se lo realiza en base a la siguiente información:

Entidad: Banco de Loja

Capital: \$20.000,00

Interés: 14,50%

Plazo: 5 años

Pago: Semestralmente

Tabla 87. Tabla de amortización

AÑO	SEMESTRE	AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDOS	CAPITAL REDUCIDO
0	0				\$ 20.000,00
1	1	\$ 2.000,00	\$ 1.450,00	\$ 3.450,00	\$ 18.000,00
	2	\$ 2.000,00	\$ 1.305,00	\$ 3.305,00	\$ 16.000,00
2	3	\$ 2.000,00	\$ 1.160,00	\$ 3.160,00	\$ 14.000,00
	4	\$ 2.000,00	\$ 1.015,00	\$ 3.015,00	\$ 12.000,00
3	5	\$ 2.000,00	\$ 870,00	\$ 2.870,00	\$ 10.000,00
	6	\$ 2.000,00	\$ 725,00	\$ 2.725,00	\$ 8.000,00
4	7	\$ 2.000,00	\$ 580,00	\$ 2.580,00	\$ 6.000,00
	8	\$ 2.000,00	\$ 435,00	\$ 2.435,00	\$ 4.000,00
5	9	\$ 2.000,00	\$ 290,00	\$ 2.290,00	\$ 2.000,00
	10	\$ 2.000,00	\$ 145,00	\$ 2.145,00	\$ -

Fuente: Tabla 86

Elaboración: El autor

5.3 Análisis de los costos

El análisis de los costos se lo realiza en base a la inversión de los activos, debido a que son rubros muy importantes y necesarios para el acoplamiento y actividades de la importadora.

5.3.1 Presupuesto proyectado o preformado

Constituye todos los costos y gastos que tendrá la importadora, tomando en consideración los costos de producción, gastos generales de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros, otros gastos, además de las diferentes depreciaciones. De igual forma, se muestra el incremento al año 5, con una tasa de inflación del 3,38%.

Tabla 88. Presupuesto proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTO PRIMO					
Artículos Importados	\$ 34.508,01	\$ 35.674,38	\$ 36.880,17	\$ 38.126,72	\$ 39.415,40
TOTAL DE COSTO PRIMO	\$ 34.508,01	\$ 35.674,38	\$ 36.880,17	\$ 38.126,72	\$ 39.415,40
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
Indumentaria de personal	\$ 90,00	\$ 93,04	\$ 96,19	\$ 99,44	\$ 102,80
Depreciación herramientas, muebles y enseres de comercialización	\$ 580,85	\$ 580,85	\$ 580,85	\$ 580,85	\$ 580,85
TOTAL GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	\$ 670,85	\$ 673,89	\$ 677,03	\$ 680,29	\$ 683,65
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 35.178,85	\$ 36.348,27	\$ 37.557,21	\$ 38.807,01	\$ 40.099,05
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios de administración	\$ 37.552,48	\$ 38.821,75	\$ 40.133,93	\$ 41.490,46	\$ 42.892,83
Suministros de oficina	\$ 152,15	\$ 157,29	\$ 162,61	\$ 168,11	\$ 173,79
Útiles de aseo	\$ 150,50	\$ 155,59	\$ 160,85	\$ 166,28	\$ 171,90
Servicios básicos de administración	\$ 440,56	\$ 455,45	\$ 470,85	\$ 486,76	\$ 503,21
Depreciación equipos de oficina	\$ 8,10	\$ 8,10	\$ 8,10	\$ 8,10	\$ 8,10
Depreciación equipos de computación	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 320,48	\$ 320,48
Depreciación muebles y enseres de administración	\$ 33,81	\$ 33,81	\$ 33,81	\$ 33,81	\$ 33,81
Amortización de los activos diferidos	\$ 144,20	\$ 144,20	\$ 144,20	\$ 144,20	\$ 144,20

TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 38.791,80	\$ 40.086,20	\$ 41.424,34	\$ 42.818,19	\$ 44.248,33
GASTOS DE VENTA					
Sueldos al personal de ventas	\$ 7.206,98	\$ 7.450,58	\$ 7.702,41	\$ 7.962,75	\$ 8.231,89
Publicidad	\$ 127,50	\$ 131,81	\$ 136,26	\$ 140,87	\$ 145,63
Depreciación del vehículo	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,00
Combustible y mantenimiento	\$ 347,00	\$ 358,73	\$ 370,85	\$ 383,39	\$ 396,35
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 10.321,48	\$ 10.581,11	\$ 10.849,52	\$ 11.127,01	\$ 11.413,87
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del préstamo	\$ 2.755,00	\$ 2.175,00	\$ 1.595,00	\$ 1.015,00	\$ 435,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.755,00	\$ 2.175,00	\$ 1.595,00	\$ 1.015,00	\$ 435,00
OTROS GASTOS					
Amortización del capital	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
TOTAL OTROS GASTOS	\$ 4.000,00				
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 55.868,28	\$ 56.842,31	\$ 57.868,87	\$ 58.960,20	\$ 60.097,19
TOTAL PRESUPUESTO COSTOS TOTALES	\$ 91.047,14	\$ 93.190,58	\$ 95.426,07	\$ 97.767,21	\$100.196,24

Fuente: Tabla 62,65,84

Elaboración: El autor

5.3.2 Clasificación de los costos

Se refiere a los costos fijos y variables de la importadora. Es decir, los fijos son costos constantes, mientras que los fijos van a depender de las actividades del negocio.

A continuación, se detalla toda la información en relación a los 5 años del proyecto.

Tabla 89. Clasificación de los costos

DETALLE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
COSTO PRIMO										
Materia prima directa		\$ 34.508,01		\$ 35.674,38		\$36.880,17		\$38.126,72		\$39.415,40
TOTAL DE COSTO PRIMO		\$ 34.508,01		\$ 35.674,38		\$36.880,17		\$38.126,72		\$39.415,40
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN										
Indumentaria de personal	\$ 90,00		\$ 93,04		\$ 96,19		\$ 99,44		\$ 102,80	
Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción	\$ 580,85		\$ 580,85		\$ 580,85		\$ 580,85		\$ 580,85	
TOTAL GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	\$ 670,85		\$ 673,89		\$ 677,03		\$ 680,29		\$ 683,65	
DE FABRICACIÓN										
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 670,85	\$ 34.508,01	\$ 673,89	\$ 35.674,38	\$ 677,03	\$36.880,17	\$ 680,29	\$38.126,72	\$ 683,65	\$39.415,40
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos y salarios de administración	\$ 37.552,48		\$ 38.821,75		\$ 40.133,93		\$41.490,46		\$42.892,83	
Suministros de oficina	\$ 152,15		\$ 157,29		\$ 162,61		\$ 168,11		\$ 173,79	
Útiles de aseo	\$ 150,50		\$ 155,59		\$ 160,85		\$ 166,28		\$ 171,90	
Servicios básicos de administración		\$ 440,56		\$ 455,45		\$ 470,85		\$ 486,76		\$ 503,21
Depreciación equipos de oficina	\$ 8,10		\$ 8,10		\$ 8,10		\$ 8,10		\$ 8,10	

Depreciación equipos de computación	\$ 310,00		\$ 310,00		\$ 310,00		\$ 320,48		\$ 320,48	
Depreciación muebles y enseres de administración	\$ 33,81		\$ 33,81		\$ 33,81		\$ 33,81		\$ 33,81	
Amortización de los activos diferidos	\$ 144,20		\$ 144,20		\$ 144,20		\$ 144,20		\$ 144,20	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 38.351,24	\$ 440,56	\$ 39.630,75	\$ 455,45	\$ 40.953,50	\$ 470,85	\$42.331,43	\$ 486,76	\$43.745,11	\$ 503,21
GASTOS DE VENTA										
Sueldos al personal de ventas	\$ 7.206,98		\$ 7.450,58		\$ 7.702,41		\$ 7.962,75		\$ 8.231,89	
Publicidad	\$ 127,50		\$ 131,81		\$ 136,26		\$ 140,87		\$ 145,63	
Depreciación del vehículo	\$ 2.640,00		\$ 2.640,00		\$ 2.640,00		\$ 2.640,00		\$ 2.640,00	
Combustible y mantenimiento		\$ 347,00		\$ 358,73		\$ 370,85		\$ 383,39		\$ 396,35
TOTAL GASTOS DE VENTAS	\$ 9.974,48	\$ 347,00	\$ 10.222,39	\$ 358,73	\$ 10.478,67	\$ 370,85	\$10.743,62	\$ 383,39	\$11.017,52	\$ 396,35
GASTOS FINANCIEROS										
Interés del préstamo	\$ 2.755,00		\$ 2.175,00		\$ 1.595,00		\$ 1.015,00		\$ 435,00	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$ 2.755,00		\$ 2.175,00		\$ 1.595,00		\$ 1.015,00		\$ 435,00	
OTROS GASTOS										
Amortización del capital	\$ 4.000,00		\$ 4.000,00		\$ 4.000,00		\$ 4.000,00		\$ 4.000,00	
TOTAL OTROS GASTOS	\$ 4.000,00		\$ 4.000,00		\$ 4.000,00		\$ 4.000,00		\$ 4.000,00	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$ 55.080,72	\$ 787,56	\$ 56.028,13	\$ 814,18	\$ 57.027,17	\$ 841,70	\$58.090,05	\$ 870,15	\$59.197,63	\$ 899,56

TOTAL PRESUPUESTO COSTOS FIJOS Y VARIABLES	\$ 55.751,57	\$ 35.295,57	\$ 56.702,02	\$ 36.488,56	\$ 57.704,20	\$37.721,87	\$58.770,34	\$38.996,87	\$59.881,28	\$40.314,96
	\$	91.047,14	\$	93.190,58	\$	95.426,07	\$	97.767,21	\$	100.196,24

Fuente: Tabla 88

Elaboración: El autor

5.3.3 Costo unitario de comercialización

El costo unitario es muy importante para conocer cuál es el valor promedio los artículos para decorar el hogar y su incremento hacia el año 5. Es calculado en base a los costos totales de importación dividido para el número de unidades importadas anualmente.

En la tabla 90, se puede apreciar el costo unitario proyectado, en donde en el año 1 es de \$18,21, llegando al año 5 a \$20,04.

Tabla 90. Costo unitario de comercialización

AÑOS	COSTO TOTAL	UNIDADES IMPORTADAS	COSTO UNITARIO DE COMERCIALIZACIÓN
1	\$ 91.047,14	5000	\$ 18,21
2	\$ 93.190,58	5000	\$ 18,64
3	\$ 95.426,07	5000	\$ 19,09
4	\$ 97.767,21	5000	\$ 19,55
5	\$ 100.196,24	5000	\$ 20,04

Fuente: Tabla 41,88

Elaboración: El autor

5.3.4 Precio de venta al público

Para determinar el P.V.P, se multiplica el costo unitario por el margen de utilidad y su incremento, el cual no va a ser constante, por ejemplo, para el año 1 es de 50% y para el año 5 de 54%, dando como resultado un precio de venta al público de \$27,31 para el primer año y \$30,06 para el quinto año. En la siguiente tabla se detalla dicha información.

Tabla 91. P.V.P.

AÑOS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	MARGEN DE UTILIDAD	P.V.P.
1	\$ 18,21	50%	\$ 27,31
2	\$ 18,64	51%	\$ 27,96
3	\$ 19,09	52%	\$ 28,63
4	\$ 19,55	53%	\$ 29,33
5	\$ 20,04	54%	\$ 30,06

Fuente: Tabla 90

Elaboración: El autor

5.3.5 Ingresos por ventas

Son calculados multiplicando las unidades importadas por el precio de venta al público, que es diferente para todos los años; mostrando que los ingresos aumentan del primer año (\$136.570,71), al quinto año (\$150.294,37).

Tabla 92. Ingresos por ventas

AÑOS	UNIDADES IMPORTADAS	P.V.P.	INGRESO POR VENTAS
1	5000	\$ 27,31	\$ 136.570,71
2	5000	\$ 27,96	\$ 139.785,87
3	5000	\$ 28,63	\$ 143.139,11
4	5000	\$ 29,33	\$ 146.650,81
5	5000	\$ 30,06	\$ 150.294,37

Fuente: Tabla 90,91

Elaboración: El autor

5.3.6 Punto de equilibrio

Conocer el punto de equilibrio es muy importante porque permite conocer cuando un negocio genera rentabilidad, es decir, que logra vender lo que gasta, ayudando a analizar de forma constante el ritmo de las ventas de los artículos para decorar el hogar.

El punto de equilibrio es calculado en función de las ventas y de la capacidad instalada, tanto para el primero y quinto año, como se detalla a continuación:

$$\text{Punto de equilibrio en función de las ventas} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$\text{Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

Antes de ello, es fundamental obtener los datos necesarios para la aplicación de las fórmulas.

Tabla 93. Datos punto de equilibrio

DATOS	AÑO 1	AÑO 5
Costos Fijos Totales (CFT)	\$ 55.751,57	\$ 59.881,28
Costos Variables Totales (CVT)	\$ 35.295,57	\$ 40.314,96
Ventas Totales (VT)	\$ 136.570,71	\$ 150.294,37

Fuente: Tabla 89,90

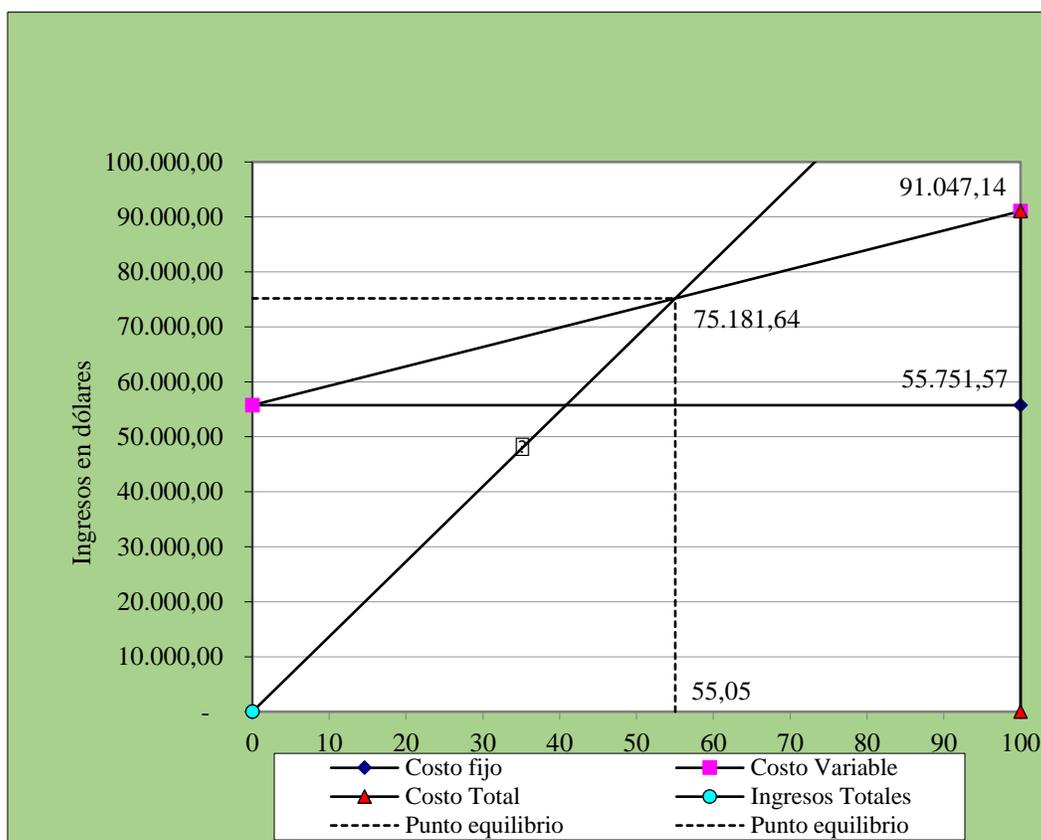
Elaboración: El autor

5.3.6.1 Punto de equilibrio – año 1

$$\begin{aligned}
 \text{Punto de equilibrio en función de las ventas} &= \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas totales}}} \\
 &= \frac{\$55.751,57}{1 - \frac{\$35.295,57}{\$136.570,71}} \\
 &= \frac{\$55.751,57}{1 - 0,25844171} \\
 &= \frac{\$55.751,57}{0,74155829} \\
 &= \$75.181,64
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada} &= \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100 \\
 &= \frac{\$55.751,57}{\$136.570,71 - \$35.295,57} \times 100 \\
 &= \frac{\$55.751,57}{\$101.275,14} \times 100 \\
 &= 55,05\%
 \end{aligned}$$

Figura 71. Punto de equilibrio año 1



Fuente: Tabla 93
Elaboración: El autor

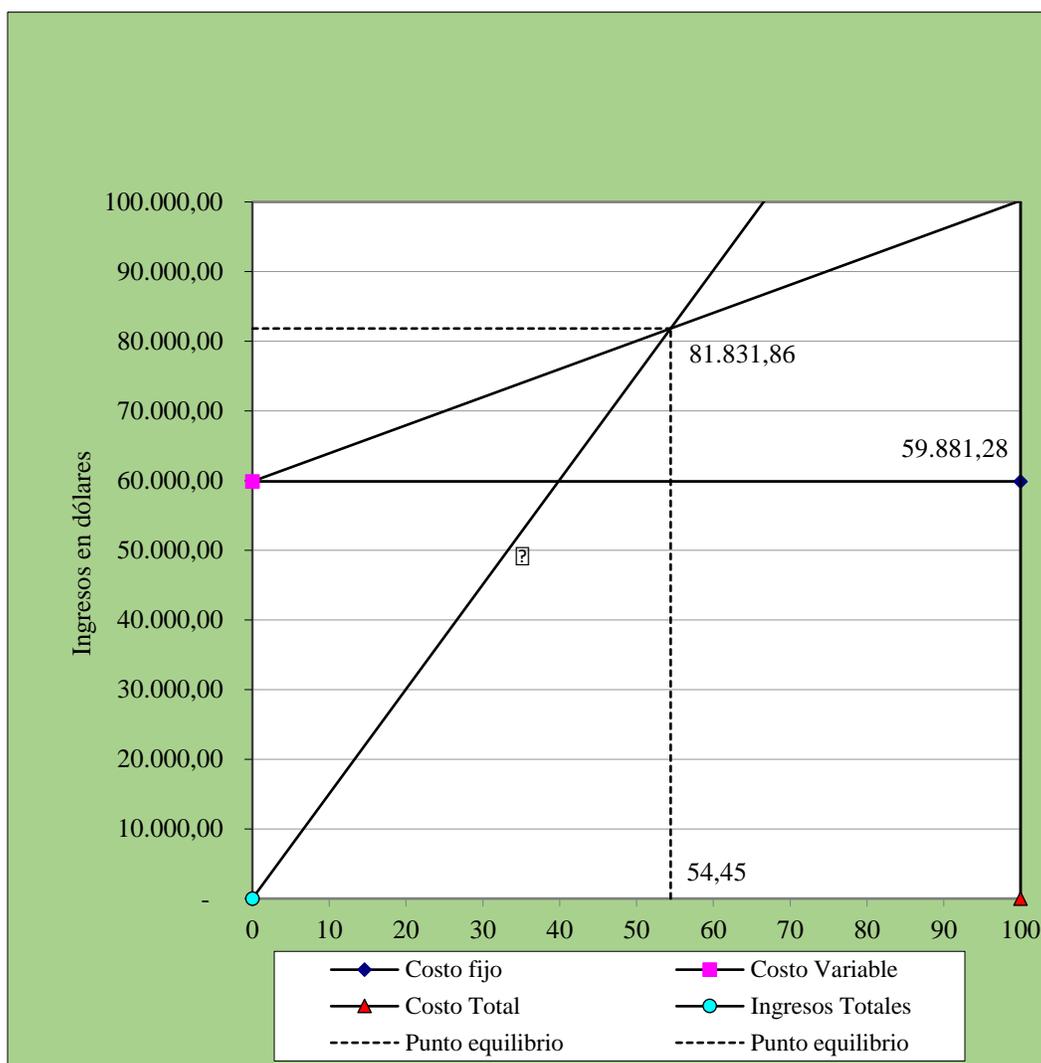
El punto de equilibrio del primer año, muestra que, para cubrir los gastos fijos y variables, es indispensable lograr ingresos por \$75.181,64, es así como a partir de ese valor se empezará a obtener ganancias. De igual forma, en relación a la capacidad instalada, la importadora deberá trabajar a un 55,05%, para alcanzar el punto de equilibrio.

5.3.6.2 Punto de equilibrio – año 5

$$\begin{aligned}
 \text{Punto de equilibrio en función de las ventas} &= \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas totales}}} \\
 &= \frac{\$59.881,28}{1 - \frac{\$40.314,96}{\$150.294,37}} \\
 &= \frac{\$59.881,28}{1 - 0,26824002} \\
 &= \frac{\$59.881,28}{0,73175998} \\
 &= \$81.831,86
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada} &= \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100 \\
 &= \frac{\$59.881,28}{\$150.294,37 - \$40.314,96} \times 100 \\
 &= \frac{\$59.881,28}{\$100.979,40} \times 100 \\
 &= 54,45\%
 \end{aligned}$$

Figura 72. Punto de equilibrio año 5



Fuente: Tabla 93

Elaboración: El autor

Como se puede apreciar en la figura 72, el punto de equilibrio del quinto año, muestra que, para cubrir los gastos fijos y variables, es indispensable lograr ingresos por \$81.831,86, es así como a partir de ese valor se empezará a obtener ganancias. De igual forma, en relación a la capacidad instalada, la importadora deberá trabajar a un 54,45%, para alcanzar el punto de equilibrio.

5.4 Estado de pérdidas y ganancias

Determina cuáles son los ingresos y egresos de la importadora en un determinado periodo de tiempo, además de la utilidad líquida que permite conocer si se obtuvo pérdidas o ganancias.

En la relación a los datos calculados con anterioridad (ventas, valor residual, costos totales de importación, gastos de operación), se puede apreciar una utilidad líquida mayor a \$26.000,00 para todos los años, como se detalla a continuación:

Tabla 94. Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	\$ 136.570,71	\$ 139.785,87	\$ 143.139,11	\$ 146.650,81	\$ 150.294,37
(+) Valor residual					\$ 4.937,67
TOTAL DE INGRESOS	\$ 136.570,71	\$ 139.785,87	\$ 143.139,11	\$ 146.650,81	\$ 155.232,04
EGRESOS					
(-) Costos de producción	\$ 35.178,85	\$ 36.348,27	\$ 37.557,21	\$ 38.807,01	\$ 40.099,05
(-) Gastos de operación	\$ 55.868,28	\$ 56.842,31	\$ 57.868,87	\$ 58.960,20	\$ 60.097,19
TOTAL DE EGRESOS	\$ 91.047,14	\$ 93.190,58	\$ 95.426,07	\$ 97.767,21	\$ 100.196,24
UTILIDA BRUTA	\$ 45.523,57	\$ 46.595,29	\$ 47.713,04	\$ 48.883,60	\$ 55.035,79
(-)15% Distribución	\$ 6.828,54	\$ 6.989,29	\$ 7.156,96	\$ 7.332,54	\$ 8.255,37
Utilidad					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 38.695,03	\$ 39.606,00	\$ 40.556,08	\$ 41.551,06	\$ 46.780,43
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 9.673,76	\$ 9.901,50	\$ 10.139,02	\$ 10.387,77	\$ 11.695,11

UTILIDAD LÍQUIDA ANTES DE RESERVA	\$ 29.021,28	\$ 29.704,50	\$ 30.417,06	\$ 31.163,30	\$ 35.085,32
(-) 10% Reserva legal	\$ 2.902,13	\$ 2.970,45	\$ 3.041,71	\$ 3.116,33	\$ 3.508,53
UTILIDAD LÍQUIDA	\$ 26.119,15	\$ 26.734,05	\$ 27.375,35	\$ 28.046,97	\$ 31.576,79

Fuente: Tabla 62,85,86

Elaboración: El autor

5.5 Flujo de caja

Facilita información sobre la capacidad que tiene una empresa para hacer frente a sus obligaciones o deudas. Muestra los ingresos y egresos de la importadora a lo largo de todos los años del proyecto. En el año cero, solamente se visualizan las cuentas del capital ajeno y financiero, además del resumen de inversión, es decir, el activo fijo, diferido y corriente, debido a que las cuentas empiezan a registrarse desde el año 1 que es cuando el negocio empieza con sus respectivas actividades, por lo que se toma en consideración rubros como la utilidad, la amortización, dando como resultado el total flujo de caja neto, como se muestra a continuación:

Tabla 95. Flujo de caja

DESCRIPCIONES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas Totales		\$136.570,71	\$139.785,87	\$143.139,11	\$146.650,81	\$150.294,37
Valor Residual Capital Financiero	\$ 20.000,00					\$ 4.937,67
Capital Propio	\$ 28.285,05					
TOTAL DE INGRESOS	\$ 48.285,05	\$136.570,71	\$139.785,87	\$143.139,11	\$146.650,81	\$155.232,04
EGRESOS						
Activo Fijo	\$ 26.256,71					
Activo Diferido	\$ 721,00					
Activo Corriente	\$ 21.307,34					
Costo de Producción		\$ 35.178,85	\$ 36.348,27	\$ 37.557,21	\$ 38.807,01	\$ 40.099,05
Costo de Operación		\$ 55.868,28	\$ 56.842,31	\$ 57.868,87	\$ 58.960,20	\$ 60.097,19
TOTAL DE EGRESOS	\$ 48.285,05	\$ 91.047,14	\$ 93.190,58	\$ 95.426,07	\$ 97.767,21	\$100.196,24
UTILIDAD BRUTA		\$ 45.523,57	\$ 46.595,29	\$ 47.713,04	\$ 48.883,60	\$ 55.035,79

(-) 15% de Reparto de utilidad	\$	6.828,54	\$	6.989,29	\$	7.156,96	\$	7.332,54	\$	8.255,37
(-) 25% de Impuesto a la renta	\$	9.673,76	\$	9.901,50	\$	10.139,02	\$	10.387,77	\$	11.695,11
UTILIDAD	\$	29.021,28	\$	29.704,50	\$	30.417,06	\$	31.163,30	\$	35.085,32
(+) Amortización diferido	\$	144,20	\$	144,20	\$	144,20	\$	144,20	\$	144,20
(+) Depreciaciones	\$	3.893,24	\$	3.893,24	\$	3.893,24	\$	3.893,24	\$	3.893,24
TOTAL FLUJO DE CAJA NETO	\$	-	\$	33.058,71	\$	33.741,94	\$	34.454,50	\$	35.200,74
	\$		\$		\$		\$		\$	

Fuente: Tabla 65,85

Elaboración: El autor

Capítulo VI

Evaluación Financiera

Última parte con relación al análisis de la factibilidad, se conoce si la inversión tuvo resultado positivo o negativo, para desarrollar e implementar estrategias que generen beneficios y eviten algún riesgo futuro para la importadora.

Para ello, se hace el análisis de varios factores como el Valor Actual Neto (VAN), periodo de recuperación de capital (PRC), relación beneficio-costos, tasa interna de retorno (TIR) y finalmente el análisis de sensibilidad.

Dichos factores, son imprescindibles para el progreso de la importadora, debido a que permiten conocer si la misma podrá responder frente a sus obligaciones, si la inversión generará beneficios, cuanto tiempo tardará en recuperar la inversión, cuánto dinero se ganará por cada dólar invertido y a predecir los resultados en general.

6.1 Valor Actual Neto

Es un indicador de rentabilidad, que su resultado implica conocer el valor que tiene la importadora en la actualidad, es por ello que cuando el resultado es positivo quiere decir que el proyecto si es rentable y por tanto su ejecución.

Tabla 96. VAN

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	\$ 48.285,05	14,50%	
1	\$ 33.058,71	0,873362445	\$ 28.872,24
2	\$ 33.741,94	0,762761961	\$ 25.737,06
3	\$ 34.454,50	0,666167652	\$ 22.952,47
4	\$ 35.200,74	0,581805809	\$ 20.479,99
5	\$ 39.122,76	0,508127344	\$ 19.879,34
TOTAL			\$ 117.921,11

Fuente: Tabla 86

Elaboración: El autor

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = \text{Flujos netos actualizados} - \text{Inversión} =$$

$$VAN = \$117.921,11 - \$ 48.285,05$$

$$VAN = \$69.636,06$$

Aplicando la formula, es decir la diferencia entre los flujos netos actualizados que es de \$117.921,11 y la inversión de \$ 48.285,05, da un resultado de \$69.636,06. Al ser un valor mayor a cero, se recupera lo que se invirtió y por ende se obtienen ganancias significativas, demostrando que es el proyecto es rentable.

6.2 Período de recuperación de capital

Es un indicador importante en la valoración de inversiones puesto que indica el tiempo en el que los fondos invertidos van a ser recuperados. A continuación, se muestran los flujos netos actualizados, mismos que son gran utilidad para la aplicación de la fórmula.

Tabla 97. Datos PRC

AÑO	FLUJO NETO
0	\$ 48.285,05
1	\$ 33.058,71
2	\$ 33.741,94
3	\$ 34.454,50
4	\$ 35.200,74
5	\$ 39.122,76
TOTAL	\$ 223.863,69

Fuente: Tabla 96

Elaboración: El autor

Su fórmula:

$$\begin{aligned}
 & \textit{Periodo de recuperación del capital (PCR)} \\
 & = \frac{\textit{Total flujo de caja (TFC)} - \textit{Inversión inicial (II)}}{\textit{Flujo de caja (último año)FC}} \\
 & = \frac{\$223.863,69 - \$48.285,05}{\$ 39.122,76} \\
 & = \frac{\$175.578,64}{\$ 39.122,76} \\
 & = 4,49
 \end{aligned}$$

El resultado obtenido representa los años, y los decimales (0,49) son multiplicados por 12 para obtener los meses, una vez calculado el resultado, nuevamente se toma en

consideración de los decimales que son multiplicados por 30 para así obtener los días; esto se muestra a continuación:

$$4.49 \rightarrow 4 \text{ años}$$

$$0,49 * 12 = 5,85 \rightarrow 5 \text{ meses}$$

$$0,85 * 30 = 25,64 \rightarrow 25 \text{ días}$$

Entonces, el periodo de recuperación es de 4 años, 5 meses, 25 días.

6.3 Relación beneficio – costo

Índice financiero que compara los costos y beneficios, permitiendo conocer si es rentable o no un proyecto, además de que se puede conocer cuánto se ganaría por cada dólar invertido en un negocio.

Si,

B/C > 1, el proyecto tiene que ser considerado porque indica que los beneficios son mayores a los costos.

B/C = 1, significa que no hay ganancias.

B/C < 1, no debe ser considerado el proyecto ya que los costos superan a los beneficios.

Tabla 98. Relación beneficio – costo

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			14,50%		
1	\$136.570,71	\$ 91.047,14	0,873362445	\$ 119.275,73	\$ 79.517,15
2	\$139.785,87	\$ 93.190,58	0,762761961	\$ 106.623,34	\$ 71.082,23
3	\$143.139,11	\$ 95.426,07	0,666167652	\$ 95.354,64	\$ 63.569,76
4	\$146.650,81	\$ 97.767,21	0,581805809	\$ 85.322,29	\$ 56.881,53
5	\$155.232,04	\$ 100.196,24	0,508127344	\$ 78.877,64	\$ 50.912,45
			TOTAL	\$ 485.453,65	\$ 321.963,12

Fuente: Tabla 95

Elaboración: El autor

El beneficio – costo es calculado a través de la siguiente fórmula:

$$\text{Relación beneficio – costo} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$B - C = \frac{\$485.453,65}{\$321.963,12}$$

$$B - C = \$1,51$$

El resultado obtenido, indica que los ingresos superan a los egresos, es decir, que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$0,51, siendo un valor muy positivo para la importadora, por ende, se confirma que el proyecto es rentable.

6.4 Tasa Interna de Retorno

Indicador que mide la viabilidad de un negocio, en relación a la inversión hecha. La TIR, está vinculada con el VAN, por lo que su cálculo debe ser analizado cuidadosamente.

Tabla 99. TIR

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (menor)	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (mayor)	VAN MAYOR
		64,62%		64,63%	
0			48285,05		48285,05
1	33058,71	0,60745960	20081,83	0,60742271	20080,61
2	33741,94	0,36900717	12451,02	0,36896234	12449,50
3	34454,50	0,22415695	7723,22	0,22411610	7721,81
4	35200,74	0,13616629	4793,15	0,13613321	4791,99
5	39122,76	0,08271552	3236,06	0,08269040	3235,08
		TOTAL	48285,28	TOTAL	48278,99
		VAN +	0,23	VAN -	-6,06

Fuente: Tabla 97

Elaboración: El autor

Para el cálculo del indicador, se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 64,62 + 0,01 \left(\frac{0,23}{0,23 - (-6,06)} \right)$$

$$TIR = 64,62 + 0,01 \left(\frac{0,23}{6,29} \right)$$

$$TIR = 64,62 + 0,01 * 0,03656598$$

$$TIR = 64,62 + 0,00036566$$

$$TIR = 64,62$$

Así, la TIR es igual al factor de actualización (64,62%), dando como resultado que el proyecto es factible.

6.5 Análisis de sensibilidad

Herramienta de vital importancia para la importadora ya que permite predecir los resultados que tendrá, además de que ayuda a comprender cuales son las limitaciones y alcance del mismo.

Su análisis es sumamente imprescindible, para que el negocio esté en la capacidad de responder de forma eficiente ante constantes cambios que podrían beneficiar o afectar en su rendimiento y con ello poder tomar las mejores decisiones.

- Si el coeficiente es mayor a uno, el proyecto es sensible a los cambios, en otras palabras, es poco rentable.
- Si el coeficiente es igual a uno, el proyecto es indiferente.
- Si el coeficiente es menor a uno, el proyecto no es sensible, es decir, los cambios no afectan su rentabilidad.

Para el análisis de sensibilidad, se utilizan las siguientes fórmulas:

$$TIR = Tm + Dt * \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$Diferencia\ de\ TIR = TIR\ original - Nueva\ TIR$$

$$\% Variación = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ original} \times 100$$

$$Sensibilidad = \frac{\% Variación}{Nueva\ TIR}$$

Tabla 100. Análisis de sensibilidad con el incremento del 25,25% en los costos

	COSTOS ORIGINALES	COSTOS TOTALES ORIGINALES	INGRESOS ORIGINALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
AÑO		25,25%			40,01%		40,02%	
0						\$ 48.285,05		\$48.285,05
1	\$ 91.047,14	\$ 114.036,54	\$136.570,71	\$22.534,17	0,714234698	\$ 16.094,68	0,7141837	\$16.093,53
2	\$ 93.190,58	\$ 116.721,20	\$139.785,87	\$23.064,67	0,510131203	\$ 11.766,01	0,5100583	\$11.764,33
3	\$ 95.426,07	\$ 119.521,15	\$143.139,11	\$23.617,95	0,364353406	\$ 8.605,28	0,3642753	\$ 8.603,44
4	\$ 97.767,21	\$ 122.453,43	\$146.650,81	\$24.197,38	0,260233844	\$ 6.296,98	0,2601595	\$ 6.295,18
5	\$100.196,24	\$ 125.495,80	\$155.232,04	\$29.736,24	0,185868041	\$ 5.527,02	0,1858017	\$ 5.525,04
					TOTAL	\$ 48.289,97		\$48.281,52
					VAN +	4,92	VAN -	-3,53

Fuente: Tabla 98

Elaboración: El autor

$$TIR = Tm + Dt * \left(\frac{VAN menor}{VAN menor - VAN mayor} \right) = 40,01 + 0,01 * \left(\frac{4,92}{4,92 - (-3,53)} \right) = 40,01 + 0,01 * \left(\frac{4,92}{8,45} \right) = 40,01 + 0,01 * 0,58231$$

$$= 40,01 + 0,0058231 = 40,01$$

$$\mathbf{Diferencia\ de\ TIR} = TIR\ original - Nueva\ TIR = 64,62 - 40,01 = 24,61$$

$$\% \mathbf{Variación} = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ original} \times 100 = \frac{24,01}{64,62} \times 100 \% = 38,08\%$$

$$\mathbf{Sensibilidad} = \frac{\% \mathbf{Variación}}{Nueva\ TIR} = \frac{38,08}{40,01} = 0,95$$

Tras calcular el análisis de sensibilidad, se obtiene un valor de 0,95, es decir, menor a 1, lo que significa que el proyecto no es sensible con el incremento del 25,25% en los costos.

Tabla 101. Análisis de sensibilidad con la disminución de los ingresos de un -50,31%

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOTALES ORIGINALES	COSTOS TOTALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		-50,31%			40,00%		40,01%	
0						\$ 48.285,05		\$48.285,05
1	\$136.570,71	\$ 67.861,98	\$ 91.047,14	\$23.185,15	0,714286	\$ 16.560,82	0,714235	\$16.559,64
2	\$139.785,87	\$ 69.459,60	\$ 93.190,58	\$23.730,98	0,510204	\$ 12.107,64	0,510131	\$12.105,91
3	\$143.139,11	\$ 71.125,82	\$ 95.426,07	\$24.300,25	0,364431	\$ 8.855,78	0,364353	\$ 8.853,88
4	\$146.650,81	\$ 72.870,79	\$ 97.767,21	\$24.896,42	0,260308	\$ 6.480,74	0,260234	\$ 6.478,89
5	\$155.232,04	\$ 77.134,80	\$100.196,24	\$23.061,44	0,185934	\$ 4.287,92	0,185868	\$ 4.286,39
					TOTAL	\$ 48.292,90		\$48.284,71
					VAN +	7,85	VAN -	-0,34

Fuente: Tabla 100

Elaboración: El autor

$$\begin{aligned}
 TIR &= Tm + Dt * \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 40,00 + 0,01 * \left(\frac{7,85}{7,85 - (-0,34)} \right) = 40,00 + 0,01 * \left(\frac{7,85}{8,19} \right) = 40,00 + 0,01 * 0,9585 \\
 &= 40,00 + 0,009585 = 40,00
 \end{aligned}$$

$$\mathbf{Diferencia\ de\ TIR} = TIR\ original - Nueva\ TIR = 64,62 - 40,00 = 24,62$$

$$\% \mathbf{Variación} = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ original} \times 100 = \frac{24,02}{64,62} \times 100 \% = 38,10\%$$

$$\mathbf{Sensibilidad} = \frac{\% \mathbf{Variación}}{Nueva\ TIR} = \frac{38,10}{40,00} = 0,953$$

Los datos indican que el proyecto no es sensible, con la disminución de los ingresos de un -50,31%, debido a que el porcentaje de sensibilidad es menor a uno (0,95).

Conclusiones

Una vez finalizado el proyecto, se llegaron a las siguientes conclusiones.

- De acuerdo a las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Catamayo. se logró determinar que los artículos para el hogar tendrán gran aceptación puesto que en un 72,83% están dispuestos a adquirirlos; además de que la gran mayoría adquiriría artículos importados antes que los nacionales, por su calidad y creatividad.
- En cuanto al estudio de mercado, se detalla que el uso per cápita promedio que usarían las familias catamayenses anualmente es de 12 artículos; obteniendo un total de 498168 artículos, que se demandarán a lo largo de los años de estudio. En cuanto a la oferta, con una tasa de ventas del 17,25% se obtuvo que, para los 5 años de proyecto, la proyección anual es de 14861, constituyendo un total de 483307 artículos para el hogar correspondientes a la demanda insatisfecha.
- Con referencia al estudio técnico, se determina que la capacidad instalada será del 20% para todos los años de estudio, reflejando así que para el año 2022 la capacidad utilizada es de 5000 artículos para el hogar importados, llegando a ser la misma cantidad hasta el año 2026.
- Por otra parte, a través del estudio administrativo y organizacional, se concluye que la importadora cuenta con dos socios la Srta. Daniela Cevallos y el Sr. Ángel Robalino, mismos que son dueños absolutos del negocio, además de ellos se labora con una persona más, el cual está encargado de las ventas. Así también, gracias al manual de funciones se puede tener conocimiento a cerca de las

actividades, funciones y requisitos mínimos de cada integrante de la importadora, para el correcto desarrollo de las actividades de la misma.

- El estudio financiero fue indispensable para conocer todos los activos que se necesitan para la constitución de ADIC Importadora, por lo que el total de inversión es de \$48.285,05, mismo que es financiado en un 41,42% por parte del Banco de Loja, y en un 58,58% por parte de los socios.
- Finalmente, la evaluación financiera fue imprescindible para conocer la rentabilidad que tendrá la importadora. En este caso si será factible, debido a que el VAN es mayor a cero, su resultado es de \$69.636,06; el periodo de recuperación de capital (PRC) que se concluyó que será en 4 años, 5 meses, 25 días, relación beneficio-costos que es de \$1,51, es decir, \$0,50 de ganancia por cada dólar invertido. Igualmente, la tasa interna de retorno (TIR) que es de 64,62, valor igual al flujo de actualización, y finalmente el análisis de sensibilidad, que con el incremento del 25,25% en los costos, su resultado es de 0.95, y con la disminución de los ingresos de un -50,31%, fue igualmente de 0,953, es decir, que el proyecto es fiable en ambos casos.

Recomendaciones

- A pesar de que los artículos para el hogar sean altamente aceptados por las familias de Catamayo, se sugiere a ADIC Importadora, realizar constantemente promociones por la compra de dichos productos, no solamente por fechas festivas, sino también por la actividad de compras que tienen los clientes en su local, ganando así fidelidad por parte de los mismos.
- Así también, para el estudio de mercado, se recomienda realizar una investigación de mercado para conocer la demanda de artículos para otros lugares del hogar, como, por ejemplo, baño, cuarto de lavado, cochera, sala de estar, sala de estudio.
- Para el estudio técnico, es necesario el seguimiento semestral de la capacidad instalada y utilizada, para determinar si el volumen de los artículos importados para decorar el hogar es el adecuado, con la finalidad de aumentar el porcentaje de participación en el mercado, siendo el máximo de 6,30% en el 2022.
- En cuanto al personal de la importadora, se recomienda contratar a más personal calificado y preparado, con el objetivo de que las actividades no sean limitadas a tan solo 3 personas, logrando así que los mismos no trabajen bajo presión y las funciones y actividades dentro de la importadora estén correctamente asignadas, para un trabajo más eficiente y productivo.
- Se sugiere estar en constante búsqueda de la actualización de la tasa de inflación, que es proporcionada por el Banco Central del Ecuador, para el cálculo de los diferentes activos que constituyen la importadora y su respectivo incremento, para

de esa forma ajustar precios e implementar estrategias en pro del nivel competitivo frente a la competencia.

- En cuanto a los indicadores financieros, se recomienda actualizarlos continuamente para que la importadora esté en pleno conocimiento de por ejemplo saber en qué tiempo se recuperará la inversión realizada, o cuánto dinero se ganará por cada dólar invertido, y si en años posteriores el negocio es sensible a los cambios o riesgos que se presenten, para así optar por mejorar las estrategias de posicionamiento en el mercado.

Referencias

- Arenal, C. (2019). *Investigación y recogida de información de mercados*. TUTOR FORMACIÓN. Obtenido de <https://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2057/es/ereader/uide/118157>
- *Banco Ficensa*. (s.f.). Obtenido de <https://www.ficensa.com/blog/que-es-la-inversion-y-cual-es-su-importancia.html>
- Botey, P. (22 de Febrero de 2022). *Inboundcycle*. Obtenido de <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/las-4-p-del-marketing-que-debes-conocer>
- Bustos, L. (s.f.). *Library*. Obtenido de https://1library.co/article/documentos-de-acompa%C3%B1amiento-de-la-dau-declaraci%C3%B3n.ynexrjpy?fbclid=IwAR2_ZizBYAmxAdTOArrBvWhbsPOEb1Y7M1Q0AYfU0asvgFNNEDpgq4xSSLA
- Caballero, P. (2018). *Fundamentos del plan de marketing en internet*. IC. Obtenido de <https://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2057/es/ereader/uide/124250>
- *Calendario Tributario*. (2022). Obtenido de <https://calendariotributario.org/ec/que-es-el-ruc/>
- *CERTUS*. (20 de Marzo de 2020). Obtenido de <https://www.certus.edu.pe/blog/tipos-costos-empresa/>

- *COPCI*. (21 de Agosto de 2018). Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Corvo, H. (20 de Febrero de 2021). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/analisis-oferta/>
- Corvo, H. (2021). *Lifeder*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/macrolocalizacion-proyecto-empresa/>
- *Endalia*. (6 / Julio / 2020). Recollit de <https://www.endalia.com/news/organigrama-empresa/#:~:text=en%20la%20actualidad.-,Organigrama%20funcional%20o%20estructural,los%20especialistas%20en%20el%20departamento.>
- ESAN, C. (24 de Enero de 2018). *Esan Business*. Obtenido de [https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-indice-beneficiocosto-en-las-finanzas-corporativas#:~:text=El%20%C3%ADndice%20beneficio%2Fcosto%20\(1%20B,proyecto%20para%20definir%20su%20viabilidad.](https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-indice-beneficiocosto-en-las-finanzas-corporativas#:~:text=El%20%C3%ADndice%20beneficio%2Fcosto%20(1%20B,proyecto%20para%20definir%20su%20viabilidad.)
- Euroinnova. (s.f.). *Business School*. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-demanda-actual>
- *Euroinnova Business School*. (s.f.). Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-un-analisis-financiero-y-para-que-sirve>

- Evidence, E. (1 de Octubre de 2021). *Evidence*. Obtenido de <https://www.evidencetec.com/recursos/conocimiento/que-es-el-coste-unitario-de-produccion?lang=es>
- Fernández, J. (2018). *Administración Financiera*. Bogotá. Obtenido de <https://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2057/es/ereader/uide/126090>
- Gemma. (2018). *Inspira Hogar*. Obtenido de <https://inspirahogar.com/consejos/articulos-indispensables-hogar/>
- Glosariodecontabilidad. (s.f.). *Debitoor*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/activo-circulante>
- GOV.CO. (15 / Mayo / 2019). Recollit de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=99896#:~:text=Nivel%20Asesor.,de%20la%20alta%20direcci%C3%B3n%20territorial.>
- Guerra, F. (2018). *Estrategias de negociación* (Primera ed.). México. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- HLCSISTEMAS. (2020). *HLC*. Obtenido de <https://www.hlcsac.com/noticias/que-es-ingenieria-de-proyectos/>
- Ilbay, J. (Agosto de 2019). *Universidad Católica del Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2810/1/76975.pdf>
- *Importaciones Ecuador*. (11 / Enero / 2022). Recollit de <https://www.importacionesecuador.com.ec/despacho-aduanero/licencias-y->

- Muenta, G. (20 de Marzo de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/punto-de-equilibrio/>
- Pacheco, J. (2022). *Web y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/capacidad-instalada/>
- Páez, G. (2 de Julio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/certificado-de-origen.html>
- Pazmino, H. (2018). *Desarrollo y evaluación de proyectos*. Obtenido de https://www.ecotec.edu.ec/material/material_2018B1_ADM381_01_86745.pdf
- Prieto, J. (2021). *Investigación de mercados* (Tercera ed.). Obtenido de <https://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2057/es/ereader/uide/206260>
- Rejda, G. (2018). *Principles of risk management and insurance* (Duodécima ed.). Obtenido de file:///C:/Users/A%20S%20U%20S/Downloads/George_E._Rejda_Michael_McNara_Princip.pdf
- Rodrigues, N. (25 / Abril / 2022). *HubSpot*. Recollit de <https://blog.hubspot.es/sales/organigrama-funcional>
- Rodriguez, J. (6 de Marzo de 2022). *Ejemplo de Nota De Pedido*. Obtenido de https://www.ejemplode.com/46-contabilidad/2900-ejemplo_de_nota_de_pedido.html
- Sánchez, J. (2 de Agosto de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/activo-diferido.html>

- *SENAE.* (sense data). Recollit de <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>
- *Servicio Ecuatoriano de Normalización.* (s.f.). Obtenido de <https://www.gob.ec/inen>
- *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.* (s.f.). Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.* (2021). Obtenido de <https://www.gob.ec/senae/tramites/registro-manifiesto-importacion>
- *Sistema de información sobre Comercio Exterior.* (s.f.). Obtenido de <http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/DEC571s.asp#:~:text=La%20Declaraci%C3%B3n%20Andina%20del%20Valor%20es%20un%20documento%20soprote%20de,el%20valor%20en%20aduana%20declarado.>
- *Software DELSOL.* (2020). Obtenido de <https://www.sdelsol.com/glosario/analisis-de-sensibilidad/>
- Theodore. (24 de Julio de 2019). *Papernest.* Obtenido de <https://www.papernest.es/blog/la-importancia-de-la-decoracion-de-nuestro-hogar/>

Anexos

Anexo 1. Resumen del proyecto

Tema: “Plan de negocios para la importación de artículos para el hogar desde China hacia Adic importadora y su comercialización en la ciudad de Catamayo”

Objetivos de la investigación

Objetivo General

- Desarrollar un plan de negocios para la importación de artículos para el hogar desde China hacia ADIC importadora y su comercialización en la ciudad de Catamayo.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para lograr determinar el impacto de la oferta y demanda de los artículos para el hogar, así como la comercialización en la ciudad de Catamayo.
- Proponer un estudio técnico para determinar las capacidades, la reingeniería del proyecto y el procedimiento de importación de dichos artículos.
- Plantear la estructura administrativa, organizativa y legal para ADIC Importadora.
- Evaluar el estudio financiero para determinar las inversiones, el financiamiento, presupuestos, el análisis de costos, punto de equilibrio, estado de pérdidas y ganancias; y, flujo de caja.

- Analizar la evaluación financiera, para establecer el flujo de caja, valor actual neto, periodo de recuperación del capital, relación costo beneficio, tasa interna de retorno y análisis de sensibilidad

Modelo de encuestas

Anexo 2. Formato de la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Ciudad de Catamayo (demanda).



Como alumno de la Universidad Internacional del Ecuador sede-Loja, estoy realizando una encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Catamayo para recopilar información que contribuye a la investigación de **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR DESDE CHINA HACIA ADIC IMPORTADORA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO”**, como parte final del trabajo de titulación.

Estimados encuestados, considero pertinente darles a conocer que la información obtenida será de carácter confidencial y utilizada únicamente para fines académicos. De antemano agradezco su colaboración y total sinceridad al momento de responder.

1. ¿Cuál es el nivel de ingresos promedio en su familia?

\$425 - \$700	<input type="checkbox"/>
\$701 - \$976	<input type="checkbox"/>
\$977 - \$1250	<input type="checkbox"/>
Más de \$1250	<input type="checkbox"/>

2. ¿Adquieren usted y su familia artículos para decorar el hogar?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¿Por qué? _____

3. ¿De qué tipo de marca provienen los artículos para el hogar que usted y su familia adquieren?

Nacionales

Importados

¿Por qué? _____

4. ¿Considera usted y su familia que los artículos para el hogar importados tienen que ser llamativos y novedosos?

Si

No

¿Por qué? _____

5. ¿Qué característica toman en consideración usted y su familia al momento de comprar artículos para el hogar importados?

Calidad de los utensilios

Precio

Marca

Diseño

¿Por qué? _____

6. ¿Qué clase de artículos importados adquieren usted y su familia para la decoración del hogar?

Cocina	<input type="checkbox"/>
Baño	<input type="checkbox"/>
Habitaciones	<input type="checkbox"/>
Comedor	<input type="checkbox"/>
Sala	<input type="checkbox"/>

7. ¿Dónde opta por comprar los artículos para el hogar importados?

Comerciales	<input type="checkbox"/>
Almacenes	<input type="checkbox"/>
De forma online	<input type="checkbox"/>

¿Por qué? _____

8. ¿Le han realizado promociones por la compra de artículos importados para la decoración del hogar a usted y su familia?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

Si su respuesta fue positiva, ¿Cuáles?

9. ¿En qué medios de comunicación se enteró sobre la comercialización de artículos para el hogar importados?

Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Hojas volantes	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>

10. ¿Si se importara artículos para el hogar desde China para la comercialización en ADIC Importadora en Catamayo, estaría dispuesto a adquirirlos?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¿Por qué? _____

11. Indique que cantidad semestralmente compraría usted y su familia los artículos para decorar el hogar.

• **Cocina**

De 0 a 2 artículos	<input type="checkbox"/>
De 3 a 5 artículos	<input type="checkbox"/>
De 6 a 8 artículos	<input type="checkbox"/>

• **Baño**

De 0 a 2 artículos	<input type="checkbox"/>
De 3 a 5 artículos	<input type="checkbox"/>
De 6 a 8 artículos	<input type="checkbox"/>

- **Habitaciones**

De 0 a 2 artículos

De 3 a 5 artículos

De 6 a 8 artículos

- **Comedor**

De 0 a 2 artículos

De 3 a 5 artículos

De 6 a 8 artículos

- **Sala**

De 0 a 2 artículos

De 3 a 5 artículos

De 6 a 8 artículos

12. ¿Cuánto estaría dispuesta/o usted y su familia a invertir por la compra en artículos para el hogar importados desde China?

Alternativas	Cocina	Habitaciones	Comedor	Sala
De \$5 a \$30				
De \$31 a \$56				
De \$57 a \$82				
De \$83 o más				

13. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la compra de \$50 dólares en artículos importados desde China para el hogar?

Descuentos en el precio

Participación en rifas

Premios

Otros

14. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse a usted y su familia de los nuevos artículos para el hogar importados desde China?

Radio

Televisión

Internet (redes sociales)

Prensa escrita

15. Si su respuesta fue redes sociales, ¿en qué red social le gustaría conocer sobre los artículos para el hogar?

Facebook

Instagram

TikTok

WhatsApp

16. Si su respuesta fue televisión, ¿le gustaría que fuera por Multicanal Catamayo?

Si

No

¿Por qué? _____

17. Si su respuesta fue radio, ¿en qué red emisora le gustaría conocer sobre los artículos para el hogar?

Radio Boquerón

Radio Wg Milenio

Radio Cañaverl

Radio Positiva

Radio Semillas de amor

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Modelo de encuesta aplicada a la competencia de ADIC Importadora en Catamayo.



Estimado/a permítase contestar la siguiente encuesta que contribuye a la investigación de **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR DESDE CHINA HACIA ADIC IMPORTADORA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO”**, como parte final del trabajo de titulación.

1. **¿Conoce la existencia de alguna importadora de artículos para la decoración del hogar en Catamayo?**

Si

No

Si su respuesta fue si, ¿Cuáles? _____

2. **¿Vende usted artículos para el hogar importados desde China?**

Si

No

¿Por qué? _____

3. ¿Dónde adquiere usted los artículos para el hogar para comercializarlos?

Distribuidoras	<input type="checkbox"/>
Importadoras	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Indique cuales _____

4. ¿Qué clase de artículos para el hogar tiene mayor demanda en su local?

Cocina	<input type="checkbox"/>
Baño	<input type="checkbox"/>
Habitaciones	<input type="checkbox"/>
Comedor	<input type="checkbox"/>
Sala	<input type="checkbox"/>

¿Por qué? _____

5. ¿Qué porcentaje de incremento usted ha percibido en la comercialización de artículos para el hogar del año 2018 al 2020?

	2018	2019	2020
1 al 10%			
11 al 20%			
21 al 30%			

6. ¿Cuántos artículos para el hogar vende semestralmente?

De 1 a 100

De 101 a 200 artículos

De 201 a 300 artículos

De 301 a 400 artículos

7. ¿Cuánto invierten sus clientes en cada compra de artículos para el hogar en su local?

De \$5 a \$20

De \$21 a \$40

De \$41 a \$60

Más de \$60

8. ¿Cómo considera los precios de los artículos para el hogar que ofrecen en la localidad?

Económico

Estándar

Costoso

9. ¿Cree que es necesario que se promocione de mejor manera los artículos para el hogar en la ciudad de Catamayo?

Si

No

¿Por qué? _____

10. ¿Qué tipo de promoción está dispuesta/o a dar por la venta de \$50 dólares en una sola compra?

Descuentos en el precio

Participación en rifas

Premios

11. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted utiliza para dar a conocer los artículos del hogar en su negocio?

Televisión

Redes sociales

Radio

Hojas volantes

Gracias por su colaboración

Anexo 4. Formulario de Google para la realización de las encuestas

Plan de negocios para la importación de artículos para el hogar desde China hacia ADIC Importadora y su comercialización en la ciudad de Catamayo

Como alumno de la Universidad Internacional del Ecuador sede-Loja, estoy realizando una encuesta dirigida a las familias de la ciudad de Catamayo para recopilar información que contribuye a la investigación de "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN DE ARTÍCULOS PARA EL HOGAR DESDE CHINA HACIA ADIC IMPORTADORA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE CATAMAYO", como parte final del trabajo de titulación.

Estimados encuestados, considero pertinente darles a conocer que la información obtenida será de carácter confidencial y utilizada únicamente para fines académicos. De antemano agradezco su colaboración y total sinceridad al momento de responder.

1. ¿Cuál es el nivel de ingresos promedio en su familia?

- \$425 - \$700
- \$701 - \$976
- \$977 - \$1250
- Más de \$1250