



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE BUSINESS SCHOOL

TESIS PARA LA OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADO EN NEGOCIOS

INTERNACIONALES

Creación de la Empresa “Dragon Trade YV” enfocada en Asesoría de Negocios con

China

AUTOR:

Adrian Xavier Yanchapaxi Velasco

DIRECTOR DE TESIS

Santiago Olmeda

Abril 2023

QUITO, ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, ADRIAN XAVIER YANCHAPAXI VELASCO; declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito, CREACION DE LA EMPRESA "DRAGON TRADE YV" ENFOCADA EN ASESORIA DE NEGOCIOS CON CHINA, 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, su reglamento y demás disposiciones legales.



.....
ADRIAN XAVIER YANCHAPAXI VELASCO

CI: 1725025025

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Santiago Miguel Olmeda Tamayo, certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo el responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

.....

Santiago Miguel Olmeda Tamayo

DIRECTOR DE TESIS

CI 1712049103

Resumen Ejecutivo

En los últimos años Ecuador ha firmado acuerdos comerciales que incentivan las importaciones y exportaciones de productos con otros países. China se ha convertido en uno de los principales países para realizar comercio, y a inicios del 2023 se firmaron acuerdos comerciales bilaterales con Ecuador, con el objetivo de simplificar estos procesos y reducir aranceles. Es así, que muchos ecuatorianos en la actualidad se encuentran realizando negocios con China, y muchos otros desean iniciar en este mundo del comercio con China. Esto ha generado una creciente demanda en importaciones y exportaciones de productos con China, sin embargo, la diferencia de idioma y desconocimiento de estos procesos de comercio han generado obstáculos para los emprendedores ecuatorianos. Por lo tanto, se propone la creación de la empresa “Dragon Trade YV” para brindar asesoramiento en negocios con China, y ayudar al emprendedor ecuatoriano a realizar sus importaciones y exportaciones con China. En el presente modelo de negocios se evalúa la perspectiva de clientes potenciales a través de encuestas y entrevistas, además de realizar un análisis financiero con el objetivo de crear una empresa que sea viable y sostenible en el tiempo.

Palabras clave: importaciones, exportaciones, China, negocios.

Dedicatoria

El presente trabajo dedico a mi amada familia por su constante apoyo durante estos años. Su apoyo incondicional en todos mis proyectos ha sido fundamental para poder alcanzar el éxito. A mi padre Fredy, madre Gabriela y hermana Daniela, con mucho cariño y amor, mi tiempo empleado en la realización de este trabajo se la dedico a ustedes. A mi familia amada Yanchapaxi Velasco “YV”.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, por permitirme estudiar en una gran universidad como es la UIDE y conocer a excelentes profesores que me han brindado su apoyo y conocimiento para alcanzar finalmente mi sueño de crear una empresa que brinde asesoría de negocios con China. Agradezco principalmente a mi tutor Santiago Olmeda, por su seguimiento y apoyo durante la realización de este trabajo, su conocimiento y experiencia me han motivado a aplicar este modelo de negocios en mi vida, esperando tener éxito en el mismo. Finalmente agradezco a mi familia por motivarme y ayudarme con sus consejos durante estos años de estudio, sus bendiciones han sido un motor que han dado frutos. Espero que la presente Tesis brinde conocimiento y apertura a los futuros estudiantes que lo necesiten, y recordar que este es el inicio de mi gran sueño “Dragon Trade YV”.

Contenido

Capítulo 1: Introducción	9
• Objetivos	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	9
• Justificación de la idea de Negocio	10
• Análisis del medio.....	10
Diagnóstico del nivel Nacional.....	10
• El Concepto del Negocio.....	12
Procesos de Importación y Exportación	13
Resumen	14
Capítulo 2: Investigación de Mercados	15
• Análisis de los principales actores en el mercado del negocio propuesto	15
5 Fuerzas de Porter	16
• Los consumidores: Criterio de Segmentación del consumidor, perfil y características ..	18
• Análisis cualitativo respecto de la aceptación del producto o servicio.....	18
• Análisis cuantitativo. Proyección estimada de la demanda	21
• Calculo estimado de Ventas	30
• Flujo de Ingresos proyectados	31
Resumen	32
Capítulo 3: Plan de Marketing	33
• Establecimiento de objetivos	33
• Criterios de Marketing.....	34
Criterios de marketing de segmentación.....	35
• Formulación de estrategias	35
Estrategia de venta.....	36
Estrategia de precio.....	36
Estrategia de distribución.....	37
Estrategia Promocional	38
• Aplicaciones Marketing Mix	39
Resumen	40
Capítulo 4: Estudio Técnico	41
• Tamaño del Proyecto	41
• Localización. Análisis de los principales criterios. Matriz de localización	42
• Ingeniería y/o concepción arquitectónica del Negocio	44

Inversiones y adquisiciones	45
• Descripción de la tecnología del negocio, procesos de negocio y su nivel de acceso	46
• Diseño del proceso productivo	47
Resumen	48
Capítulo 5: Modelo de Gestión Organizacional	49
• Diseño Organizacional. Estructura y descripción funcional	49
• Diseño de perfiles profesionales del personal de la Organización.....	52
• Gerencia de Recursos Humanos. Análisis de subsistemas: políticas de selección, contratación, capacitación, remuneración, evaluación de desempeño	52
• Análisis del marco normativo	55
Constitución de la Empresa: Entes reguladores, Principales Disposiciones y Regulaciones al negocio.....	55
Resumen	57
Capítulo 6: Evaluación Financiera del Proyecto.....	58
• Costos de Inversión, análisis comparativo	58
A. Equipo Tecnológico	58
B. Insumos de Oficina	59
C. Mobiliario de Oficina	60
• Calculo demostrativo del Capital de trabajo	61
• Costos de Operación y Mantenimiento, análisis comparativo	62
Costos Fijos.....	62
Costos Variables	63
• Calculo Demostrativo y análisis del punto de equilibrio.....	64
• Evaluación financiera.....	66
Análisis y determinación de la tasa de descuento del proyecto	66
Calculo y análisis de indicadores de rentabilidad (VAN, TIR, PIR)	67
Análisis de Sensibilidad	70
Balance del Proyecto	71
Resumen	73
Capítulo 7: Conclusiones y Recomendaciones	75
Conclusiones	75
Recomendaciones	75
Limitaciones	76
Bibliografía	77

Lista de Tablas

Tabla 1.	Ventas Mensuales Estimadas	31
Tabla 2.	Ingresos Anuales Proyectados	31
Tabla 3.	Factores estratégicos de localización. Autor: Adrian Yanchapaxi	43
Tabla 4.	Inversión Equipos Tecnológicos	59
Tabla 5.	Inversión Insumos de Oficina.....	60
Tabla 6.	Inversión Mobiliario de Oficina	60
Tabla 7.	Inversión Total.....	61
Tabla 8.	Costos Fijos. Elaborado por: Adrian Yanchapaxi	63
Tabla 9.	Costos Variables	64
Tabla 10.	Costos y Ventas	65
Tabla 11.	Tasa de descuento	67
Tabla 12.	Flujos de Caja.....	68
Tabla 13.	PRI	69
Tabla 14.	Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectadas	72
Tabla 15.	Utilidad Neta	72
Tabla 16.	Depreciaciones	72
Tabla 17.	Balance del Proyecto	73

Lista de Figuras

Fig 1.	Importaciones desde China hacia Ecuador (OEC, 2020)	11
Fig 2.	Exportaciones desde Ecuador hacia China (OEC, 2020).....	12
Fig 3.	Reunión vía Zoom con Cai Hong.....	14
Fig 4.	5 Fuerzas de Porter (Santander Universidades, 2022).....	16
Fig 5.	Entrevista Presencial al Ing. Luis Acosta, sábado 11 de marzo	19
Fig 6.	Entrevista Online al Ing. Beker Aro, sábado 11 de marzo.....	19
Fig 7.	Encuesta	25
Fig 8.	Pregunta 1	26
Fig 9.	Pregunta 2	26
Fig 10.	Pregunta 3	27
Fig 11.	Pregunta 4	27
Fig 12.	Pregunta 5	27
Fig 13.	Pregunta 6	28
Fig 14.	Pregunta 7	28
Fig 15.	Pregunta 8	29
Fig 16.	Pregunta 9	29
Fig 17.	Localización	44
Fig 18.	Etapas del proceso productivo	48
Fig 19.	Estructura Organizacional	50
Fig 20.	Perfiles Profesionales	52
Fig 21.	Punto de Equilibrio	65



Capítulo 1: Introducción

“Antes de ser un Dragon, hay que sufrir como una hormiga” Proverbio Chino

“在成为龙之前，你必须像蚂蚁一样受苦”

- **Objetivos**

Objetivo General

- Crear una empresa con sede en Ecuador que realice asesoramiento de negocios con China, enfocado en importaciones, exportaciones de productos tanto en el mercado chino como en el ecuatoriano.

Objetivos Específicos

- Analizar e implementar todos los pasos requeridos para establecer una empresa de asesoramiento de negocios con China.
- Realizar un análisis de inteligencia empresarial de los mercados chinos y ecuatorianos, basados en las principales importaciones y exportaciones de productos y servicios de los dos mercados.
- Analizar la viabilidad financiera, y de localización del Modelo de Negocios.
- Establecer la factibilidad de este Modelo de Negocios.

- **Justificación de la idea de Negocio**

Analizando la Geopolítica mundial se puede determinar que en los últimos años China se ha convertido en una gran potencia mundial la cual ofrece grandes oportunidades en el ámbito laboral y académico. Por lo cual en la actualidad existen muchas personas que realizan o desean realizar negocios con China, a través de importaciones o exportaciones de diferentes productos. En este camino existen varios procesos que deben realizar para poder importar o exportar, es así que como empresa se plantea ayudar a las personas a realizar estos negocios y disminuir el riesgo de fraudes, y poder tener procedimientos seguros.

Adicionalmente con los servicios que se ofrecerán, se ayudará a las personas a poder tener trabajo y generar fuentes de trabajo en el país, y de esta manera poder potenciar un mercado que está en auge con el paso del tiempo.

- **Análisis del medio**

Diagnóstico del nivel Nacional

El mercado chino es conocido como uno de los mercados más grandes e importantes a nivel mundial, además de ser el principal comerciante de diferentes mercancías, llegando a incrementar sus exportaciones en un 25,44% en el 2021, convirtiéndose en el mayor exportador mundial con 2 844 300 millones de euros (WTO, 2021).

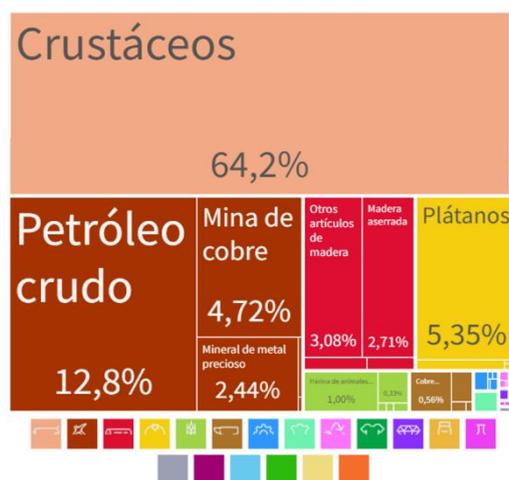


Fig 2. Exportaciones desde Ecuador hacia China (OEC, 2020)

Por otro lado, en cuanto a las exportaciones, Ecuador en el año 2020 exportó un valor de US\$ 2.94 MM hacia China, siendo los principales productos de exportación los crustáceos, plátanos y el petróleo crudo. Las exportaciones en los últimos 25 años han mantenido un incremento notorio, lo cual indica un crecimiento dentro de este mercado y una oportunidad de poder continuar innovando, y generar más ingresos para nuestro país (OEC, 2020). China al tener una mega población necesita poder abastecerse de productos alimenticios necesarios, por lo cual el principal mercado de oportunidad para exportar hacia China, es en el ámbito alimenticio, principalmente con productos provenientes del mar como también pueden ser el pescado y camarón.

- **El Concepto del Negocio**

En el presente trabajo se propone el Modelo de Negocios para el asesoramiento de negocios con China. Dentro de las actividades que realizará la empresa está el poder ofrecer el servicio de ayudar a las personas a realizar sus importaciones y exportaciones a China. Además, ofrecer el servicio de acompañamiento a las principales Ferias de Negocios en China como son la Feria de Cantón y la Feria de Yiwu, con el objetivo de brindar acompañamiento con personal que guíe a los clientes en estas Ferias y puedan

comunicarse en chino-español para poder garantizar las mejores negociaciones y llegar a precios convenientes para los clientes.

Dentro de los servicios también se ofrecerá la verificación de proveedores chinos, con el objetivo de evitar estafas hacia los clientes en sus importaciones, esto se logrará mediante la verificación de información web en páginas para realizar importaciones como es Alibaba, y también mediante el contacto directo con la empresa y manteniendo conversación con ellos en chino mandarín, lo que representa una ventaja competitiva de este modelo de negocios.

La empresa busca el poder ser un aliado estratégico en China, en donde se engloban los Negocios con China ya que en los últimos años este se ha convertido en un mercado muy fuerte en Ecuador, y muchas personas desean realizar compra o venta de una gran variedad de productos, lo cual ven como una gran oportunidad. Adicionalmente es importante mencionar, que el Gobierno Ecuatoriano y Chino se encuentran culminando sus acuerdos comerciales (TLC) con el objetivo de fortalecer e incrementar los negocios entre ambos países.

El valor agregado que se propone en este Modelo de Negocios para generar una ventaja competitiva en este mercado, es guiar de manera adecuada al cliente con conocimientos prácticos y reales, con un asesoramiento eficiente en sus negocios con china. Además de poder enseñar sobre la cultura e idioma chino en el ámbito de negocios, con el objetivo de tener un proveedor confiable y evitar riesgos a estafas.

Esto se propone a través de una sostenibilidad empresarial con innovación, que proporcione a la empresa con las suficientes herramientas para mantenerse en el tiempo.

Procesos de Importación y Exportación

Los procesos de importación y exportación se realizarán con un agente estratégico en China, llamado Cai Hong, quien ayudara a proporcionar información de primera mano con respecto a los precios de los diferentes productos que nuestros clientes buscarán importar o exportar a China. Esta persona trabaja en negocios entre Ecuador y China y tiene contacto con las principales fabricas chinas y proporcionara apoyo logístico para los procesos de transporte y documental en China. Se planifica mantener contacto directo con esta persona a través de la aplicación WeChat.



Fig 3. Reunión vía Zoom con Cai Hong.

Por otro lado, para la negociación con personas chinas es importante manejar etiqueta según la cultura china, en donde se involucran varios factores a considerar para conseguir una negociación óptima para nuestros clientes. En donde la más importante es poder considerar que las empresas chinas buscan negocios estables que duren varios años, y que no sea una compra de únicamente una vez.

Resumen

En el presente modelo de negocios se propone la creación de una empresa llamada “Dragon Trade YV” cuyo servicio estará enfocado en dar asesoría en negocios con China, ya que en la actualidad existen grandes oportunidades de negocios bilaterales entre Ecuador y China.

Capítulo 2: Investigación de Mercados

“Distintas cerraduras se deben abrir con diferente llaves” Proverbio Chino

“不同的锁必须用不同的钥匙打开”

En este capítulo se realiza la recolección de información relevante para el presente modelo de negocios con el objetivo de poder obtener datos que ayudaran a poder tener un diagnóstico de oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas. La herramienta utilizada es una investigación exploratoria, que sustentará la idea de negocio, en conjunto con la obtención de datos a partir de fuentes primarias a través de encuestas y entrevistas, y fuentes secundarias, obtenidos a partir de la literatura y bibliografía.

- **Análisis de los principales actores en el mercado del negocio propuesto**

En el mercado del negocio propuesto se tienen tres importantes actores, los cuales son los proveedores, competidores y distribuidores.

Los proveedores son los actores que suministran o proveen un determinado servicio o bien, la cual representa su actividad económica a cambio de un pago monetario (Sanchez, 2018). Por lo tanto, en el actual modelo de negocios los proveedores directos son las empresas fabricantes chinas.

Los competidores son otras organizaciones o empresas que compiten por un objetivo en común o para tener superioridad en su mercado (Quiroa, 2020). Con este concepto, podemos determinar que los competidores son las empresas que ofrecen sus servicios para la importación de productos desde China, tomando en cuenta que en Ecuador el principal competidor es la Cámara de Comercio Ecuatoriano China.

Finalmente, el ultimo actor es el distribuidor, quien se encarga de la venta de servicios o productos y se desempeña como un intermediario entre los productores y

consumidores (Economipedia, 2015). La empresa Dragon Trade YV, es la empresa distribuidora de servicios que se propone crear en este modelo de negocios, la cual brindará el asesoramiento de negocios con China, convirtiéndose en un puente con China.

5 Fuerzas de Porter



Fig 4. 5 Fuerzas de Porter (Santander Universidades, 2022)

Las 5 fuerzas de Porter nos permiten analizar y evaluar la competitividad del modelo de negocios dentro del mercado al cual se desea ingresar, con el objetivo de poder considerar factores esenciales que afectarán a la empresa (Santander Universidades, 2022).

Aplicación de estas fuerzas en el modelo de negocios:

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Debido al análisis geopolíticos del mundo en los últimos años, China se ha convertido en un actor muy importante en el ámbito de los negocios y comercio, en donde varias personas han optado por importar productos desde China o a su vez brindar el servicio para ayudar a realizar estas importaciones a otras personas. Por lo

cual se considera que en este mercado se debe tener muy en cuenta esta amenaza, sin embargo, se la puede manejar de manera positiva a favor de la empresa, mediante la aplicación de una mejora continua e innovación.

2. Rivalidad entre competidores existentes

En el Ecuador los principales competidores son la Cámara de Comercio Ecuatoriano China y la Cámara de Comercio Ecuador Shanghai China, quienes brindan el servicio de ayudar a las personas en sus importaciones desde China, sin embargo, en el país no existen muchas empresas que brinden estos servicios. Por lo cual se considera que, dentro del presente mercado se tendrá un nivel de competitividad alto.

3. Amenaza de productos y servicios sustitutos

Dentro de este mercado se tienen como los principales servicios al asesoramiento para importaciones de China y la verificación de proveedores chinos, en donde el servicio es muy similar entre los competidores existentes.

Con el objetivo de poder afrontar la presente amenaza se considera implementar una mejora continua de la mano con la innovación, para poder reflejar una empresa sostenible con el tiempo y poder enfrentar estas amenazas de la mejor manera. Es claro que para una empresa es primordial el poder prevenir amenazas que afectaran directa o indirectamente, por lo tanto, el análisis de estos factores ayudara en la toma de decisiones.

4. Poder de negociación del proveedor

En los últimos años una gran cantidad de ecuatorianos han realizado negocios con China, sin embargo, al iniciar es importante el poder conocer el proceso adecuado de una importación con China, además de poder evitar riesgos, como estafas, durante este

proceso. Al ser la empresa “Dragon Trade YV” el proveedor de servicios de asesoramiento de negocios con China, y tener un incremento de importaciones de China, se puede decir que el poder de negociación de la empresa será alto.

5. Poder de negociación del cliente

Al no existir una gran cantidad de empresas que brinden el servicio de asesoramiento de negocios con China, se puede argumentar que el poder de negociación del cliente no será alto ya que sus opciones son limitadas. Esto proporciona al modelo de negocios una gran oportunidad dentro de este mercado.

- **Los consumidores: Criterio de Segmentación del consumidor, perfil y características**

El criterio de segmentación del consumidor consiste en poder definir cuál es el consumidor al que se aspira llegar con este servicio.

Los principales consumidores o clientes potenciales serán las personas mayores a 18 años que están interesadas en realizar o realizan negocios con China y ven una oportunidad de negocio, y fuente de empleo. Estas personas buscan el poder importar o exportar productos desde China, de una forma eficiente y segura.

- **Análisis cualitativo respecto de la aceptación del producto o servicio**

Se procede a aplicar una técnica de recolección de información de datos cualitativos, la cual ayudará con la descripción y verificación de la aceptación del Modelo de Negocios. Estos datos tienen la característica de ser respuestas descriptivas que expresan las opiniones y pensamientos de los participantes (Velasquez, 2022), en donde las preguntas son abiertas en referencia al Asesoramiento de Negocios con China. La investigación cualitativa realizada es la Entrevista a profundidad, para la obtención de información más personalizada. Se entrevistaron a 2 personas individualmente, quienes

son expertos importando productos desde China, con el objetivo de analizar su opinión de un servicio de asesoramiento y evaluar los beneficios de este servicio en sus negocios.

Entrevistados

- Ing. Luis Acosta: Gerente de Compras en IMV Importadora Mandina Vasquez, 9 años.
- Ing. Beker Aro: Gerente Comercial en Importadora Pronein, 12 años.



Fig 5. *Entrevista Presencial al Ing. Luis Acosta, sábado 11 de marzo*



Fig 6. *Entrevista Online al Ing. Beker Aro, sábado 11 de marzo.*

Entrevista y Resultados

1. ¿De manera general, usted qué opina del mantener Negocios con China?

Es importante mantener los negocios con China, ya que China ofrece una gran variedad de productos en diferentes líneas y posee buena apertura para negociar sus productos, además que sus precios son los más convenientes en el mercado.

2. ¿Puede contarme cómo fue su primera experiencia haciendo Negocios con China?

Se buscaron empresas chinas verificadas por la Embajada China, y se realizó la negociación vía mail, en donde el desconocimiento de los procesos de importación, representaron un problema durante la negociación, además del desconocimiento del idioma chino, lo cual demoro más el proceso.

3. ¿Qué productos importa desde China y por qué estos productos?

Los productos que importados son los repuestos automotrices, maquinaria agrícola y juguetes. Estos productos son importados debido a su alta demanda y acogida en el país debido a su precio atractivo para sus clientes.

4. ¿Cuál es su mayor problema de importar productos desde China?

El mayor problema es el desconocimiento del idioma chino mandarín, ya que al saber el idioma se podría mantener comunicación directa, y por lo tanto llegar a acuerdos de manera más eficiente con el objetivo de reducir tiempos en el proceso de importación y adicionalmente regatear precios.

5. ¿Qué piensa usted de un servicio de Asesoramiento de Negocios con China (exportación e importación)?

Actualmente representa una buena oportunidad de negocio, en donde es importante brindar servicios que incluyan el contacto directo con proveedores en chino mandarín para tener procesos más eficientes. Además, que se pueda ofrecer un asesoramiento personalizado.

6. ¿Cómo cree usted que puede beneficiar este servicio a su empresa?

Ayudará a tener procesos más eficientes y mantener comunicación directa con los proveedores, además de ofrecer asesoría personalizada para incrementar productos o líneas de productos.

- **Análisis cuantitativo. Proyección estimada de la demanda**

Para el análisis cuantitativo del presente modelo de negocios se procede a realizar una encuesta con el objetivo de recopilar toda la información necesaria a través de un cuestionario previamente diseñado. Adicionalmente esta herramienta permite conocer la necesidad de las personas mayores a 18 años que deseen realizar Negocios con China, que les brinde confianza y seguridad al momento de realizar sus compras e inversiones.

La encuesta realizada en el presente Modelo de Negocios consta de 10 preguntas enfocadas en la obtención de datos e información respecto a la necesidad de un Asesoramiento de Negocios con China para los procesos de exportación e importación.

La aplicación de esta encuesta es esencial ya que permite tener una idea general de la factibilidad de crear el presente Modelo de Negocios.

El tamaño de la muestra se tomó en relación al universo considerado para este estudio, en donde se evalúa el grado de confiabilidad con su respectivo margen de error.

Para obtener la muestra de la población y conocer la cantidad de personas a las que se debe encuestar, se aplicó la siguiente fórmula para el cálculo de muestras de poblaciones finitas con un Nivel de Confianza del 95% y Porcentaje de Error del 5% :

El Universo N utilizado es de 60, quienes son estudiantes ecuatorianos de chino mandarín mayores a 18 años de la Academia Club Chino YV.

$Z = 1.96$ (según la campana de Gauss)

$N = 60$ (Universo)

$d = 0.05$ (nivel de precisión absoluta)

$p = 0.5$ (probabilidad del sí)

$q = 0.5$ (probabilidad del no)

$n =$ tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{60 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2 (60 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{57.624}{1.1079}$$

$$n = 52$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra será de 52, es decir se realizará la encuesta a 52 personas del universo previamente detallado. La encuesta se la aplicará a través de la herramienta tecnológica Google Forms, en donde se enviará el link de la encuesta a través de WhatsApp.

Encuesta:

La presente encuesta está enfocada en la aceptación y análisis para un modelo de negocios enfocado en la Asesoría de Negocios con China, en donde el término “Negocios con China” hace referencia a las importaciones y exportaciones entre China y Ecuador.

1. ¿En su vida diaria hace uso de algún producto hecho en China?

SI

NO

2. Considera usted que los productos de China son de:

Excelente Calidad

Buena Calidad

Mala Calidad

3. ¿Cuál de los siguientes productos chinos cree que existe más en el Ecuador?

Juguetes

Celulares

Máquinas

Materia Prima

Repuestos de Automóviles

Industria

Ropa

Comida

4. ¿Cree usted que los negocios con China son una oportunidad de:

Generar ingresos

Tener materia prima barata

Crear una red de contactos

5. ¿Cree usted que hacer Negocios con China es difícil?

SI

NO

6. ¿Considera usted que es necesario tener un asesoramiento para realizar estos negocios con China?

SI

NO

7. ¿Cuál de las siguientes empresas cree usted que ofrece Asesoramiento de Negocios con China?

Cámara de Comercio Ecuatoriano China

Cámara de Comercio Ecuador Shanghái

8. Cree usted que es importante que la empresa que brinde esta asesoría deba conocer:

Idioma chino y cultura china

Inglés

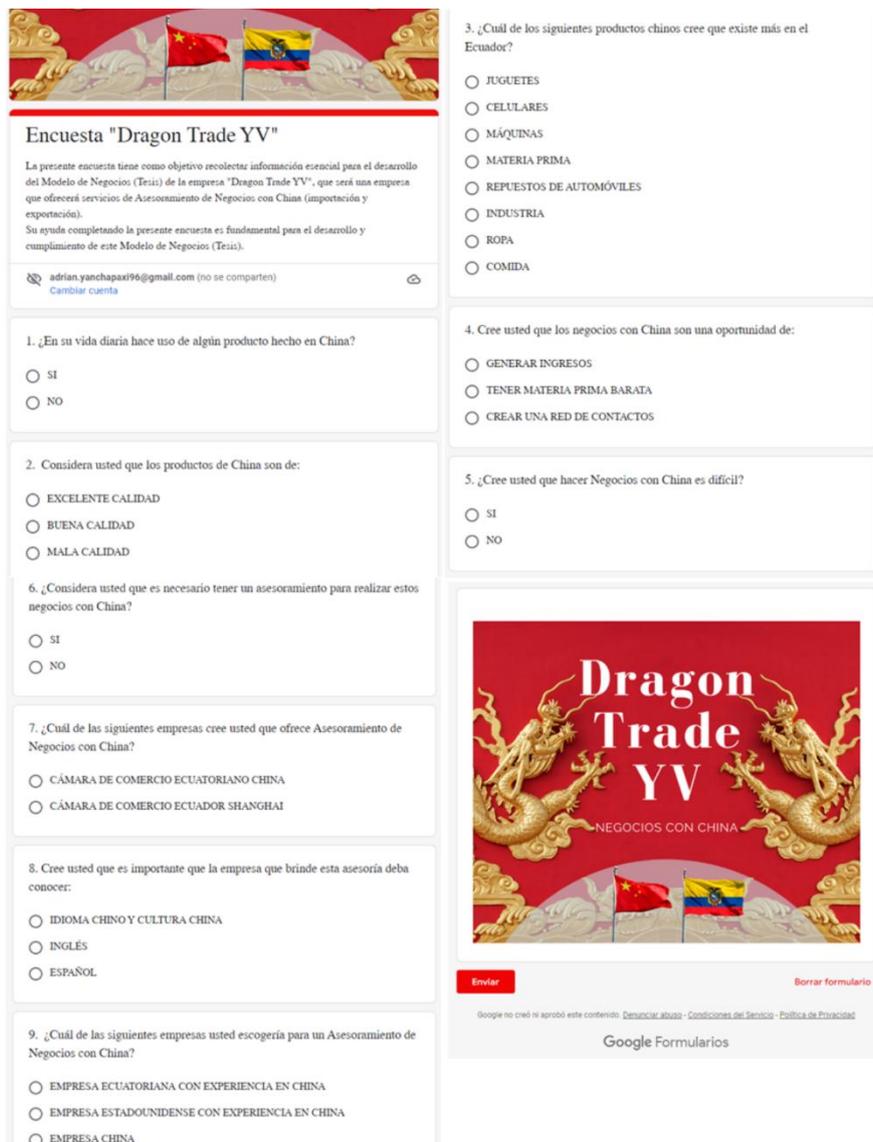
Español

9. ¿Cuál de las siguientes empresas usted escogería para un Asesoramiento de Negocios con China?

Empresa ecuatoriana con experiencia en China

Empresa estadounidense con experiencia en China

Empresa China



Encuesta "Dragon Trade YV"

La presente encuesta tiene como objetivo recolectar información esencial para el desarrollo del Modelo de Negocios (Teis) de la empresa "Dragon Trade YV", que será una empresa que ofrecerá servicios de Asesoramiento de Negocios con China (importación y exportación). Su ayuda completando la presente encuesta es fundamental para el desarrollo y cumplimiento de este Modelo de Negocios (Teis).

adrian.yanchapaxi96@gmail.com (no se comparten)
Cambiar cuenta

1. ¿En su vida diaria hace uso de algún producto hecho en China?

SI
 NO

2. Considera usted que los productos de China son de:

EXCELENTE CALIDAD
 BUENA CALIDAD
 MALA CALIDAD

6. ¿Considera usted que es necesario tener un asesoramiento para realizar estos negocios con China?

SI
 NO

7. ¿Cuál de las siguientes empresas cree usted que ofrece Asesoramiento de Negocios con China?

CÁMARA DE COMERCIO ECUATORIANO CHINA
 CÁMARA DE COMERCIO ECUADOR SHANGHAI

8. Cree usted que es importante que la empresa que brinde esta asesoría deba conocer:

IDIOMA CHINO Y CULTURA CHINA
 INGLÉS
 ESPAÑOL

9. ¿Cuál de las siguientes empresas usted escogería para un Asesoramiento de Negocios con China?

EMPRESA ECUATORIANA CON EXPERIENCIA EN CHINA
 EMPRESA ESTADOUNIDENSE CON EXPERIENCIA EN CHINA
 EMPRESA CHINA

3. ¿Cuál de los siguientes productos chinos cree que existe más en el Ecuador?

JUGUETES
 CELULARES
 MÁQUINAS
 MATERIA PRIMA
 REPUESTOS DE AUTOMÓVILES
 INDUSTRIA
 ROPA
 COMIDA

4. Cree usted que los negocios con China son una oportunidad de:

GENERAR INGRESOS
 TENER MATERIA PRIMA BARATA
 CREAR UNA RED DE CONTACTOS

5. ¿Cree usted que hacer Negocios con China es difícil?

SI
 NO

Dragon Trade YV
NEGOCIOS CON CHINA

Enviar Borrar formulario

Google no creó ni aprobó este contenido. Denunciar abuso - Condiciones del Servicio - Política de Privacidad

Google Formularios

Fig 7. Encuesta

Resultados

A continuación, se demuestran los resultados obtenidos en la encuesta. La encuesta cuenta con un Nivel de Confianza del 95% y Porcentaje de Error del 5%, la cantidad de encuestados fue de 52 personas.

1. ¿En su vida diaria hace uso de algún producto hecho en China?

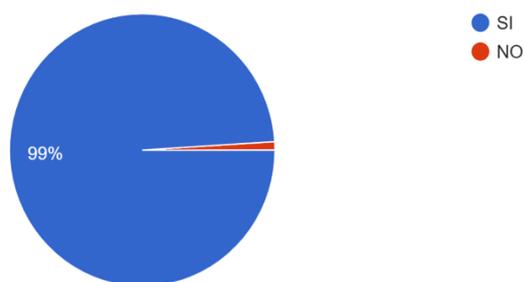


Fig 8. Pregunta 1

El 99% de los encuestados indicaron que hacen uso de un producto chino en su vida diaria, lo cual nos demuestra la oportunidad que representa el importar desde China, debido a la cantidad de productos chinos que encontramos en nuestra vida cotidiana, y el uso diario que se les da. Además, se puede observar la percepción de las personas en donde nos indican que los productos chinos están cada vez más cerca de nosotros.

2. Considera usted que los productos de China son de:

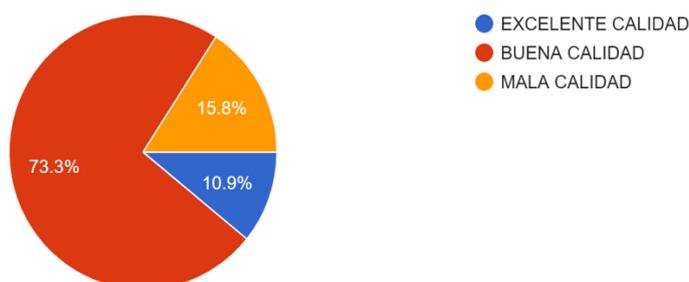


Fig 9. Pregunta 2

Con un 73.3%, los resultados indican que la percepción de los encuestados frente a la calidad de productos chinos es de Buena Calidad, lo que indica que no existe una mala percepción de los mismos, ya que el 15.8% indicó que estos productos son de mala calidad.

3. ¿Cuál de los siguientes productos chinos cree que existe más en el Ecuador?

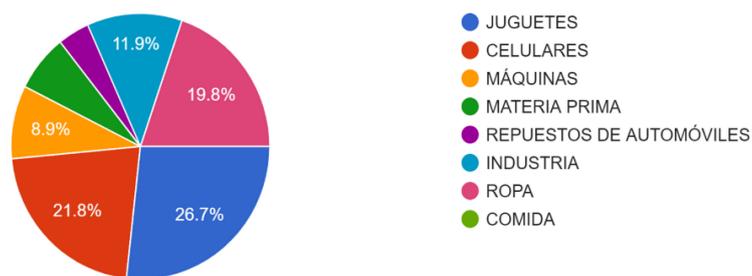


Fig 10. Pregunta 3

Cada vez más tenemos en el Ecuador la presencia de productos chinos, y según nuestros encuestado se puede observar que su opinión indica que los productos chinos que más existen en Ecuador son Juguetes, Celulares y Ropa. Esto nos proporciona además un indicador de una oportunidad de negocio dentro de estas áreas para importar.

4. Cree usted que los negocios con China son una oportunidad de:

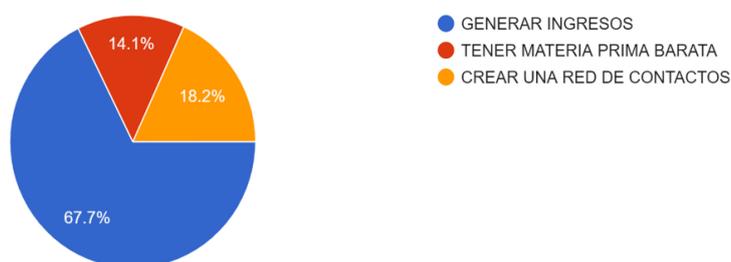


Fig 11. Pregunta 4

Para nuestros encuestados hacer negocios con China representa una ventaja en donde podemos observar que para el 67.7% representa más una fuente de ingresos.

5. ¿Cree usted que hacer Negocios con China es difícil?

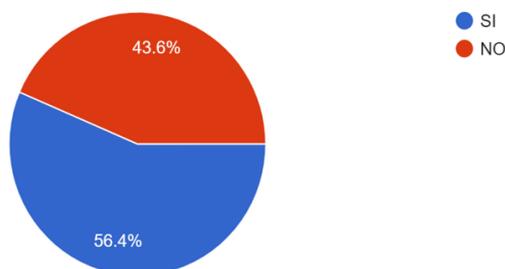


Fig 12. Pregunta 5

Los negocios con China representan una oportunidad para nuestros encuestados, sin embargo, para el 56.4% hacer negocios con China es difícil, y esto se puede deber a las barreras del desconocimiento tanto en los procesos de importación o exportación, además de una de las principales barreras que es el idioma y desconocimiento de la cultura china en el ámbito de negocios.

6. ¿Considera usted que es necesario tener un asesoramiento para realizar estos negocios con China?

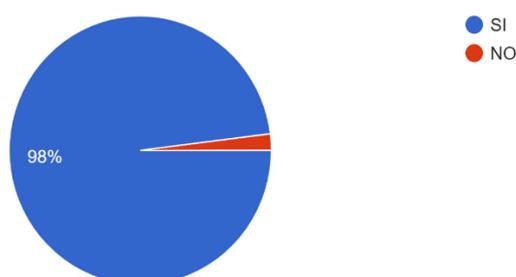


Fig 13. Pregunta 6

El 98% de nuestros encuestados afirma que es importante contar con un asesoramiento para realizar negocios con China, lo cual puede ser causado a sus miedos a caer en estafas y su desconocimiento de los procesos, por lo tanto optan por un asesoramiento que les brinde seguridad durante sus negocios con China.

7. ¿Cuál de las siguientes empresas cree usted que ofrece Asesoramiento de Negocios con China?

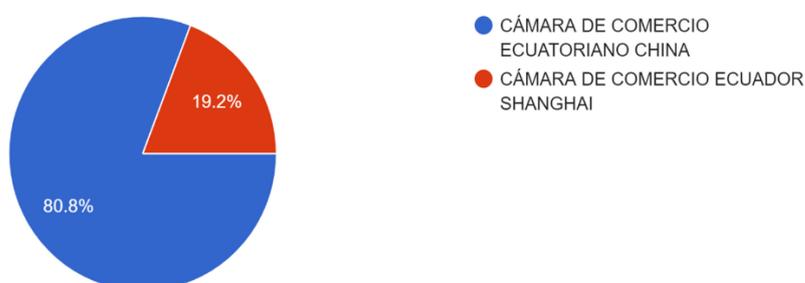


Fig 14. Pregunta 7

En el país existen Cámaras de Comercio que ayudan a promover los negocios con China. Según nuestras encuestas las personas optaron por seleccionar a la empresa

Cámara de Comercio Ecuatoriano China, que es por la cual sintieron una identificación en el servicio de asesoramiento. Por otro lado, en el presente modelo de negocios se buscará ser socios de esta Cámara de Comercio, con el objetivo de incrementar el networking y ofrecer mayor seguridad a nuestros clientes.

8. Cree usted que es importante que la empresa que brinde esta asesoría deba conocer:

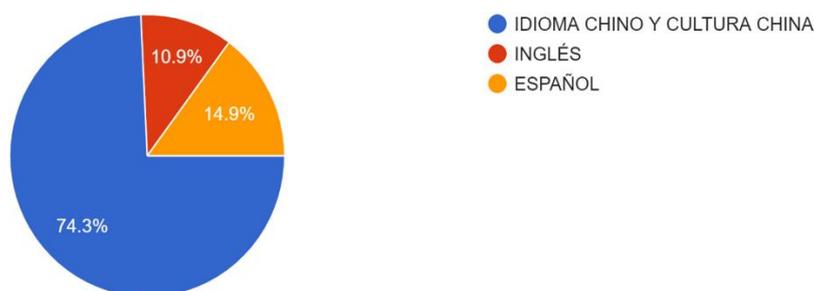


Fig 15. Pregunta 8

La encuesta demuestra que, al realizar los negocios con China, es importante como empresa saber el idioma chino y conocer la cultura China. Esto representa una oportunidad dentro del mercado, ya que el gerente de la empresa sabe el idioma y conoce la cultura china, además que vivió y realizó estudios en China. Esto brindará mayor relevancia a la empresa, y representará un atractivo hacia nuestros clientes.

9. ¿Cuál de las siguientes empresas usted escogería para un Asesoramiento de Negocios con China?

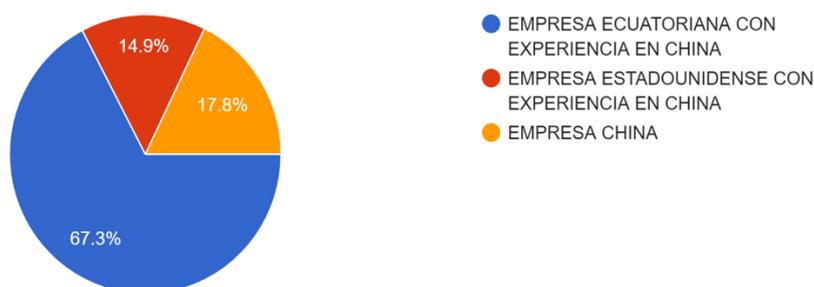


Fig 16. Pregunta 9

Para nuestros encuestados es importante que la empresa que brinde esta asesoría sea una empresa ecuatoriana con experiencia en China. Lo cual verifica la viabilidad del

presente modelo de negocios, al brindar confianza a nuestros clientes con personal ecuatoriano.

- **Calculo estimado de Ventas**

Las importaciones y exportaciones a China representan una gran oportunidad en la actualidad, y muchas personas se inclinan por realizar negocios con China. En enero del presente año 2023 concluyó exitosamente la negociación del acuerdo comercial entre los países Ecuador y China, el cual se centra en la reducción de arancel para el acceso a los mercados y mecanismos para agilizar estos procesos. Esto representa una gran oportunidad para que las personas ecuatorianas realicen negocios con China (GOB, 2023).

Estos nuevos acuerdos representan una oportunidad creciente para el presente Modelo de Negocios para la Asesoría de Negocios con China, en donde se buscará asistir a las personas en sus importaciones o exportaciones con China. El servicio a ofertar estará basado en la asesoría y realización de estos procesos, en donde el valor del servicio será de \$950 que incluye el servicio de asesoría y el proceso de importación o exportación, adicionalmente se cobrará un valor en base al monto de compra o venta que realicen nuestros clientes, el cual será de un 10% del valor de la importación o exportación. Por lo tanto, se establecerá un valor base para estos procesos que será de \$7.000. Es decir, nuestros clientes que deseen realizar estos procesos deberán comprar o vender un valor superior a los \$7.000 para que la empresa pueda ofrecer sus servicios, y en base a este valor se cobrara el 10%, es decir que por cada proceso se ganara un valor mínimo adicional de \$700. Debido a la creciente demanda de importaciones y exportaciones con China, se espera la venta de 3 servicios mensuales de asesoría de negocios con China.

A continuación, se detalla el cálculo estimado de ventas mensuales:

Concepto	Valor	Cantidad	Total
Servicios de Asesoría	\$ 1008	3	\$ 3.024
Valor mínimo por importación o exportación	\$ 700	3	\$ 2.100
VENTAS TOTALES			\$ 5.124

Tabla 1. Ventas Mensuales Estimadas

Las ventas estimadas mensuales para la empresa serán de \$5.124.

- **Flujo de Ingresos proyectados**

El siguiente flujo de ingresos proyectados se lo considera para el periodo a partir de enero del 2024 al 31 diciembre 2024, ya que el primer año, es decir el periodo 2023, se lo considera como el año de inversión.

Concepto	Ingresos	Ingresos
	Mensuales	Anuales
Servicios de Asesoría	\$ 3.024	\$ 36.288
Valor mínimo por importación o exportación	\$ 2.100	\$ 25.200
INGRESOS PROYECTADOS		\$ 61.488

Tabla 2. Ingresos Anuales Proyectados

El flujo de ingresos proyectados para el periodo mencionado es de \$61.488.

Uno de los factores importantes a tomar en cuenta que puede influenciar en el flujo de ingresos, son los acuerdos comerciales que se puede firmar entre Ecuador y China, lo que sería muy beneficioso para los procesos de importación y exportación. Otro factor a tomar en cuenta son los cambios de gobierno para el año 2025 en Ecuador, lo cual siempre genera una inestabilidad en inversiones.

Resumen

En los últimos años se han abierto muchas oportunidades de negocios con China, en donde varias personas buscan importar o exportar productos para generar una fuente de ingresos. Se verifico esta información a través de una entrevista personal con dos importadores, quienes importan varios años sus productos desde China, sin embargo, una de sus mayores problemáticas fue el desconocimiento del idioma chino. Por otro lado, se realizaron encuestas a un grupo de personas, en donde se verificaron los principales productos de procedencia china que creen que existe en Ecuador.

Capítulo 3: Plan de Marketing

“El sabio no enseña con palabras, sino con actos” Lao Tse

“智者不以言教，而以行”

El plan de marketing representa a un documento el cual contiene todos los diferentes estudios de mercado previamente realizados, en el cual además se detallan los objetivos a conseguir, las estrategias a aplicar y su planificación. Esta es una guía que ayudara a orientar a este Modelo de Negocios, para poder atraer a clientes potenciales (Miñarro, 2022).

- **Establecimiento de objetivos**

Mediante la aplicación de los objetivos de marketing se tendrá claro del camino en el cual el Modelo de Negocios deberá dirigirse para poder alcanzar éxito, y saber a dónde se quiere llegar. Además, estas ayudarán a evaluar las acciones tomadas durante el camino y poderla ir innovando y mejorando, para conocer si estos esfuerzos tendrán el impacto y resultados esperados (Pursell, 2020).

1. Dar a conocer la empresa y los servicios ofertados: Crear un perfil de la empresa en las principales redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) con el fin de hacer visible a la empresa en el ámbito digital, a través de la generación de post 4 y 2 videos de los servicios ofertados al mes en Facebook e Instagram. Con esto se busca en 6 meses aumentar en un 30% las impresiones del público en estas redes sociales.
2. Captar a los clientes potenciales: Mediante la aplicación de la herramienta de segmentación que proporcionan principalmente las redes sociales Facebook e Instagram, se busca el poder generar contenido que sea dirigido a nuestros

clientes potenciales y poder llegar a estos de una manera efectiva a través del pautaaje digital del perfil de la empresa en redes sociales.

3. **Generar ventas:** La generación de ventas es un objetivo clave para la sostenibilidad de la empresa, por lo cual se implementará el pautaaje digital de los servicios de la empresa durante 6 meses a través de un post y un video promocional en todas las redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok).
4. **Incrementar seguidores en las redes sociales:** Mediante la generación de contenido interesante y relevante para nuestro público objetivo, se busca el poder brindar información clave para cumplir con las necesidades de este público, y así incrementar seguidores. Además de potenciar la principal red social más demandada en la actualidad que es TikTok, mediante la publicación de 4 videos semanales durante 6 meses.
5. **Posicionar la empresa en el mercado:** Con el objetivo de generar posicionamiento y credibilidad en el mercado, se creará una página web de la empresa en donde el cliente podrá conocer más sobre la empresa y sus servicios.

- **Criterios de Marketing**

Los criterios de marketing representan a uno de los principales pilares que es la Segmentación. En este se puede identificar al público objetivo para implementar adecuadamente las estrategias de marketing, y conocer las acciones o estrategias que se deberán llevar a cabo. Esta ayuda además a conocer a los clientes potenciales, sus preferencias, gustos, hábitos y conducta, con el objetivo de poder alinear las estrategias empresariales hacia la forma de comportarse de sus consumidores (Comunicare, 2019).

La segmentación del mercado permite dividir al mercado y enfocarse en los clientes potenciales, para generar estrategias adecuadas dirigidas a este grupo potencial (Comunicare, 2019).

Criterios de marketing de segmentación

A continuación, se procede a dividir al mercado con respecto a 5 criterios de segmentación, con el objetivo de dirigirse al público objetivo buscado.

1. Segmentación geográfica: El servicio a ofertar dentro del presente Modelo de Negocios busca poder ser ofertado dentro del territorio Nacional, en el país de Ecuador.
 2. Segmentación demográfica: El cliente potencial será mayor de edad sin distinción de género.
 3. Segmentación socioeconómica: Los principales clientes potenciales serán las personas que se encuentran cursando sus estudios de tercer nivel o ya los culminaron. Además de ser personas que tengan visión y un capital con el cual puedan realizar sus primeros Negocios con China.
 4. Segmentación psicográfica: Dentro de esta se define a las personas según su personalidad, pensamiento estilo de vida y sus valores. En donde se busca a personas que estén interesadas en el desarrollo personal, negocios y comercio.
 5. Segmentación conductual: Esta se basa en las conductas de los clientes en referencia a sus acciones de compra que tienen. Es decir, en este sentido buscaremos las personas interesadas o que han realizado compras de productos hechos en China, a través de herramientas digitales como Wish, Alibaba o AliExpress.
- **Formulación de estrategias**

El poder formular estrategias es clave para brindar beneficios para una empresa. La previa formulación de estrategias ayudara a facilitar acciones planteadas con resultados esperados. Estas estrategias proporcionarán a todos los empleados una clara visión de los principales objetivos que tiene la empresa, lo cual ayudará a un trabajo en conjunto eficiente para cumplir con estos objetivos, además de brindar un camino y guía para que los servicios ofertados puedan generar ingresos en el mercado (Economiapedia, 2018).

Estrategia de venta

La estrategia de ventas representa a un enfoque que permite al departamento de ventas el poderle brindar un posicionamiento a su empresa y a sus productos o servicios, con el objetivo de dirigirse a sus clientes objetivos de manera eficiente y significativa, a través de un plan operativo (Clavijo, 2020).

La estrategia de venta a implementar en el presente Modelo de Negocios es la Estrategia de Ventas en Redes Sociales y Alianzas Estratégicas con entidades como la Embajada China, Cámaras de Comercio y Ministerio de Relaciones Exteriores, con el objetivo de generar lazos de cooperación demostrando confianza y compromiso en nuestros procesos con nuestros clientes. A través de la implementación y uso de redes sociales se puede alcanzar un público objetivo deseado, el cual ayudara a impulsar y contribuir en las ventas esperadas. En la actualidad todas las personas tienen redes sociales, las cuales son utilizadas por las grandes empresas para generar ventas, estas representan una gran herramienta digital para obtener ingresos. Para esta estrategia se planifica la generación continua de contenido digital mediante publicaciones y videos en las redes sociales principales como son Facebook, Instagram y TikTok.

Estrategia de precio

La estrategia de precios de servicios o productos representa una fuente de éxito para la empresa. Por lo tanto, es importante el poder definir el precio más adecuado del servicio con el objetivo de garantizar ganancias y sostenibilidad financiera para la empresa. Esta estrategia se puede definir como al conjunto de metodologías y procesos que una empresa utiliza para fijar precios de sus servicios o productos (Peçanha, 2020).

Por lo tanto, una de las estrategias de precio implementada para la empresa será la Estrategia de Precios en Relación con la Competencia. Al representar una empresa nueva que desea ingresar al mercado, es importante el poder competir en base a los precios que ofrece la competencia, la cual es principalmente la Cámara de Negocios Ecuatoriano China. Lo cual ayudara a lanzar al mercado servicios que tengan una relación objetiva para los clientes potenciales. Por lo cual se propone que los precios de nuestros servicios sean más bajos que los que tiene la competencia, lo cual ayudara a compensar las desventajas frente la oferta que posee la competencia, precio descontado. Lo cual ayudara a ingresar al mercado como una opción más viable económicamente para los clientes potenciales, esperando que durante el transcurso de los años se puedan tener precios similares a la competencia.

Estrategia de distribución

Las estrategias de distribución representan una herramienta importante para la toma de decisiones dentro de una empresa con respecto a los sistemas, canales y tipos de distribución que se emplearan con el objetivo de hacer llegar los servicios a la mayor cantidad de personas, y convertirlos en clientes potenciales. Además, esta ayudara a la selección de los medios adecuados para colocar los servicios dentro del mercado (UNIR, 2022).

Sistema de Distribución

El sistema de distribución más adecuado a emplear es el Interno, con el objetivo que la empresa sea la que se encargue de la comercialización de los diferentes servicios que serán ofertados.

Canal de Distribución

El canal más adecuado para ofrecer los servicios del presente Modelo de Negocios, es ofrecerlo directamente al cliente potencial o consumidor final a través de medios digitales, sin la intervención de intermediarios.

Tipo de Distribución

La Distribución Intensiva es utilizada para los servicios que ofrecen un bajo precio con el objetivo de captar un público masivo, por lo cual esta será la estrategia a emplear en la empresa.

Estrategia Promocional

Esta estrategia consiste en la generación de la demanda del servicio a ofertar, la cual ayuda a verificar tácticas que se implementarán para generar conocimiento sobre el servicio, con el objetivo que las personas deseen comprarlo. Además, la estrategia de promoción permite presentar al servicio a los clientes y llegar a convencerlos que lo compren (MacNeil, 2022).

Por lo tanto, las estrategias promocionales a utilizar para dar a conocer los servicios y que la gente los compre son:

1. **Publicidad Pagada:** esta será nuestra primera opción, la cual representa a una estrategia directa, que mostrará avisos publicitarios con el objetivo de captar la atención de los clientes potenciales. Con esto crearemos intereses en nuestros servicios y también en la marca. La publicidad pagada se realizará a través de

avisos publicitarios digitales, enfocados en las redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok)

2. **Marketing de Contenido:** esta es una estrategia digital que se enfoca en mantener y atraer nueva audiencia. Esta se implementará en las redes sociales a través de la creación de contenido basado en un calendario dirigido a los clientes potenciales, mediante publicaciones y videos que estarán enfocados en los Negocios con China y Ecuador.

- **Aplicaciones Marketing Mix**

En el Marketing Mix se tiene en cuenta 4 aspectos muy importantes, los cuales son conocidos como las 4P. Estas se denominan de esta manera debido a sus nombres las cuales son: Producto, Precio, Distribución y Promoción. De acuerdo al Marketing Mix las empresas deben evaluar estos 4 aspectos con el objetivo de alcanzar sus metas comerciales, pero para lograr conseguir estas metas, es necesario que estos 4 aspectos trabajen de la manera más adecuada y coordinada (IEP, 2019).

1. **Producto:** La empresa ofrecerá el servicio de Asesoramiento de Negocios con China, con el objetivo de ayudar a los clientes potenciales con sus importaciones y exportaciones con China, mediante una guía durante todo el proceso necesario hasta que sus productos lleguen a su destino según lo acordado.
2. **Precio:** El precio estará enfocado en dos partes, en donde la primera será el servicio de la asesoría para compra o venta, y la segunda será en relación a un porcentaje de la importación o exportación.
3. **Distribución:** Los servicios serán ofertados directamente por la empresa sin intermediarios a través de medios digitales (redes sociales).

4. Promoción: Se ofrecerán los servicios de la empresa a través de redes sociales y publicidad paga en las mismas, lo cual ayudara a captar la atención de las personas interesadas y generar conocimiento en la marca.

Resumen

El plan de marketing está basado en estrategias de venta Online, a través de la generación de contenido y pauta en las principales redes sociales, como son Facebook, Instagram y principalmente TikTok, que representa una gran herramienta para poder alcanzar a un publico de potenciales clientes.

Capítulo 4: Estudio Técnico

“Yo no procuro conocer las preguntas; procuro conocer las respuestas” Confucio

“我不想知道这些问题；我试着知道答案”

El estudio técnico dentro de un Plan de Negocios, representa al proceso de analizar técnicamente la propuesta de negocio con el objetivo de evaluar su rentabilidad y factibilidad. En otras palabras, este estudio permite la verificación de una viabilidad a nivel técnico para la elaboración del servicio, sus inversiones, materiales e infraestructura. Además, esta permite analizar y proponer los diferentes aspectos económicos, implicaciones operativas, estudio organizacional, ingeniería y obras físicas. Para comprender adecuadamente lo que representa un estudio técnico, es importante enfocarse en 3 etapas claves que son: tamaño, localización e ingeniería. Estos tres aspectos ayudan a definir los gastos, costos e inversiones que la empresa deberá asumir durante el desarrollo de la empresa (EIE, 2018).

- **Tamaño del Proyecto**

El tamaño del proyecto hace referencia al nivel de inversión que será necesaria para que la empresa pueda operar de manera continua. En esta etapa el nivel de la inversión está relacionada con la productividad del tamaño de la empresa, en donde es necesario evaluar las economías de escala mediante la elección del tamaño de la empresa que presente la mejor opción para la atención de la demanda (UNAM, 2017).

Para el presente Modelo de Negocios, servicios de Asesoramiento de Negocios con China, se plantea la utilización de un tamaño de oficina de 52m², dentro de la cual se tendrá una oficina gerencial de 4m x 3m, 2 estaciones modulares para atención al cliente de 3m x 2.5m cada una, estación de asistente administrativo de 2m x 1.5m, y 1 baño.

- **Localización. Análisis de los principales criterios. Matriz de localización**

La localización de la empresa representa al análisis y estudio del lugar en donde se ubicará la empresa, en donde se consideran diferentes criterios como son los económicos, institucionales, sociales, estratégicos, técnicos, etc. El objetivo más importante dentro de la localización de la empresa, es el poder elegir adecuadamente el lugar que proporcione una maximización de la rentabilidad de la empresa (UNAM, 2017).

Para la elección del lugar más adecuado para el establecimiento de la empresa se toman en cuenta diferentes factores estratégicos, con el fin de poderlos analizar dentro de una matriz de localización y de esta manera elegir la mejor opción. Estos factores estratégicos de localización se los evalúa en dos criterios importantes que son la Macrolocalización y Microlocalización.

La Macrolocalización hace referencia a las áreas geográficas en donde se puede ubicar la empresa, con el objetivo de conocer las mejores zonas que puedan beneficiar las condiciones de la empresa dentro del ámbito, financiero, económico, político y demográfico (Corrillo, 2016). Por lo tanto, los factores a analizar en esta Macrolocalización será infraestructura, local visible, facilidad del acceso, proximidad con la demanda y competencia.

Por otro lado, la Microlocalización es la elección de un lugar específico en donde se encontrará el domicilio comercial de la empresa con el fin de la ejecución de sus diferentes actividades (Corrillo, 2016). Los factores que se analizaran dentro de este criterio son los servicios básicos y área requerida.

Factor	Peso	Sector la Carolina - Quito Avenida Republica y Atahualpa (Edificio Nuyan)		Sector El Triángulo - Quito Isla San Cristóbal y Geovanny Farina (Edificio Alcázar)	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Infraestructura	0.15	6	0.9	9	1.35
Local Visible	0.15	8	1.2	7	1.05
Facilidad del Acceso	0.15	10	1.5	10	1.5
Proximidad con la demanda	0.15	9	1.35	8	1.2
Competencia	0.15	6	0.9	8	1.2
Servicios Básicos	0.15	10	1.5	10	1.5
Área Requerida	0.1	10	1	10	1
	1.00		8.35		8.8

Tabla 3. Factores estratégicos de localización. Autor: Adrian Yanchapaxi

Los resultados mostrados en la Matriz de localización, señalan que el mejor lugar tomando en cuenta los factores de Macrolocalización y Microlocalización, es en el Sector del Triángulo – Quito, en donde la ubicación exacta de la empresa será en las calles Isla San Cristóbal y Geovanny Farina, Edificio Alcázar del Valle 2do Piso. Este lugar presenta la mejor opción a elegir como localización para la empresa debido a las ventajas encontradas en los factores de localización, esto ayudara a poder posicionar a la

empresa en el lugar adecuado con el objetivo que sea sostenible y adecuada para los clientes potenciales, y poder cumplir con la demanda del mercado.

A continuación, se muestra el lugar exacto de la ubicación de la empresa:

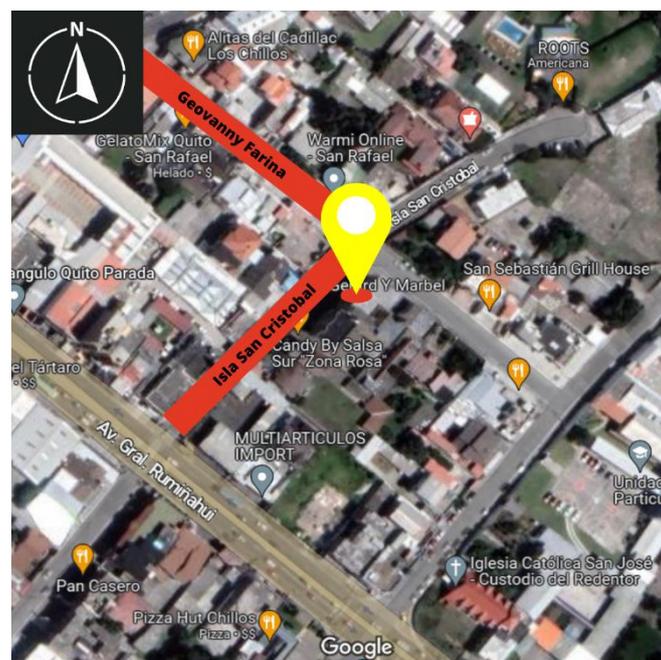
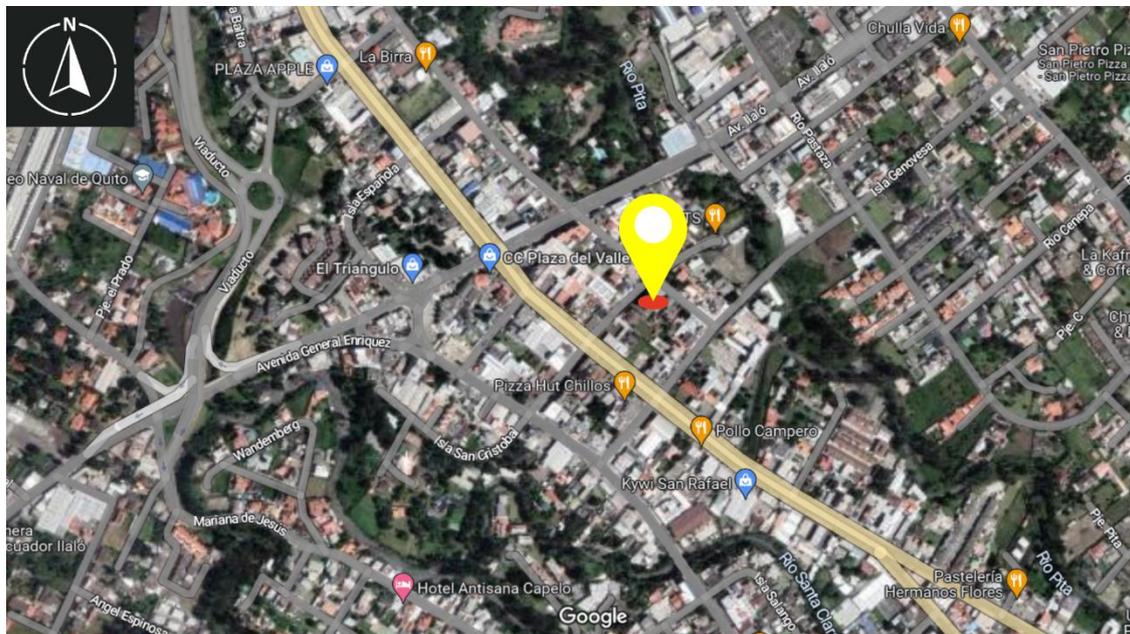


Fig 17. Localización

- **Ingeniería y/o concepción arquitectónica del Negocio**

La ingeniería arquitectónica del Negocio implica las inversiones que están relacionadas a las diferentes obras físicas necesarias e infraestructura, además de las inversiones que se necesitan realizar para el capital de trabajo, salarios y costos de materiales. Esta ingeniería ayuda a la resolución de lo que involucra el funcionamiento e instalación de la empresa desde el punto de vista de compras de equipos y desarrollo de los procesos dentro de la empresa (EIE, 2018). Dentro de esta etapa se consideran los siguientes aspectos:

1. Análisis de los procesos de producción, equipamiento, infraestructura, mano de obra y costos.
2. Análisis de los presupuestos, inversiones y adquisiciones.

Con el objetivo que se pueda brindar el mejor servicio de Asesoramiento de Negocios con China, se plantea realizar correctas inversiones, adquisición de equipos necesarios para el desarrollo correcto de las actividades de la empresa y la adquisición correcta de mano de obra.

Inversiones y adquisiciones

Las inversiones necesarias para el normal desarrollo de la empresa son las siguientes:

1. Equipo tecnológico: 4 Computadoras de escritorio, 1 televisión inteligente, 4 celulares con su plan mensual, contratación de servicio de internet, 1 impresora.
2. Insumos de oficina: 4 agendas, 3 cajas de esferos, 2 grapadoras, 2 perforadoras, 3 resmas de papel bond, 3 calculadoras de escritorio.
3. Mobiliario de Oficina: 4 escritorios, 6 sillas para atención al cliente, 4 sillas ergonómicas, 1 counter de recepción.
4. Infraestructura: planificación de una correcta inversión en arriendo, mediante la proyección del pago de 1 año de arriendo, con el objetivo de contar con este

dinero que sirva como un pilar para mantener a la empresa durante su primer año de vida.

5. Mano de obra: se proyecta el contratar a 2 personas para atención al cliente y ventas, y 1 persona como asistente administrativo de la gerencia, y personalmente manejar la gerencia de la empresa.

- **Descripción de la tecnología del negocio, procesos de negocio y su nivel de acceso**

La tecnología del negocio hace referencia a la aplicación de tecnología necesaria para el mejoramiento e innovación continua la cual es necesaria al momento de mejorar los procesos de la empresa y poder brindar servicios eficientes a sus clientes. La aplicación de la tecnología en el negocio es primordial, ya que esta ayuda a optimizar la administración de la empresa y dar un correcto servicio al cliente. Además, la aplicación de la tecnología representa una necesidad de manera creciente, la cual proporciona las herramientas necesarias para la innovación en el negocio (Melo, 2018).

En los últimos años la tecnología se ha convertido en una herramienta de crecimiento empresarial y ayuda a generar ingresos a través de las mismas, principalmente la utilización de las redes sociales, las cuales han incrementado su visualización en los últimos años. Para una empresa es vital tener presencia en el ámbito digital, en donde se pueden ofertar los servicios a nivel nacional, a través de la publicidad pagada, en donde es importante mantenerse actualizados con el fin de obtener resultados esperados y mantener el curso y sostenibilidad de la empresa. Además, la comunicación empresarial es más rápida y eficiente a través de comunicación interna en los celulares o correos electrónicos, los cuales también se los utiliza con los clientes, y así mantener comunicación directa (Melo, 2018).

Por lo cual la tecnología será implementada dentro de la empresa con el fin de obtener procesos más eficientes y resultados que representen un mayor beneficio para la empresa. Es por esta razón que se abrirán canales digitales para mantener comunicación interna entre los empleados mediante grupos de WhatsApp, y también a través de comunicación directa vía Gmail. Por otro lado, se implementará un sistema informático en el cual se pueda generar una base de datos de nuestros clientes y sus requerimientos con el fin de poder ser atendidos de manera eficiente, además de mantener un canal abierto de comunicación con los clientes en nuestras redes sociales y WhatsApp. Las computadoras de escritorio y celulares tendrán un punto clave dentro de la empresa, ya que estas proporcionarán las herramientas necesarias a los empleados para desarrollar su trabajo de la manera más óptima y correcta.

El nivel de acceso a esta tecnología será durante el periodo laboral dentro de la empresa, mientras que el celular será implementado para el uso tanto dentro de la hora laboral como fuera del mismo, con el objetivo de poder atender las necesidades de nuestros clientes a través de conversaciones vía WhatsApp.

- **Diseño del proceso productivo**

El diseño del proceso productivo se basa en las diferentes selecciones óptimas de las operaciones y métodos para una correcta producción de servicios. Esta herramienta permite analizar y saber cuántas y qué operaciones son necesarias implementar en la empresa, ya que estas decisiones afectan directamente a la productividad de la empresa, siendo su principal objetivo el poder generar valor para la empresa. Al representar los servicios un producto intangible, es importante que sus procesos productivos mantengan una flexibilidad, ya que los servicios no se los puede almacenar como los productos, con el objetivo de una previsión para un requerimiento futuro de los clientes. Por esta

razón es importante el establecer un patrón de la demanda de los servicios a largo tiempo con el objetivo de adecuar las instalaciones y procesos para cumplir con dicha demanda (GJ, 2017).

Por lo tanto, con el principal objetivo de brindar servicios eficientes, óptimos y adecuados a los clientes se implementará un proceso productivo de una atención personal a todos los clientes, en el cual se brindarán servicios altamente personalizados y especializados con un alto grado de contacto con los clientes. En donde se mostrará una excelente percepción del servicio de calidad, la cual depende de la experiencia brindada a nuestros clientes, la cual parte desde el momento en el cual nos contactaran para averiguar sobre nuestros servicios, hasta el último paso que es poderlos ayudar en sus requerimientos y que estos sean cumplidos satisfactoriamente. A continuación, se detallan las etapas en el proceso productivo de la empresa:



Fig 18. Etapas del proceso productivo

Resumen

Se verifica que la localización mas adecuada para la empresa en base a factores relevantes es en el sector del Triangulo en el Valle de los Chillos, Quito. Además se verifico la adquisición del material y muebles a adquirir para el inicio de correctas actividades dentro de la empresa.

Capítulo 5: Modelo de Gestión Organizacional

“Un viaje de mil millas comienza con el primer paso” Lao Tse

“千里之行，始于足下”

El Modelo de Gestión Organizacional representa una herramienta clave para todas las empresas u organizaciones, que tiene el objetivo de desarrollar una cantidad de estrategias que cumplan con las necesidades empresariales para poderla implementar y que puedan ser evaluadas y analizadas con indicadores de gestión, y así alcanzar los objetivos planteados por la empresa (Cedeño, 2016).

La gestión organizacional también se caracteriza como el proceso de controlar, organizar y planificar de manera eficiente el personal y los recursos de la empresa para alcanzar sus objetivos. Esta además permite usar óptimamente los recursos a través de un control y planificación, ya que al tener una gestión eficaz ayudara a garantizar la rentabilidad de la empresa. La gestión organizacional presenta 7 funciones vitales para que se puedan alcanzar los objetivos con éxito, estos son: Planificación, Organización, Asignación de Personal, Dirigir, Controlar, Gestión del tiempo y Motivación (Narvaez, 2020).

- **Diseño Organizacional. Estructura y descripción funcional**

El Diseño Organizacional permite definir las funciones y los procesos dentro de la empresa, con el objetivo de definir el trabajo para tener mayor responsabilidad y participación por parte de las personas que conforman la empresa. El objetivo clave es el poder crear un lugar de trabajo que sea inclusivo en el cual sus trabajadores tengan compañerismo y trabajo en equipo. Además, este diseño permite agilizar y preparar el mercado cuando sea necesario realizar un cambio cuando los clientes y el mercado lo necesiten (Ferry, 2019).

Adicionalmente, el diseño organizacional es el proceso de poder elegir una correcta estructura de las responsabilidades, tareas y de relaciones dentro de la empresa (Echavarria, 2012).



Fig 19. Estructura Organizacional

La empresa de servicios de Asesoramiento de Negocios con China estará compuesta por una estructura funcional no compleja ya que el modelo de negocios no requiere una jerarquización complicada. La estructura descrita para la empresa estará constituida por áreas esenciales, las cuales estarán relacionadas entre sí con el objetivo de brindar servicios de calidad, con respecto a las exigencias de los diferentes clientes.

Gerencia: este departamento estará compuesto por 1 persona, la cual deberá cumplir con las funciones de controlar, planificar, dirigir y organizar las operaciones de la empresa, con el objetivo de alcanzar los objetivos empresariales, y de esta manera poder aprovechar los recursos tanto financieros, materiales y humanos. Por lo tanto, su función esencial es poder mantener una revisión financiera con el objetivo de evaluar estrategias para la sostenibilidad de la empresa, y además realizar estrategias de marketing para cumplir con este objetivo.

Asistente Administrativo: dentro del presente departamento se tendrá a 1 persona la cual se encargará de revisar, actualizar y tener al día las guías y procedimientos existentes, listas de clientes, trabajo administrativo como registrar información, atención y direccionamiento al cliente y revisión financiera de la empresa. En donde su principal función será brindar apoyo a gerencia durante el desarrollo de las operaciones empresariales con el objetivo de mantener servicios de eficiencia para los clientes, además de resolver problemas reportándolos a gerencia. Es importante que esta área mantenga una excelente comunicación con gerencia, para poder generar servicios de calidad.

Asesor Contable (Outsourcing): en el área contable se tendrá a un contador externo, el cual tendrá las funciones de los controles de estados financieros, cumplimiento de las obligaciones fiscales, revisión de libros contables y asesoría.

Asesores Comerciales: dentro del área comercial se tendrá a 2 personas, las cuales estarán a cargo de una de las partes más esenciales para que la empresa tenga ingresos. Estas personas estarán a cargo de poder brindar los servicios y acompañamiento a los clientes durante sus requerimientos, serán las personas responsables de proporcionar los servicios adecuados una vez que los clientes los hayan contratado o comprado. Además, darán un asesoramiento con eficiencia y responsabilidad asegurando mantener a los clientes en el futuro. Esta área estará a cargo de las ventas, en donde se busca que puedan realizar un primer acercamiento con los clientes potenciales a través de ofrecer los servicios de la empresa como una oportunidad de negocio para nuestros clientes. Estas funciones ayudarán a expandir las ventas de la empresa, poder ofrecer los servicios y ampliar la cartera de los clientes.

Marketing (Outsourcing): se contratará a terceros para que cumplan con las funciones dentro de esta área de marketing. Las funciones dentro de esta área son el de

desarrollar estrategias de marketing en conjunto con gerencia, verificar y seguir con las tendencias, innovar, mantener comunicación con la empresa, mejorar las ventas y definir sus planes estratégicos. Estas funciones estarán ligadas con la utilización de la herramienta más poderosa y utilizada en los últimos años, la cual es las Redes Sociales, en donde se buscará generar visualización y ventas, llegando a la mayor cantidad de clientes potenciales, generando un conocimiento de la marca.

- **Diseño de perfiles profesionales del personal de la Organización**

El diseño de perfiles profesionales es la correcta descripción de aquello que se necesita ocupar para una determinada posición en una empresa, esta es un listado con las competencias y conocimientos que una persona deberá tener para ocupar dicha posición empresarial, así como también sus características y responsabilidades que demandará el puesto (Jaime, 2020).

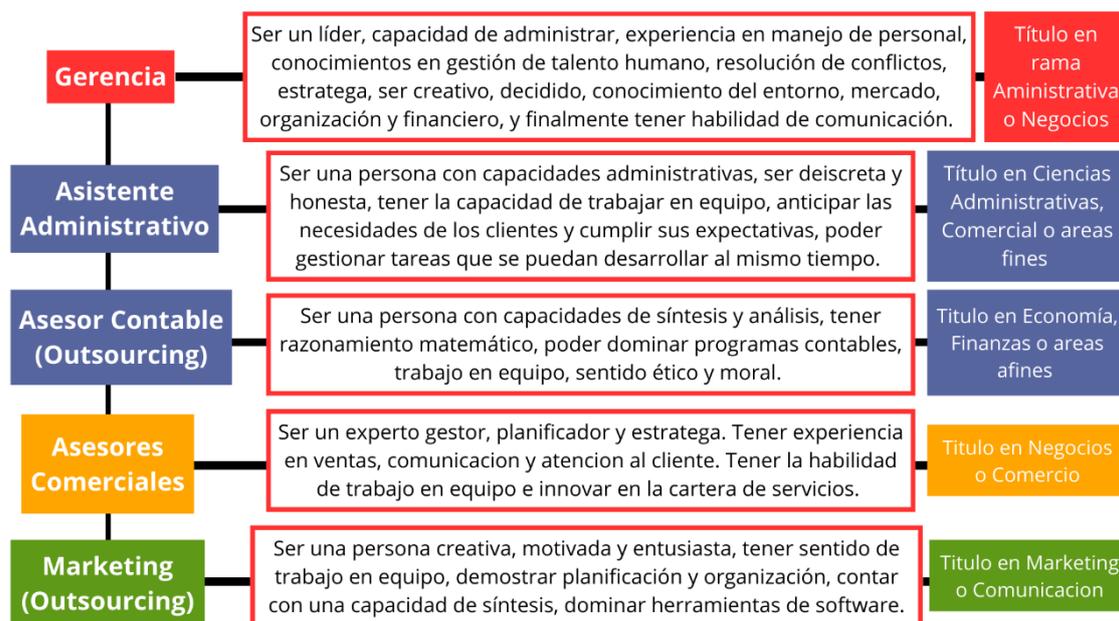


Fig 20. Perfiles Profesionales

- **Gerencia de Recursos Humanos. Análisis de subsistemas: políticas de selección, contratación, capacitación, remuneración, evaluación de desempeño**

La gerencia de recursos humano hace referencia al área o departamento encargado de la comunicación y tratamiento entre los diferentes empleados, siendo la que se debe involucrar en el trabajo en equipo para poder brindar una correcta y adecuada atención al personal de la empresa. Además, esta permite el poder evaluar, dirigir y planificar acciones de desarrollo y capacitación para los empleados, así como también poder brindar soluciones a los diferentes aspectos como seguridad, compensación laboral, beneficios, elaboración de nómina y contratación, con el objetivo de construir de una correcta cultura empresarial (EuroInnova, 2018).

Políticas de selección: la política de selección se refiere al proceso mediante el cual se selecciona a la persona más adecuada para ocupar un cargo dentro de la empresa, con el objetivo de tener eficiencia y un correcto desempeño en su trabajo (Bizneo, 2017).

Las políticas aplicadas dentro de la empresa para escoger al personal serán alineadas de acuerdo a los siguientes puntos: garantía de ofrecer igualdad (etnia, ideología, género), considerar candidatos con experiencia, difundir el reclutamiento a través de varios medios (internet, portales de empleo, LinkedIn), aplicación de la entrevista para candidatos potenciales y asegurar el salario de la persona a contratar.

Contratación: la contratación la acción de un acuerdo entre parte que se utiliza con el objetivo de proporcionar un servicio a cambio de una compensación o remuneración. Esta se realiza entre un empleador y un empleado, para la realización de cierta actividad (Ucha, 2022). Por lo tanto, dentro de la empresa se manejará la contratación en base al Código de Trabajo ecuatoriano, donde la remuneración no puede ser inferior al Salario Básico Unificado que se encuentra vigente en el país.

Capacitación: esta consiste en actividades basadas y planeadas en las diferentes necesidades de la empresa la cual está orientada a cumplir sus objetivos, en donde es necesario tener una alineación en cuanto a aptitudes habilidad y conocimientos para

permitir el desarrollo de todas las actividades empresariales de manera eficiente (Frigó, 2016). Dentro de la empresa se manejará una continua capacitación en todos los ámbitos, con el objetivo de mantener servicios de calidad que estén actualizados y se puedan utilizar las correctas herramientas tecnológicas. Esto permitirá tener un desarrollo del personal en sus actividades, para mejorar actitudes, conductas y habilidades en el personal. Se buscará una mejor continua a través de estas capacitaciones, que estarán orientadas en el liderazgo, trabajo en equipo, venta y organización. Además, se planificarán capacitaciones de aprendizaje del idioma chino mandarín como incentivo para el personal que conforma la empresa.

Remuneración: la remuneración se refiere a cualquier tipo de retribución por parte del empleador hacia el empleado por su compensación en la prestación de sus servicios dentro de la empresa (Pedrosa, 2020). La remuneración para los empleados estará fijada de acuerdo a lo dispuesto por el Código de Trabajo ecuatoriano, en donde se buscará tener salarios competitivos y con el tiempo atractivos, con el objetivo de tener personal comprometido y que se sienta identificado y retribuido por la empresa.

Evaluación de desempeño: esta evaluación representa una herramienta que proporciona ayuda para mejorar las diferentes gestiones de los recursos humanos, otorgando una clara visión del rendimiento y desempeño de cada uno de los empleados dentro de la empresa, lo cual contribuirá de forma segura para la evolución y desarrollo de la empresa (SYDLE, 2022). Dentro de la empresa se desarrollarán evaluaciones de desempeño adecuadas para lograr entender el nivel de rendimiento de los empleados y poder de esta manera descubrir si cumple con las expectativas esperadas por la empresa, y conocer e identificar problemas de gestión o productividad. Esta evaluación de desempeño se la realizará con la Evaluación 360°, en donde se tendrá una visión amplia, en donde todos los compañeros del trabajo realizan la evaluación del desempeño de

cada empleado. Esto es importante ya que el contar con una estructura organizacional no compleja, permite el poder contar con un trabajo en equipo sólido en cual se tenga un correcto desempeño por parte de todas las áreas y empleados dentro de la empresa.

- **Análisis del marco normativo**

En esta sección se analizará el marco normativo que la empresa deberá seguir para su correcto funcionamiento y desarrollo. El marco normativo comprende al conjunto de normas, decretos, leyes y reglamentos, que son de carácter necesario y obligatorio las cuales rigen dentro de una institución o país, y se emplean para las actividades que se llevarán a cabo dentro de la empresa con el objetivo de no incurrir en ciertos riesgos de carácter legal (Toriz, 2017).

Constitución de la Empresa: Entes reguladores, Principales Disposiciones y Regulaciones al negocio

La constitución de la empresa, hace referencia a la creación de la misma, en donde se siguen los procesos adecuados que conlleva gestionar y tramitar documentos legales con el objetivo de tener una formalidad de la empresa, presentando los requerimientos necesarios a las autoridades reguladoras para cumplir con la mencionada constitución (UHE, 2020).

La sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) es uno de los tipos de compañías, que está constituida por una o varias personas jurídicas o naturales, que se realiza a través de un trámite simplificado que no tiene costo. Esta sociedad tiene el objetivo de poder impulsar la economía a través de la formalización de los diferentes emprendimientos. Este tipo de compañías deben constituirse ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, puede contar con uno o más accionistas, y no es

necesario presentar un capital mínimo que sea requerido. Además, esta puede dedicarse a cualquier actividad a nivel mercantil (Gobierno del Ecuador, 2022).

Por lo tanto, de acuerdo a las normas y leyes reguladoras dentro de Ecuador, se procederá a constituir una empresa de sociedades por acciones simplificadas, que estará constituida por una persona natural (Adrian Yanchapaxi).

Los requisitos obligatorios para realizar el trámite son (Gobierno del Ecuador, 2022):

1. Reservar el nombre, mediante e portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.
2. Acto constitutivo o contrato constitutivo
3. Nombramiento del Representante Legal
4. Solicitud de la inscripción con la debida información para el registro de usuario dentro del sistema: Nombres completos, Tipo de solicitante, Numero de cedula, Teléfono celular, Correo electrónico, Provincia, Ciudad, Dirección, Copia de cedula.

La constitución de la compañía se realizará de manera física con el objetivo de evitar errores o confusiones durante el proceso. El proceso se realizará en las ventanillas del Centro de Atención al Usuario de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Para lo cual se seguirán los siguientes pasos (Gobierno del Ecuador, 2022):

1. Descargar los formatos de documentos de Nombramiento y Acto/Contrato, en el portal web de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Imprimir y firmar estos documentos.
2. Presentar estos documentos de manera física en las ventanillas de atención al usuario. Documentos: Solicitud de la constitución, acto más la reserva, nombramiento, nómina de administradores y accionistas, copia de cedula.

Una vez presentada la solicitud se creará el trámite para la constitución S.A.S. De no existir problemas u observaciones en la documentación, la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros enviara un comunicado vía correo electrónico de la finalización del presente proceso en conjunto con la información respectiva a la nueva compañía creada o constituida (Gobierno del Ecuador, 2022).

Es importante tener en cuenta que esta sociedad por acciones simplificadas está regulada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, por lo cual se debe cumplir con todas las obligaciones emitidas por esta ley, con respecto a inspecciones, controles y obligaciones que adquiere al constituirse.

Resumen

La empresa contará con un diseño organizacional que estará confirmado por Gerente, Asesores Comerciales, Asesor Contable, Asistente Administrativo y Marketing, en donde se planifican las actividades designadas para cada miembro dentro de la empresa. Además, se planifica constituir a la empresa como una sociedad por acciones simplificadas (S.A.S).

Capítulo 6: Evaluación Financiera del Proyecto

“Si eres persistente, obtendrás resultados” Confucio

“只要坚持，就会有结果”

La evaluación financiera ayudará a poder identificar, comparar y valorar los beneficios y costos que están asociados al desarrollo e implementación del modelo de negocios, y de esta manera poder tomar la mejor decisión para la empresa. El objetivo es lograr la generación de rentabilidad financiera y llegar a juzgar el flujo de los fondos generados por la empresa, y de esta manera determinar la Capacidad Financiera del proyecto. Se toman en cuenta varios criterios como el del valor presente neto VPN y la tasa interna de retorno TIR, analizando al modelo de negocios desde el retorno financiero. Adicionalmente, esta evaluación permite cumplir con tres funciones principales (EDX, 2018):

1. Lograr determinar el alcance que los costos pueden tener.
 2. Medir la rentabilidad que debe tener la inversión.
 3. Generar información relevante para evaluar la factibilidad del proyecto.
- **Costos de Inversión, análisis comparativo**

Estos costos de inversión son aquellos que corresponden a las adquisiciones de los activos necesarios para que el modelo de negocios o empresa entre adecuadamente en funcionamiento de sus actividades. Representan todos los costos de los activos fijos que deberán ser adquiridos para la puesta en marcha de la empresa, estos se detallan a continuación en 3 grupos:

A. Equipo Tecnológico

El equipo tecnológico es indispensable para el desarrollo de actividades más eficientes y mantener una conectividad a nivel interno de la empresa a través de una comunicación directa. Además, el equipo tecnológico ayuda a proporcionar las herramientas adecuadas para el cumplimiento de los servicios ofertados por la empresa, mediante la utilización del Internet y Programas de Informática como Excel y Word.

Concepto	Cantidad	Precio	Precio Total
Computadoras de escritorio	4	\$840	\$3.360
Televisión inteligente	1	\$480	\$480
Celulares	4	\$220	\$880
Impresora	1	\$350	\$350
TOTAL			\$5.070

Tabla 4. Inversión Equipos Tecnológicos

El costo de inversión a nivel de equipos tecnológico será de \$5.070, cubriendo los equipos necesarios para el desarrollo de los servicios de la empresa.

B. Insumos de Oficina

Los insumos de oficina representan los materiales que serán utilizados para el trabajo cotidiano dentro de la empresa, siendo las herramientas básicas que ayudarán a los trabajadores a desempeñar las funciones de manera eficiente.

Concepto	Cantidad	Precio	Precio Total
Agendas	4	\$15	\$60
Caja de esferos	3	\$8	\$24
Grapadoras	2	\$1,15	\$2,30
Perforadoras	2	\$1,5	\$3
Resmas de papel Bond	3	\$5	\$15
Calculadora de escritorio	3	\$16	\$48
TOTAL			\$152,30

Tabla 5. Inversión Insumos de Oficina

La inversión necesaria a nivel de insumos de oficina será de \$152,30, lo que representará la adquisición de estos materiales básicos para el trabajo administrativo.

C. Mobiliario de Oficina

Finalmente, el mobiliario de oficina constituye los muebles para la empresa, los cuales serán utilizados por los trabajadores para el desarrollo de sus actividades en sus correspondientes puestos de trabajo, además de contar con el mobiliario correcto para la atención al cliente y recibimiento de los mismos.

Concepto	Cantidad	Precio	Precio Total
Escritorios	4	\$320	\$1.280
Sillas para atención al cliente	6	\$60	\$360
Sillas ergonómicas	4	\$250	\$1.000
Counter de Recepción	1	\$750	\$750
TOTAL			\$3.390

Tabla 6. Inversión Mobiliario de Oficina

La inversión requerida en el mobiliario de la oficina será de \$3.390, en donde se incluyen los muebles necesarios para la empresa.

Concepto	Valor
Equipo Tecnológico	\$5.070
Insumos de Oficina	\$152,30
Mobiliario de Oficina	\$3.390
TOTAL	\$8.612,30

Tabla 7. Inversión Total

Finalmente, para la puesta en marcha de la empresa es necesaria una inversión Total de \$8.612,30. Considerando esta inversión y los costos fijos y variables que se detallan en las Tablas 8 y 9, se plantea iniciar el Modelo de Negocios con un capital o inversión total de \$15.000.

- **Calculo demostrativo del Capital de trabajo**

El capital de trabajo representa una medida de liquidez que posee una empresa. Esta representa la diferencia entre los activos corrientes de la empresa, y los pasivos que posee. Este es importante ya que ayuda a las empresas a conocer si pueden enfrentar sus gastos y mantenerse en funcionamiento, o si corren un peligro de no tener la capacidad de pagar sus diferentes facturas. Ayudando a tener una medición del rendimiento y riesgo que tiene la empresa (STENN, 2022).

La fórmula para el cálculo del capital de trabajo es la siguiente:

$$\text{Capital de Trabajo Neto (CTN)} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

Al representar una empresa que iniciará sus funciones se considera que su Activo Corriente será el capital inicial con el que se contará que será de \$15.000,

mientras que, al no contar con préstamos o cuentas por pagar, los pasivos corrientes serán 0. Es decir que el capital del trabajo será igual a \$15.000.

$$\textit{Capital de Trabajo Neto (CTN)} = 15.000$$

- **Costos de Operación y Mantenimiento, análisis comparativo**

Los diferentes costos de operación y mantenimiento son aquellos a los que se debe incurrir para que la empresa pueda desarrollar sus actividades y permitir un correcto funcionamiento, y que se lo pueda mantener en el tiempo. Estos costos incurren una vez el modelo de negocios está funcionando, y se van presentando en el tiempo mientras la empresa continúa desarrollando sus actividades (DocuSign, 2022).

Estos costos involucran el análisis y consideración de los costos fijos y costos variables dentro del modelo de negocios. Los costos fijos representan los gastos que la empresa deberá pagar obligatoriamente sin depender de las ventas alcanzadas, es decir estos no varían con respecto a la producción de los servicios, siendo estos el alquiler, sueldos y servicios básicos (Gasbarrino, 2012). Por otro lado, los costos variables son aquellos que varían dependiendo de las cantidades de servicios que la empresa produce, es decir que cuanto más grande sea la producción, mayor es el valor de los costos variables (Torres, 2022).

Costos Fijos

Los costos fijos para la empresa estarán comprendidos por: servicios básicos, insumos de oficina y material de limpieza, y la mano de obra que estará calculada en base al personal que será contratado bajo la normativa vigente del Código de Trabajo.

Concepto	Valor
Arriendo Oficina	\$350
Luz	\$20
Agua	\$15
Teléfono	\$20
Suministros de Limpieza	\$8
Botellón de Agua purificada	\$3
Internet	\$23,52
Planes celulares	\$50
Sueldo Asesor Comercial 1	\$700
Sueldo Asesor Comercial 2	\$700
Sueldo Asistente Administrativo	\$450
Sueldo Gerente	\$1.500
Pago Asesor Contable (Outsourcing)	\$450
Pago Marketing (Outsourcing)	\$350
Total	\$4.639,52
TOTAL ANUAL	\$55.674,24

Tabla 8. Costos Fijos. Elaborado por: Adrian Yanchapaxi

Los costos fijos presentes que deberá incurrir la empresa son de \$55.674,24 anuales.

Costos Variables

Los costos variables de la empresa estarán basados en las comisiones que recibirán los asesores de ventas por cada servicio vendido y realizado. Estas comisiones estarán enfocadas en un valor adicional al sueldo, que corresponderá al número de importaciones o exportaciones que realice con los clientes. Es decir, se pagará una

comisión al asesor comercial por cada negocio con china que realice, ya sea una importación o exportación. En donde se proyecta concretar un promedio de 4 servicios de asesoría de negocios con china a nivel nacional, brindando una comisión adicional por servicio a nuestros asesores comerciales de \$100.

Concepto	N° de Servicios Vendidos	Valor	Valor Total
Asesor Comercial 1	2	\$100	\$200
Asesor Comercial 2	1	\$100	\$100
TOTAL			\$300
TOTAL ANUAL			\$3.600

Tabla 9. Costos Variables

Por lo tanto, los costos variables promedio de la empresa serán de \$3.600 anuales.

- **Calculo Demostrativo y análisis del punto de equilibrio**

El punto de equilibrio hace referencia a un término que se utiliza para lograr definir el momento en el cual una empresa cubre sus diferentes costes fijos y variables, es decir el punto de equilibrio es cuando los diferentes ingresos y egresos de la empresa se encuentran en un mismo nivel, lo que señala que no existen perdidas ni ganancias. Este representa al punto de partida referencial para que las empresas logren tener un análisis de sus servicios o productos. Además, permite evaluar la rentabilidad de la empresa y poder detectar y afrontar los problemas que se vayan presentando, y de esta manera verificar la viabilidad del modelo de negocios, en términos financieros (Flores, 2023).

A continuación, se calcula el punto de equilibrio en base a su fórmula:

Datos	Valor
Costos Fijos	\$55.674,24
Costos Variables	\$3.600
Ventas	\$61.488

Tabla 10. Costos y Ventas

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 59.136,57$$

El punto de equilibrio obtenido es de \$59.136,57 anuales, en donde se puede observar que el modelo de negocios es factible financieramente, ya que las ventas estimadas anuales son de \$61.488, generando utilidad para la empresa.

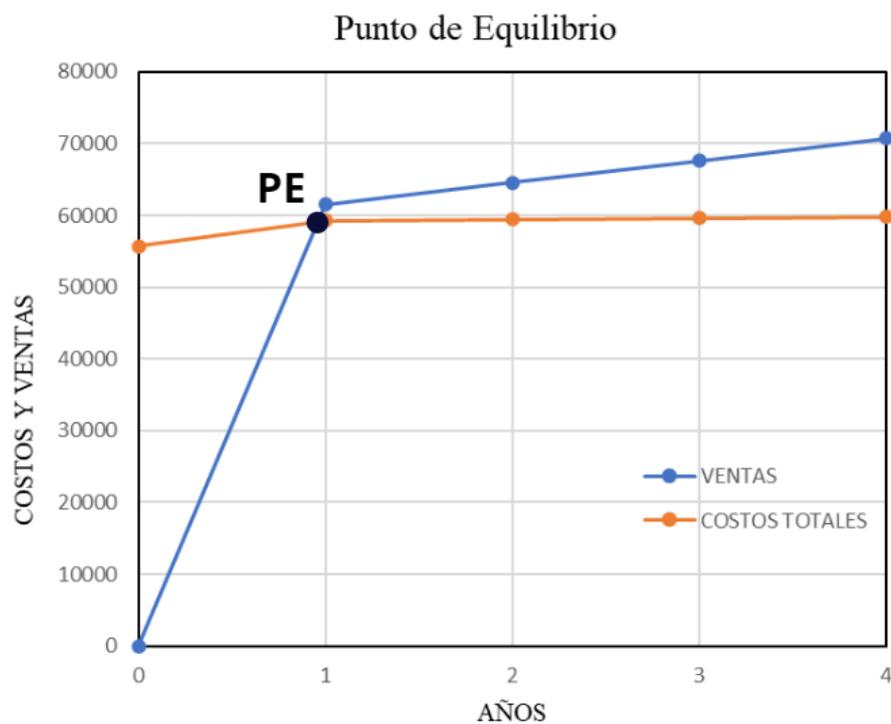


Fig 21. Punto de Equilibrio

- **Evaluación financiera**

La evaluación financiera del modelo de negocios permitirá tener en claro los componentes financieros con el objetivo de analizar la viabilidad del proyecto y poder tomar decisiones que afronten los posibles riesgos. Además, esta permite conocer los diferentes montos para la inversión de la empresa y sus costos involucrados, con el objetivo de identificar niveles de precios que ayuden a trazar las metas de las ventas o ingresos. Finalmente, esta evaluación también permite el poder estimar la capacidad de la empresa para generar valor o riqueza (Profima, 2018).

Análisis y determinación de la tasa de descuento del proyecto

La tasa de descuento representa al coste del capital que se lo aplica con el objetivo de poder determinar el valor actual de un pago a futuro. Esta se la utiliza para evaluar diferentes proyectos en cuanto las inversiones, ya que nos indica el valor del dinero actual con relación a su valor a una fecha posterior (Vazquez, 2020).

Para el cálculo de la tasa de descuento se toma en cuenta la inversión inicial que fue de \$8.612,3, y se espera que, en los siguientes 4 años, al final de cada año se reciba \$59.200. La tasa de descuento que se utilizará para poder obtener los valores de estos flujos será del 10%, es decir el esquema de los flujos de caja es el siguiente:

$$-8,612.3 / 59.200 / 59.200 / 59.200 / 59.200$$

La fórmula de la tasa de descuento a aplicar es la siguiente, en donde i representa el interés que en este caso utilizaremos el 10%, y n el año a analizar:

$$d = \frac{\text{valor recibido al final del año}}{(1 + i)^n}$$

Aplicando la formula se tienen los siguientes valores para los 4 años:

$$d (\text{Año 1}) = \frac{59.200}{(1 + 0.1)^1} = \mathbf{\$53.818,18}$$

$$d (\text{Año 2}) = \frac{59.200}{(1 + 0.1)^2} = \mathbf{\$48.925,62}$$

$$d (\text{Año 3}) = \frac{59.200}{(1 + 0.1)^3} = \mathbf{\$44.477,84}$$

$$d (\text{Año 4}) = \frac{59.200}{(1 + 0.1)^4} = \mathbf{\$40.434,40}$$

Los resultados obtenidos reflejan que en el año 1 los \$59.200 recibidos dentro de un periodo de 1 año, a la tasa de descuento de 10%, al día de hoy valen \$53.818,18.

Por lo cual se obtiene el siguiente esquema de los diferentes flujos de caja a relación del precio de hoy:

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
\$ 53.818,18	\$ 48.925,62	\$ 44.477,84	\$ 40.434,40

Tabla 11. Tasa de descuento

Calculo y análisis de indicadores de rentabilidad (VAN, TIR, PIR)

VAN

Se conoce como VAN al Valor Actual Neto de un modelo de negocios o proyecto a la suma de los diferentes valores actuales de los flujos de cada que se esperan obtener de este proyecto, y si la suma de estos flujos de caja es mayor con respecto a la inversión inicial se considerara que se está generando valor, y si este no es el caso se generara una perdida y una inviabilidad del proyecto o modelo de negocios. El VAN proporciona resultados financieros que ayudan a evaluar la viabilidad del modelo de negocios (Lopez, 2020). El valor del VAN se lo calcula a partir de la siguiente formula,

en donde la inversión inicial es de \$15.000 y se espera que sea rentable en los próximos 4 años, en los cuales se espera que las ventas incrementen un 5% de forma anual, en donde el flujo de caja durante estos 4 años será el siguiente:

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
\$ 8.449,16	\$ 11.113,25	\$ 14.169,01	\$ 17.616,46

Tabla 12. Flujos de Caja

Con estos datos se procede a realizar el cálculo del VAN:

A: inversión inicial

Fn: flujo de caja anual de cada periodo

i: coste de oportunidad o tasa de descuento (Sector empresarial del 10%)

$$VAN = -A + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F2}{(1+i)^2} + \frac{F3}{(1+i)^3} + \frac{F4}{(1+i)^4} + \dots$$

$$VAN = -15.000 + \frac{8.449,16}{(1+0.1)^1} + \frac{11.113,25}{(1+0.1)^2} + \frac{14.169,01}{(1+0.1)^3} + \frac{17.616,46}{(1+0.1)^4}$$

$$VAN = 24.543,23$$

El VAN obtenido nos indica que la empresa o modelo de negocios genera valor positivo y es viable.

TIR

El TIR o también conocido como tasa interna de retorno o rentabilidad, representa un indicador de la rentabilidad de las inversiones o proyectos, en donde mientras mayor sea el valor del TIR, mayor representara la rentabilidad del proyecto. El TIR es la tasa del descuento con la que el VAN es igualado a cero, es decir es la tasa que proporciona una igualdad a cero en la formula del VAN (Fernandez, 2019). Por lo

tanto, el TIR es calculado a partir de la formula del VAN añadiendo la variable “r” que representa al TIR:

$$VAN = -A + \frac{F1}{(1+r)^1} + \frac{F2}{(1+r)^2} + \frac{F3}{(1+r)^3} + \frac{F4}{(1+r)^4} + \dots = 0$$

$$VAN = -15.000 + \frac{8.449,16}{(1+0.1)^1} + \frac{11.113,25}{(1+0.1)^2} + \frac{14.169,01}{(1+0.1)^3} + \frac{17.616,46}{(1+0.1)^4} = 0$$

$$TIR = 0,64 = 64,00\%$$

El resultado obtenido para el TIR es igual a 0,64, es decir que la rentabilidad de la inversión en el presente modelo de negocios es del 64,00%.

Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión o PRI, se refiere al periodo o tiempo en el cual un proyecto tarda en lograr recuperar su inversión inicial. Esta ayuda a evaluar y analizar el riesgo y conocer si el modelo de negocios será rentable, ya que, si el tiempo es más corto, mayor será el beneficio (GoCardless, 2021).

A continuación, se procede a analizar el periodo de recuperación de la inversión según los flujos de caja esperados para los próximos 4 años:

	Flujo de Caja			
Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
\$ 15.000	\$ 8.449,16	\$ 11.113,25	\$ 14.169,01	\$ 17.616,46
Diferencia con Inversión	\$ -6.550,84	\$ -3.886,75	\$ -830,99	\$ 2.616,46
Análisis	NO	NO	NO	SI RECUPERACION

Tabla 13. PRI

Según los resultados obtenidos se puede observar que el periodo de recuperación será durante el primer cuatrimestre del Año 4, ya que se generará una recuperación y ganancia de la inversión.

Análisis de Sensibilidad

Con el objetivo de proporcionar información para la toma de decisiones y de esta manera lograr asignar diferentes recursos que la empresa dispone es indispensable poder realizar un correcto análisis de sensibilidad, el cual ayudara a determinar el éxito del presente modelo de negocios.

El análisis de sensibilidad, también conocido como análisis hipotético, representa una herramienta de estudio de los diferentes cambios que se pueden producir en una variable cuando se consideran distintas variaciones dentro del modelo financiero. Su objetivo es el permitir que el modelo de negocios o empresa logre predecir sus resultados futuros y entender incertidumbres en el camino, y así tomar las mejores decisiones posibles en beneficio de la empresa (DELSOL, 2018).

Para el respectivo cálculo del análisis de sensibilidad se procede a considerar una variable en el incremento de ventas anuales, en donde se considerará tener un aumento del 10% cada año, en lugar de 5%. Lo cual deriva a obtener un VAN nuevo de \$ 32.612,43. En donde se toma en cuenta el VAN originalmente obtenido sin la consideración de esta variable que era de \$ 24.543,23.

La fórmula a utilizar para el cálculo del análisis de sensibilidad es la siguiente:

$$\text{Análisis de sensibilidad} = \left(\frac{VANn - VANE}{VANE} \right) * 100$$

En donde:

VANn: es el valor actual neto considerando la nueva variable

VANe: es el valor actual neto que se tenía antes de considerar la nueva variable

$$\text{Análisis de sensibilidad} = \left(\frac{32.612,43 - 24.543,23}{24.543,23} \right) * 100$$

$$\text{Análisis de sensibilidad} = 32,88 \%$$

El resultado obtenido afirma que, debido a este aumento de las ventas anuales, se tendrá un aumento de ingresos y flujos de caja, lo cual proporciona un incremento del VAN en un 32,88%, lo que resulta en un beneficio para la empresa.

Balance del Proyecto

El balance de proyecto representa a un documento que proporciona la información de la valoración y composición en cuanto a términos monetarios de la situación patrimonial de una empresa, siendo generalmente reportada en periodos de 1 año, en donde se cierra el ejercicio financiero. Además, este balance muestra la riqueza que tiene la empresa en los periodos evaluados, es decir de sus estados económicos, los cuales ayudaran a la toma de decisiones en diferentes ámbitos o áreas dentro de la empresa (EOI, 2015). Con el objetivo de realizar el Balance de proyecto se realizó previamente el estado de ganancias y pérdidas proyectadas, así como también el cuadro de depreciaciones.

El Estado de ganancias y pérdidas proyectado de una empresa, ayuda a detallar los diferentes ingresos y gastos en los que la empresa debe incurrir en el periodo determinado a analizar, analizándolo generalmente de forma anual (SQUARE, 2018).

A continuación, se muestra el Estado de ganancias y pérdidas proyectadas:

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO EN (\$)				
AÑOS	1	2	3	4
Incremento anual:	-	5,00%	10,00%	15,00%
INGRESO POR SERVICIOS	61.488,00	64.562,40	67.636,80	70.711,20
- Costos directos por servicios	49.200,00	51.660,00	54.120,00	56.580,00
=UTILIDAD BRUTA	12.288,00	12.902,40	13.516,80	14.131,20
- Gastos adm y Depreciaciones	12.255,52	12.255,52	12.255,52	10.565,54
= UTILIDAD OPERATIVA	32,48	646,88	1261,28	3565,66
- Intereses financieros				
+/- otros ingresos o egresos				
= UTILIDAD DEL EJERCICIO	32,4769	646,8769	1261,2769	3565,66
- Participaciones trabajadores 15%	4,872	97,032	189,192	534,849
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	27,605	549,845	1072,085	3030,811
-Impuesto a la renta 25%	6,901	137,461	268,021	757,703
=UTILIDAD NETA	20,704	412,384	804,064	2273,108

Tabla 14. Estado de Ganancias y Pérdidas Proyectadas

Según el estado de ganancias y pérdidas proyectadas se tiene la utilidad neta proyectada durante los próximos 4 años:

AÑO	1	2	3	4
UTILIDAD NETA	\$ 20,704	\$ 412,38	\$ 804,06	\$ 2.273,11

Tabla 15. Utilidad Neta

La depreciación a tomar en cuenta en el presente modelo de negocios es el obtenido según la literatura, que indica las depreciaciones anuales según son calculadas en el siguiente cuadro:

CUADRO DE DEPRECIACIONES				
Detalle	% depreciación anual	Tiempo depreciación	Valor inicial (\$)	Valor Depreciación Anual (\$)
Equipo Tecnológico	33,33%	3 AÑOS	5.070,00	1.689,98
Mobiliario de Oficina	10%	10 AÑOS	3.390,00	339,00
TOTAL (\$)			8.460,00	2.028,98

Tabla 16. Depreciaciones

El resultado obtenido muestra una depreciación anual de \$2.028,98, en los equipos tecnológicos, insumos y mobiliario de oficina que posee la empresa.

Finalmente, a continuación, se detalla el Balance del Proyecto:

BALANCE DEL PROYECTO EN (\$)					
ACTIVOS	Inicial	1	2	3	4
Efectivo Equivalente	6.387,70	8.449,16	11.113,25	14.169,01	17.616,46
= TOTAL ACTIVO CORRIENTE	6.387,70	8.449,16	11.113,25	14.169,01	17.616,46
Inv. Insumos de Oficina	152,30	152,30	152,30	152,30	152,30
Equipo Tecnológico	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00	5.070,00
- Depreciación Equipo Tecnológico	-	-1.689,98	-3.379,97	-5.069,95	-5.069,95
Mobiliario de Oficina	3.390,00	3.390,00	3.390,00	3.390,00	3.390,00
- Depreciación Mobiliario de Oficina	-	-339,00	-678,00	-1.017,00	-1.356,00
= TOTAL ACTIVO FIJO	8.612,30	6.583,32	4.554,33	2.525,35	2.186,35
= TOTAL ACTIVO	15.000,00	15.032,48	15.667,58	16.694,36	19.802,81
PASIVOS					
Obligaciones Bancaria por Pagar	-	-	-	-	-
25% impuesto a la renta	-	6,90	137,46	268,02	757,70
15% repartic. Trabaj por pagar	-	4,87	97,03	189,19	534,85
TOTAL PASIVO	0,00	11,77	234,49	457,21	1.292,55
PATRIMONIO					
Patrimonio		20,70	433,09	1.237,15	3.510,26
Capital Social	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
= TOTAL PATRIMONIO		15.020,70	15.433,09	16.237,15	18.510,26
PASIVO + PATRIMONIO	15.000,00	15.032,48	15.667,58	16.694,36	19.802,81

Tabla 17. Balance del Proyecto

Según el Balance del Proyecto realizado, se puede apreciar que se generara un movimiento económico favorable para el presente modelo de negocios, en donde se puede apreciar el incremento del patrimonio y de los activos.

Resumen

En la evaluación financiera del presente modelo de negocios se analizaron varios indicadores como el punto de equilibrio, TIR, VAN y análisis de sensibilidad, y finalmente el balance del proyecto. En estos indicadores se pudo apreciar que el proyecto es financieramente viable, tomando en cuenta la inversión inicial a realizar.

Capítulo 7: Conclusiones y Recomendaciones

“Los límites de mi idioma, son los límites de mi mundo” Confucio

“我的语言的界限就是我的世界的界限”

Conclusiones

1. De acuerdo al objetivo 1 se puede concluir que, según los acuerdos y tratados de libre comercio entre Ecuador y China ayudan a brindar grandes oportunidades de realizar negocios, lo que motiva al emprendedor ecuatoriano a importar o exportar con China, con lo cual incrementa la cantidad de personas interesadas en estos negocios, quienes buscan un asesoramiento adecuado para asegurar sus negocios con el gigante asiático.
2. Según el objetivo número 2 se puede concluir que en las encuestas y entrevistas realizadas demuestran una viabilidad en el mercado, en donde se puede afianzar que es necesario que las personas cuenten con un asesoramiento en sus negocios con China. Además, las encuestas y entrevistas demuestran los principales productos de importación que son juguetes, celulares y ropa.
3. De acuerdo al objetivo 3, el estudio técnico reflejó la viabilidad en la localización del Modelo de Negocios que será en el Valle de los Chillos. Así como también las principales tecnologías (computadores y celulares) a usar que ayudaran a ofrecer servicios eficientes.
4. Además, según el objetivo número 4, el estudio financiero demostró y aseguro la viabilidad del Modelo de negocios, en donde se tendrán grandes oportunidades de ganancias y beneficios para la empresa

Recomendaciones

1. Se recomienda mantener investigación constante de estos acuerdos comerciales, lo que ayudará a brindar servicios eficientes y que se mantengan en constante innovación.
2. Se recomienda la generación de una encuesta más profunda con el fin de identificar los productos de mayor interés para importar desde China, y de esta manera crear catálogos de esos productos.
3. Se recomienda identificar herramientas tecnológicas y aplicaciones utilizadas en China con el objetivo de mantener comunicación directa con los posibles proveedores chinos y ofrecer procesos más eficientes a los clientes potenciales.
4. . Como recomendación final, se propone generar mayor profundidad en los indicadores financieros de crecimiento de la empresa, con el objetivo de mantener una salud empresarial que sea sostenible en el tiempo.

Limitaciones

1. La principal limitación encontrada durante la realización del presente modelo de negocios fue la falta de acceso a información referente a la existencia de empresas importadoras de china.
2. Finalmente, otra limitación fue el acceso a información legal referente a China en el comercio exterior, debido al uso de plataformas digitales que solo funcionan en China, que en este caso es Baidu.



Bibliografía

- Bizneo. (2017). *Bizneao: Políticas de Selección de Personal*. Obtenido de https://www.bizneo.com/blog/politicas-reclutamiento-empresa/#Ejemplos_de_politicas_de_seleccion_de_personal
- Cedeño, D. (2016). *Uniandes: Modelo de gestión organizacional para la escuela de conducción de motocicletas "ESCOMOTO" en el Cantón Quevedo*. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/4647#:~:text=El%20modelo%20de%20gesti%C3%B3n%20organizacional,de%20esta%20forma%20alcanzar%20los>
- Clavijo, C. (2020). *Hubspot: 12 ejemplos de estrategias de venta exitosas*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/ejemplos-estrategias-ventas-exitosas#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20una%20estrategia%20de,una%20manera%20significativa%20y%20diferenciada>.
- Comunicare. (2019). *Comunicare: Criterios de Marketing*. Obtenido de <https://www.comunicare.es/criterios-de-marketing/>
- Corrillo, F. (2016). *Ventana Científica: Estudio de localización de un proyecto*. Obtenido de [http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=en&pid=S2305-60102016000100005&script=sci_arttext#:~:text=a\)%20Macro%2D%20localizaci%C3%B3n%3B%20Consiste,y%20urbano%20de%20alguna%20regi%C3%B3n.&text=Localizaci%C3%B3n%20de%20la%20Materia%20Prima%20](http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=en&pid=S2305-60102016000100005&script=sci_arttext#:~:text=a)%20Macro%2D%20localizaci%C3%B3n%3B%20Consiste,y%20urbano%20de%20alguna%20regi%C3%B3n.&text=Localizaci%C3%B3n%20de%20la%20Materia%20Prima%20)
- DELSOL. (2018). *DELSOL: Análisis de sensibilidad*. Obtenido de <https://www.sdelsol.com/glosario/analisis-de-sensibilidad/>
- DocuSign. (2022). *DocuSign: Qué son los costos operativos y ejemplos*. Obtenido de <https://www.docusign.mx/blog/costos-operativos#:~:text=Los%20costos%20operativos%20son%20aquellos,que%20permiten%20mantenerlo%20en%20funcionamiento>.
- Echavarría, M. (2012). *EOI: Diseño Organizacional*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/miguelanibalechavarría/2012/02/27/diseño-organizacional/#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20organizacional%20es%20el,una%20organizaci%C3%B3n%20e%20un%20organigrama>.
- Economiapedia. (2018). *Economiapedia: Formulación de estrategias*. Obtenido de <https://economiapedia.com/formulacion-de-estrategias/>
- Economipedia. (2015). *Economía: Definición de Distribuidor*. Obtenido de <https://economia.org/distribuidor.php>
- EDX. (2018). *EDX: Cursos de Evaluación financiera*. Obtenido de <https://www.edx.org/es/aprende/evaluacion-financiera#:~:text=La%20evaluaci%C3%B3n%20financiera%20forma%20parte,corto%20plazo%20y%20largo%20plazo>.
- EIE. (2018). *EUROINNOVA: Que es el estudio técnico de un proyecto*. Obtenido de <https://www.euroinnova.co/blog/que-es-el-estudio-tecnico-de-un-proyecto#iquestqueacutec-es-el-estudio-teacutecnico-de-un-proyecto>

- EOI. (2015). *EOI: El Balance en Proyectos de negocio*. Obtenido de https://www.google.com/search?q=que+es+el+balance+de+proyecto&rlz=1C1UEAD_e sEC970EC970&ei=H4EfZLjeDNWqwbkPmNOMqA0&oq=que+es+el+balance+de+pro&g s_lcp=Cgxnd3Mtd2l6LXNlcnAQAxgAMgUIIRCgATIFCCEQoAE6CQgAEAcQHhCwAzoJCAA QCBAeELADOGclABCKBRBDoggIABCABBcxAzolCC4QgA
- EuroInnova. (2018). *EIE: que es gerencia en recursos humanos*. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-gerencia-en-recursos-humanos#funciones-de-un-gerente-de-recursos-humanosnbsp>
- Fernandez, J. (2019). *Sage: Tasa interna de retorno (TIR): ¿Qué es y cómo se calcula?* Obtenido de <https://www.sage.com/es-es/blog/tasa-interna-de-retorno-tir-que-es-y-como-se-calcula/#:~:text=%C2%BFcu%C3%A1l%20es%20la%20f%C3%B3rmula%20de,actual%20de%20los%20ingresos%20previstos.>
- Ferry, K. (2019). *Ferry: Desarrolle las capacidades y la estructura organizativa adecuadas para ejecutar su estrategia*. Obtenido de <https://www.kornferry.com/es/capacidades/estrategia-de-la-organizaci%C3%B3n/diseño-de-la-organizaci%C3%B3n#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20de%20la%20organizaci%C3%B3n,que%20sus%20equipos%20trabajan%20juntos.>
- Flores, J. (2023). *Hubspot: Punto de equilibrio en una empresa: qué es y cómo se calcula*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa>
- Frigo, E. (2016). *Foro de Seguridad: ¿Qué es la Capacitación?* Obtenido de <https://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm>
- Gasbarrino, S. (2012). *Hubspot: ¿Qué son y cómo calcular los costos fijos?* Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/costos-fijos#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20los%20costos%20fijos,su%20n%C3%BAmero%20de%20ventas%20alcanzadas.>
- GJ. (2017). *Guías Jurídicas: Diseño de procesos productivos*. Obtenido de https://guiasjuridicas.laleynext.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASnjYxMTtbLUouLM_DxblwMDS0NDA1OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOCSoAveAwKjUAAAA=WKE#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20del%20proc eso%20productivo,producci%C3%B3n%20de%20bienes%20y%20ser
- GOB. (2023). *Gobierno del Ecuador: Concluye exitosamente negociación del acuerdo comercial entre Ecuador y China*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/concluye-exitosamente-negociacion-del-acuerdo-comercial-entre-ecuador-y-china/>
- Gobierno del Ecuador. (2022). *Gob.ec: Constitución de sociedades por acciones simplificadas*. Obtenido de www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas
- GoCardless. (2021). *GoCardless: Cómo calcular el PRI*. Obtenido de <https://gocardless.com/es/guias/consejos/como-calcular-el-pri/>
- IEP. (2019). *Instituto Europeo de Posgrado: Marketing Mix, concepto, las 4P's y cómo aplicarlo*. Obtenido de <https://www.iep.edu.es/marketing-mix-concepto->

- Sanchez, J. (2018). *Economipedia: Proveedor*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/proveedor.html>
- Santander Universidades. (2022). *Santander: 5 fuerzas de Porter: qué son y para qué sirven*. Obtenido de <https://www.becas-santander.com/es/blog/5-fuerzas-de-porter.html>
- SQUARE. (2018). *SQUARE: ¿Qué es el estado de*. Obtenido de <https://squareup.com/us/es/glossary/profit-and-loss-statement#:~:text=El%20estado%20de%20p%C3%A9rdidas%20y%20ganancias%20de%20una%20empresa%20detalla,de%20forma%20trimestral%20o%20anual>.
- STENN. (2022). *Stenn: Capital de trabajo - Definición y fórmula de cálculo*. Obtenido de <https://stenn.com/es/blog/articulos/capital-de-trabajo-definicion-y-formula-de-calculo>
- SYDLE. (2022). *SYDLE: ¿Qué es evaluación de desempeño? Conoce 13 modelos eficientes*. Obtenido de <https://www.sydle.com/es/blog/evaluacion-de-desempeno-620a9147e45de05ff60302f8>
- Toriz, D. (2017). *Asesneg: La importancia de considerar los marcos normativos en la implementación de los negocios*. Obtenido de <https://asesneg.com.mx/la-importancia-considerar-los-marcos-normativos-en-la-implementacion-los-negocios/#:~:text=Los%20Marcos%20Normativos%20son%20un,en%20riesgos%20de%20tipo%20legal>.
- Torres, D. (2022). *Hubspot: Qué son los costos variables, cómo calcularlos y ejemplos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/costos-variables>
- Ucha, F. (2022). *Definicion ABC: Definición de Contratación*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/derecho/contratacion.php>
- UHE. (2020). *UHE: Constitución de una empresa: ¿qué pasos seguir y cómo prepararse?* Obtenido de <https://www.uhemisferios.edu.ec/blog/alumni/constitucion-de-una-empresa/>
- UNAM. (2017). *UNAM: Estudio Tecnico* . Obtenido de <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf>
- UNIR. (2022). *UNIR: ¿Qué son las estrategias de distribución y cómo se desarrollan?* Obtenido de <https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/estrategia-distribucion/#:~:text=Las%20estrategias%20de%20distribuci%C3%B3n%20son,mayor%20n%C3%BAmero%20de%20clientes%20posibles>.
- Vazquez, R. (2020). *Economipedia: Tasa de descuento*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>
- Velasquez, W. (2022). *Mindtec: Herramientas de recolección de datos cualitativos en investigaciones de mercado*. Obtenido de <https://www.mindtecbolivia.com/herramientas-recoleccion-datos-cualitativos/>
- WTO. (2021). *Organizacion Mundial del Comercio: Las principales economías comerciantes y el papel de las economías en desarrollo en el comercio mundial*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/wts2019_s/wts2019chapter05_s.pdf

Apéndice A: Respuesta de uno de los encuestados

No se pueden editar las respuestas

Encuesta "Dragon Trade YV"

La presente encuesta tiene como objetivo recolectar información esencial para el desarrollo del Modelo de Negocios (Tesis) de la empresa "Dragon Trade YV", que será una empresa que ofrecerá servicios de Asesoramiento de Negocios con China (importación y exportación). Su ayuda completando la presente encuesta es fundamental para el desarrollo y cumplimiento de este Modelo de Negocios (Tesis).

1. ¿En tu vida diaria hace uso de algún producto hecho en China?

SI

NO

2. Considera usted que los productos de China son de:

EXCELENTE CALIDAD

BUENA CALIDAD

MALA CALIDAD

3. ¿Cuál de los siguientes productos chinos cree que existe más en el Ecuador?

JUGUETES

CELULARES

MÁQUINAS

MATERIA PRIMA

REPUESTOS DE AUTOMÓVILES

INDUSTRIA

ROPA

COMIDA

4. Cree usted que los negocios con China son una oportunidad de:

GENERAR INGRESOS

TENER MATERIA PRIMA BARATA

CREAR UNA RED DE CONTACTOS

5. ¿Cree usted que hacer Negocios con China es difícil?

SI

NO

6. ¿Considera usted que es necesario tener un asesoramiento para realizar estos negocios con China?

- SI
 NO

7. ¿Cuál de las siguientes empresas cree usted que ofrece Asesoramiento de Negocios con China?

- CÁMARA DE COMERCIO ECUATORIANO CHINA
 CÁMARA DE COMERCIO ECUADOR SHANGHAI

8. Cree usted que es importante que la empresa que brinde esta asesoría deba conocer:

- IDIOMA CHINO Y CULTURA CHINA
 INGLÉS
 ESPAÑOL

9. ¿Cuál de las siguientes empresas usted escogería para un Asesoramiento de Negocios con China?

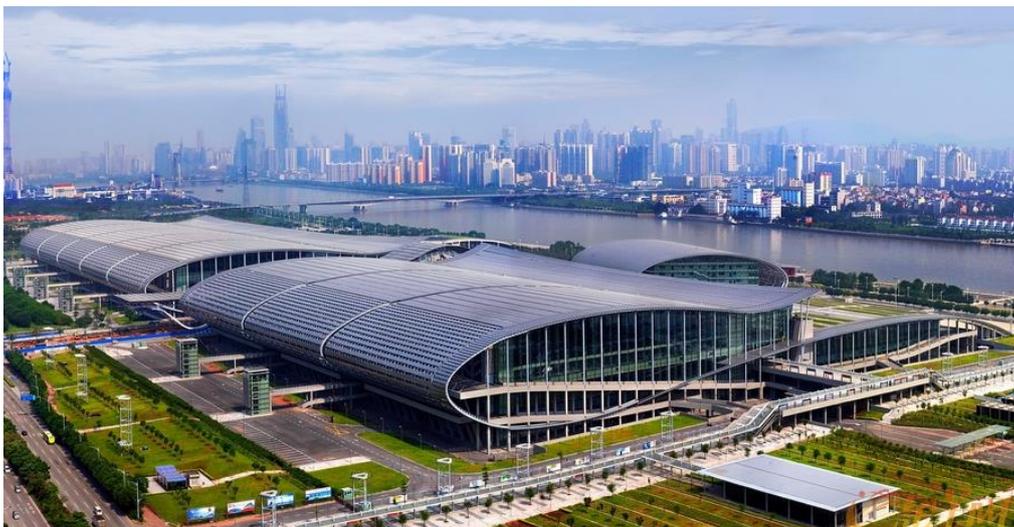
- EMPRESA ECUATORIANA CON EXPERIENCIA EN CHINA
 EMPRESA ESTADOUNIDENSE CON EXPERIENCIA EN CHINA
 EMPRESA CHINA



Apéndice B: Principal aplicación para mantener conversación con proveedores chinos, WeChat.



Apéndice C: Feria de Cantón



Apéndice C: Feria de Yiwu

