



NEGOCIOS INTERNACIONALES

Proyecto previo a la obtención del título de la Licenciatura en Negocios Internacionales

AUTORES:

Michael Alexander Moncayo Toctaquiza

Jenifer Myleysa Amendaño Lema

Angel Michael Balcazar Pardo

Manolo David Vaca Torres

Dilan Andres Chiguano Martinez

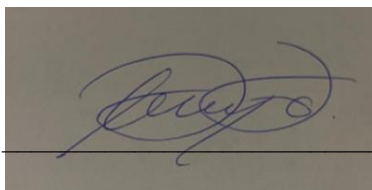
TUTOR:

Msc. Lizbeth Andrea Verdezoto

Plan de negocio: BitCommerce, plataforma internacional de comercio electrónico para pequeños y medianos productores ecuatorianos mediante pagos digitales y bitcoin como alternativa

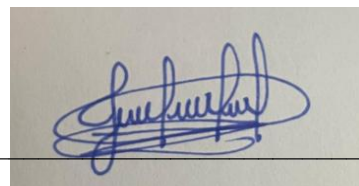
CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Michael Alexander Moncayo Toctaquiza, Jenifer Myleysa Amendaño Lema ,
Angel Michael Balcazar Pardo, Manolo David Vaca Torres, Dilan Andres Chiguano
Martinez declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no
ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha
consultado la bibliografía detallada. Cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual a la
Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según
lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, Reglamento y Leyes.



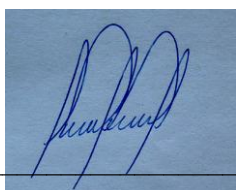
Michael Alexander Moncayo Toctaquiza.

1400664759



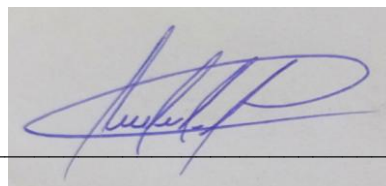
Jenifer Myleysa Amendaño Lema

0605694603



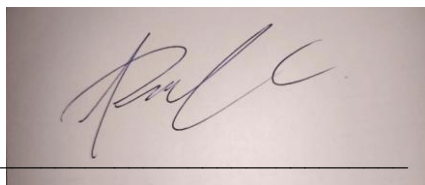
Angel Michael Balcazar Pardo.

11043345584



Manolo David Vaca Torres

1724027857



Dilan Andres Chiguano Martinez

1724148083

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo Lizbeth Andrea Verdezoto Davalos, certifico que conozco al(los) autor(es) del presente trabajo siendo el(los) responsable(s) exclusivo(s) tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

.....

Lizbeth Andrea Verdezoto Davalos

Resumen Ejecutivo

BitCommerce nace como una alternativa para apoyar a los pequeños y medianos productores ecuatorianos que buscan dar a conocer sus productos en mercados internacionales. La propuesta consiste en el desarrollo de un marketplace enfocado en la promoción e internacionalización de productos ecuatorianos, incorporando métodos de pago tradicionales y digitales, como Bitcoin, para adaptarse a las nuevas tendencias del comercio electrónico global.

La investigación realizada evidenció el interés de los productores en utilizar herramientas tecnológicas que les permitan aumentar la visibilidad de sus productos y acceder a nuevos mercados. Para garantizar su sostenibilidad, BitCommerce contará con un modelo de ingresos basado en las ventas realizadas dentro de la plataforma y en servicios adicionales de apoyo logístico y comercial. De esta manera, busca convertirse en una herramienta que impulse el crecimiento de los emprendimientos ecuatorianos, facilite su expansión internacional y fortalezca su competitividad en un entorno cada vez más globalizado.

Palabras clave: comercio electrónico, internacionalización, productores ecuatorianos, marketplace, Bitcoin, pagos digitales, exportación, innovación tecnológica.

Abstract

BitCommerce was created as an alternative to support small and medium-sized Ecuadorian producers seeking to promote their products in international markets. The proposal consists of developing a marketplace focused on the promotion and internationalization of Ecuadorian products, incorporating both traditional and digital payment methods, such as Bitcoin, to adapt to emerging trends in global e-commerce.

The research conducted revealed producers' interest in using technological tools that enable them to increase the visibility of their products and access new markets. To ensure its sustainability, BitCommerce will implement a revenue model based on sales generated through the platform, as well as additional logistics and commercial support services. In this way, it aims to become a tool that fosters the growth of Ecuadorian enterprises, facilitates their international expansion, and strengthens their competitiveness in an increasingly globalized environment.

Keywords: e-commerce, internationalization, Ecuadorian producers, marketplace, Bitcoin, digital payments, exports, technological innovation.

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación lo dedicamos con inmenso amor y gratitud a nuestras familias, amigos y seres queridos, quienes han sido pilares fundamentales a lo largo de nuestra trayectoria académica.

En primer lugar, a nuestros padres, por su amor incondicional, esfuerzo, paciencia y constante apoyo. Gracias a sus enseñanzas comprendimos que la dedicación, la disciplina y la perseverancia son la base para alcanzar nuestras metas, y la culminación de este proyecto representa el fruto de esos valores.

A nuestras esposas e hijos, por su paciencia, comprensión y apoyo incondicional durante este camino. Su compañía, aliento y confianza fueron nuestra mayor inspiración, impulsándonos a seguir adelante.

De manera especial, yo, Jenifer, deseo dedicar este proyecto a la memoria de Blanca Dolores Camas, mi amada abuela. Su presencia marcó profundamente mi vida y fue una fuente inagotable de amor, fortaleza y apoyo incondicional.

No existe día en que no recuerde sus palabras de aliento y la confianza que siempre depositó en mí. Hoy, al culminar esta importante etapa, solo puedo pensar en cuánto me habría gustado compartir este logro con ella y ver su orgullo reflejado en su sonrisa. Aunque ya no está físicamente conmigo, sé que su amor y sus enseñanzas continúan guiando mi camino. Este logro lleva una parte de ti y estará dedicado siempre a tu memoria.

Agradecimiento

Queremos expresar nuestro profundo agradecimiento a todas las personas que contribuyeron al desarrollo y culminación de este proyecto. En primer lugar, a nuestros docentes, por compartir sus conocimientos, experiencia y orientación a lo largo de este proceso académico, brindándonos las herramientas necesarias para alcanzar nuestros objetivos. A nuestros compañeros de trabajo, por su compromiso, colaboración y esfuerzo constante, que hicieron posible transformar una idea en una propuesta sólida y significativa. Su dedicación y trabajo en equipo fueron fundamentales para superar cada desafío presentado durante la elaboración de este proyecto. A nuestras familias, por su apoyo incondicional, paciencia y comprensión durante los momentos de mayor exigencia. Gracias por motivarnos a seguir adelante y por creer en nuestras capacidades incluso en los momentos más difíciles. Finalmente, extendemos nuestro reconocimiento a todas aquellas personas que, de manera directa o indirecta, aportaron con su ayuda, consejos o apoyo para hacer posible la realización de este proyecto. Este logro también les pertenece y representa el resultado del esfuerzo compartido de todos quienes formaron parte de este camino.

Índice de contenidos

INTRODUCCIÓN	12
FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO	14
IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	19
IDEA DE NEGOCIO Y RESOLUCION DEL PROBLEMA	20
VALIDACIÓN DE VIABILIDAD - DESEABILIDAD.....	38
ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL.....	51
PLAN DE MARKETING.....	57
EVALUACIÓN FINANCIERA	68
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
BIBLIOGRAFIA	82

Índice de tablas

Tabla 1	18
Tabla 2	19
Tabla 3	21
Tabla 4	28
Tabla 5	30
Tabla 6	30
Tabla 7	30
Tabla 8	31
Tabla 9	31
Tabla 10	31
Tabla 11	34
Tabla 12	36
Tabla 13	39
Tabla 14	39
Tabla 15	70
Tabla 16	72
Tabla 17	74
Tabla 18	77
Tabla 19	79

Tabla 20	80
----------------	----

Índice de figuras

FIGURA 1.....	17
FIGURA 2.....	22
FIGURA 3.....	23
FIGURA 4.....	24
FIGURA 5.....	25
FIGURA 6.....	26
FIGURA 7.....	42
FIGURA 8.....	43
FIGURA 9.....	44
FIGURA 10.....	45
FIGURA 11.....	46
FIGURA 12.....	47
FIGURA 13.....	49
FIGURA 14.....	50
FIGURA 15.....	51
FIGURA 16.....	53
FIGURA 17.....	55
FIGURA 18.....	65
FIGURA 19.....	66

FIGURA 20.....	67
FIGURA 21.....	68

INTRODUCCIÓN

La expansión de empresas a mercados globales, y la incursión de tecnologías de información han cambiado de manera significativa la economía y el comercio, convirtiendo la digitalización en un factor sumamente ideal para que productores, emprendedores y empresas puedan competir en mercados cada vez más dinámicos. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2025)

Según (Medina Romero & Rodríguez Alvarado, 2026), la economía digital ha irrumpido como uno de los fenómenos más transformadores de este tiempo, redefiniendo las bases del comercio internacional y las dinámicas de los mercados globales. En este contexto, las plataformas digitales han adquirido un papel fundamental al facilitar la promoción, comercialización y distribución de productos hacia mercados internacionales.

Para efectos del presente estudio, se analiza la plataforma BitCommerce como medio para impulsar significativamente a pequeños y medianos productores, ya que constituyen una parte importante de la base productiva del país, especialmente en sectores estratégicos como por ejemplo cacao, café, banano, flores, guayusa, quinua, pitahaya y artesanías, (PRO ECUADOR , 2018). Estos sectores poseen un alto potencial de internacionalización; aunque, muchos productores todavía enfrentan dificultades para acceder de manera directa a compradores extranjeros y posicionar sus productos en mercados globales. FAO (2022).

En las últimas décadas, se ha evidenciado la necesidad de fortalecer la internacionalización de los productos ecuatorianos, no solo como una estrategia para mejorar la competitividad de las empresas nacionales, sino también como un mecanismo para dinamizar la

economía, generar empleo y ampliar las oportunidades de ingresos para familias vinculadas a actividades productivas (Alamo Cerillo, 2016)

En el contexto del ecommerce los sistemas de pago tradicionales pueden representar una barrera adicional para ciertos productores, debido a costos de intermediación, comisiones por transacciones internacionales, tiempos de procesamiento y posibles riesgos asociados a la volatilidad cambiaria. Frente a esta realidad, han surgido alternativas de pagos digitales, entre ellas Bitcoin, que permiten explorar nuevas formas de realizar transacciones internacionales de manera más ágil, segura y con menores costos operativos. Su incorporación dentro de una plataforma de comercio electrónico podría contribuir a ampliar las opciones de pago disponibles y facilitar la inclusión financiera de productores con acceso limitado al sistema bancario tradicional. (Noguera & Giovanna Betti, 2026)

El presente proyecto propone el desarrollo de un plan de negocios de Bit Commerce, una plataforma de comercio electrónico orientada a la promoción e internacionalización de productos ecuatorianos. De esta manera, la plataforma funciona como un marketplace especializado en productos ecuatorianos, integrando catálogos digitales, gestión de pedidos, pagos digitales en Bitcoin y servicios complementarios relacionados con el comercio exterior.

A través de esta plataforma, se busca reducir la dependencia de intermediarios, facilitar la conexión directa entre productores y compradores, mejorar la visibilidad internacional de la oferta ecuatoriana y fortalecer los procesos de comercialización digital. De tal manera, BitCommerce pretende consolidarse como una herramienta de comercio electrónico internacional orientada a modernizar los procesos de comercio exterior, promoviendo la inclusión financiera y tecnológica, y contribuyendo al fortalecimiento competitivo del sector productivo ecuatoriano.

Objetivo general

- Desarrollar el plan de negocios de BitCommerce, mediante una plataforma de comercio electrónico integrando métodos de pago como bitcoin dirigido a emprendedores ecuatorianos, con el propósito de facilitar la promoción de sus productos en mercados internacionales.

Objetivos específicos

- Impulsar la difusión de la plataforma BitCommerce mediante el desarrollo de una planificación de acciones de marketing digital para ampliar su reconocimiento entre productores y consumidores.
- Diseñar el Business Model Canvas de BitCommerce mediante la identificación y organización de sus componentes estratégicos, con el propósito de definir un modelo de negocio sólido que aporte a su crecimiento y competitividad.
- Analizar la sostenibilidad financiera de BitCommerce mediante la evaluación de indicadores que permitan determinar su viabilidad económica y apoyar la toma de decisiones estratégicas

FASE DE EMPATÍA INCLUYENDO MARCO TEÓRICO

En Ecuador, los pequeños y medianos productores desempeñan un papel fundamental en la economía nacional, especialmente dentro del sector agrícola, el cual constituye la base de la producción de materias primas como café, cacao, banano, flores, quinua y pitahaya. A partir de este sector primario, se articula el sector agroindustrial, encargado de la transformación de dichos productos en bienes con mayor valor agregado, como alimentos procesados y derivados.

Asimismo, estos procesos se integran dentro del sector manufacturero, el cual abarca la industrialización de materias primas y su posterior incorporación a cadenas de valor nacionales e internacionales. Sin embargo, a pesar de la importancia de estos sectores en el desarrollo económico del país, los productores enfrentan limitaciones para acceder de manera competitiva a los mercados internacionales

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) las pymes (pequeñas y medianas empresas) representan aproximadamente el 99% del tejido empresarial ecuatoriano, generando cerca del 60% del empleo formal. De manera complementaria, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2025) reporta que, de las 1.204.276 empresas activas registradas en Ecuador, más del 90% representa a las microempresas, el 5,9% a pequeñas empresas y el 1% a medianas empresas. No obstante, a pesar de su predominio dentro de la estructura empresarial del país, este segmento concentra únicamente el 24,6% de las ventas totales, lo que refleja limitaciones significativas para incrementar su competitividad y expandir su participación en los mercados globales. En este sentido, es evidente la limitada capacidad de los productores para aprovechar las oportunidades que ofrece el comercio internacional. Una de las herramientas menos visibles, pero fundamentales en el contexto actual, son las herramientas tecnológicas, ya que constituyen un medio rápido, efectivo y seguro para la realización de transacciones económicas. A estas dificultades se les suma la dependencia de intermediarios para acceder a compradores extranjeros, debido a que los productores no cuentan con canales propios de comercialización internacional, lo que reduce sus márgenes de rentabilidad y limita la construcción de relaciones comerciales internacionales. En consecuencia, gran parte del valor generado dentro de la cadena comercial es absorbido por intermediarios, disminuyendo los beneficios económicos percibidos por los productores.

La propuesta de valor de BitCommerce es promocionar internacionalmente a las empresas medianas y pequeñas de forma directa y sin intermediarios. Estas empresas enfrentan no solo barreras comerciales, sino también limitaciones bancarias como altas tasas de transacción y lentitud en los pagos internacionales.

Por ello, Bitcommerce ofrece la posibilidad de utilizar Bitcoin como alternativa digital de pago: una moneda descentralizada que funciona mediante un sistema peer-to-peer y que ha operado de forma ininterrumpida durante más de una década. Aguirre Arredondo, A. (2022)

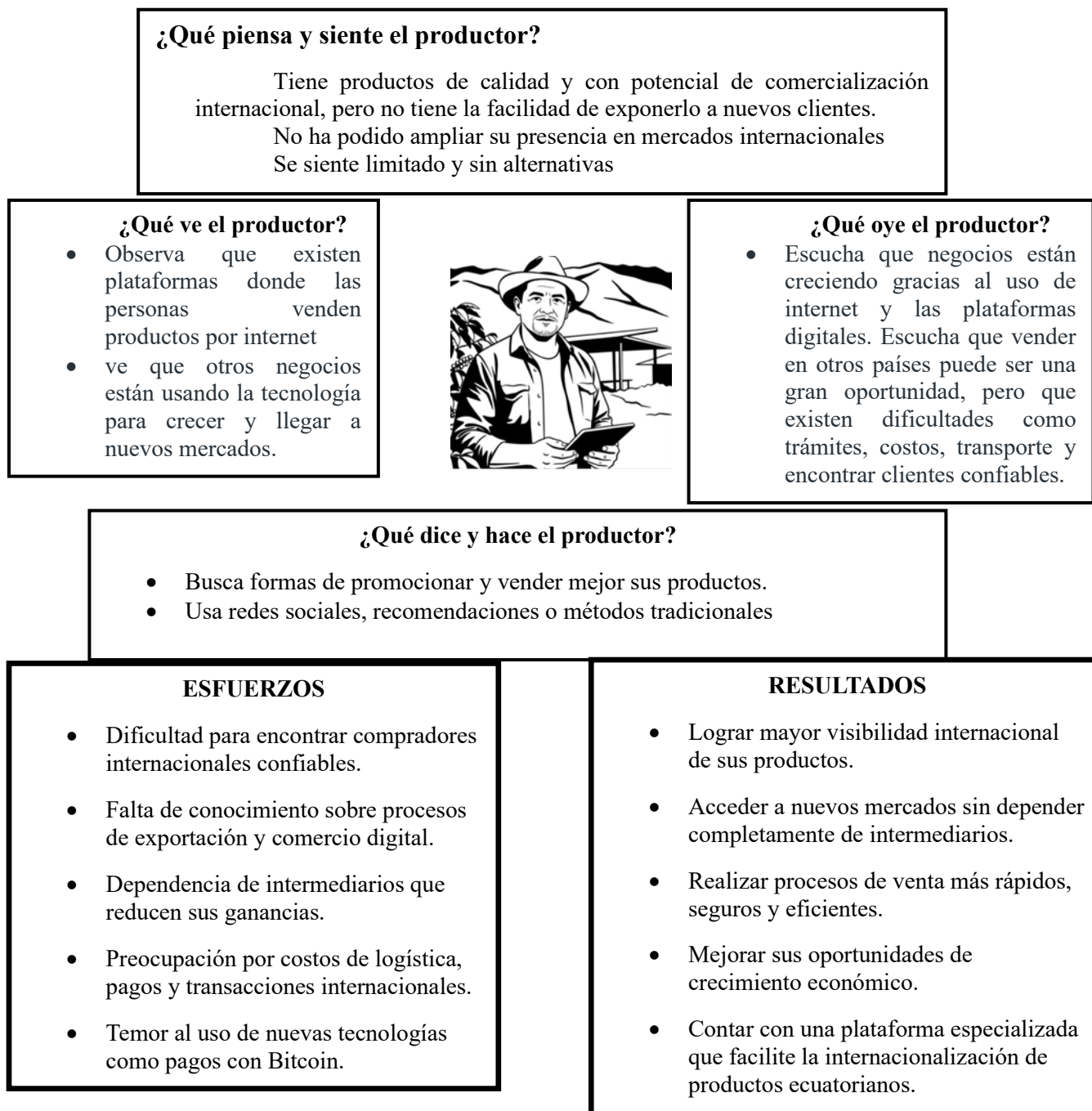
La incorporación de este método de pago responde a sus principales ventajas: gracias a su descentralización, Bitcoin permite llegar a cualquier mercado del mundo con bajos costos de transacción, mayor seguridad y rapidez en los procesos de venta y compra.

El comercio electrónico ha transformado los hábitos de compra, y construir un ecosistema digital sobre Bitcoin aporta claras ventajas. Hoy los usuarios valoran especialmente la rapidez de las transacciones, la protección de las transferencias y la transparencia de la información. Las operaciones quedan registradas de manera inmutable en el sistema, ofreciendo mayor protección frente a fraudes, estafas y pérdidas financieras. Además, Bitcoin mantiene costos de transacción muy bajos tanto para compradores como para vendedores.

Por lo tanto, resulta más atractivo para los usuarios y vendedores, esperando que en el futuro su aceptación sea mayor y más directa en el comercio, lo que podría hacerlo más competitivo frente al comercio tradicional.

FIGURA 1

MAPA DE EMPATÍA



Nota: Elaboración propia

Dentro del desarrollo del mapa de empatía, se analizó la realidad que enfrentan los pequeños y medianos productores ecuatorianos en el proceso de internacionalización de sus productos. Identificando que se presentan dificultades con la comercialización en mercados

extranjeros debido a la falta de conocimiento sobre estrategias de promoción, acceso a financiamiento, digitalización y a la dependencia de intermediarios.

TABLA 1

BUYER PERSONA

ELEMENTO	DESCRIPCIÓN
Nombre del Persona	Carlos Andrade Loja
Perfil Demográfico	
Edad	43 años
Género	Masculino
Estado civil	Casado
Nivel educativo	Técnico en Agroindustria
Ingresos mensuales	USD 1.200 – 2.000
Ocupación	Productor mediano
Redes sociales que utiliza	Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn y YouTube
Perfil Psicográfico	
Estilo de vida	Activo, enfocado en el crecimiento empresarial, interesado en la innovación y el comercio digital
Valores	Responsabilidad, crecimiento económico, eficiencia y confianza en herramientas tecnológicas
Personalidad	Organizado, visionario, práctico y adaptable a los cambios tecnológicos
Comportamiento de Consumo	
¿Dónde compra?	Plataformas digitales, marketplaces y aplicaciones móviles
¿Qué lo motiva a comprar?	Facilidad en la interacción comercial
Necesidades	
Necesidades principales	Mejorar la visibilidad de productos y ampliar los canales de comercialización, con el fin de acceder a nuevos clientes y mercados.
¿Cómo el producto/servicio satisface estas necesidades?	La oferta de productos en una plataforma digital, impulsando la competitividad y organizando los procesos de comercialización.

Nota: Elaboración propia

IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

Los pequeños y medianos productores ecuatorianos afrontan dificultades para acceder a mercados internacionales debido a la limitada disponibilidad de plataformas digitales centralizadas, la falta de conexión directa con compradores extranjeros y las barreras existentes para gestionar pagos internacionales.

Ecuador cuenta con productores que ofrecen bienes de alta calidad y con potencial exportador, muchos no disponen de la exposición comercial, herramientas tecnológicas ni infraestructura necesaria para participar de manera eficiente en el comercio global. Esta situación reduce sus oportunidades de crecimiento, limita sus ingresos y dificulta su capacidad para competir.

TABLA 2

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Causas (¿Por qué ocurre?)	Problema Central	Consecuencias (¿Qué pasa por el problema?)
Altos costos y comisiones en transferencias bancarias internacionales.	Limitado acceso de pequeños y medianos productores ecuatorianos a mercados internacionales dificultando la promoción de productos nacionales debido a barreras del comercio electrónico y acceso limitado a alternativas de pago.	Baja competitividad de los productores en mercados globales.
Falta de plataformas digitales accesibles para exportación directa.		Limitada expansión de productos ecuatorianos al extranjero.
Dependencia de intermediarios y		Reducción de ingresos y oportunidades de

grandes exportadores.	crecimiento.
Demoras en los pagos y transacciones internacionales.	Exclusión financiera de pequeños productores.

Nota: Elaboración propia

IDEA DE NEGOCIO Y RESOLUCION DEL PROBLEMA

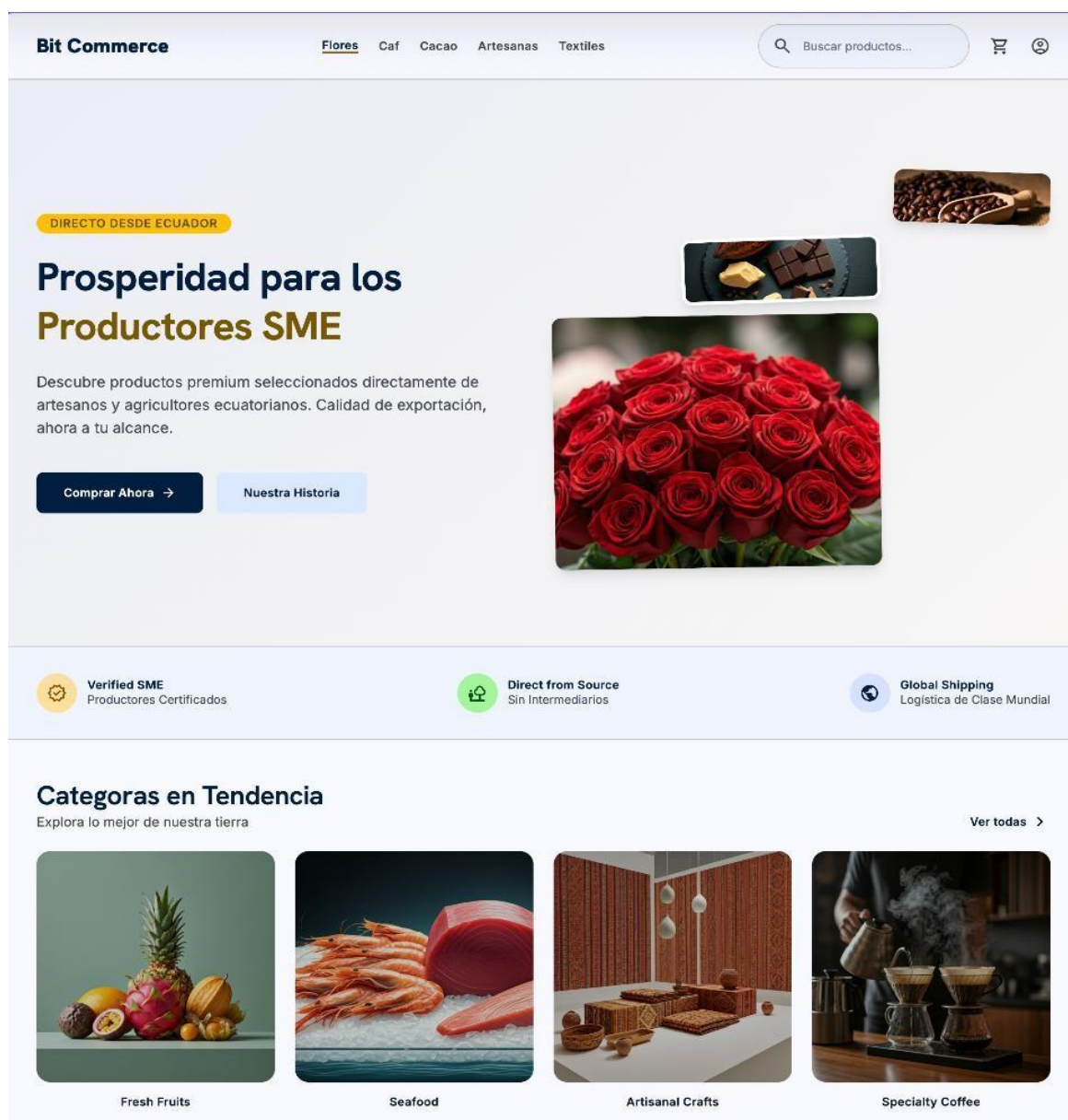
BitCommerce es una plataforma digital de comercio electrónico orientada a facilitar la promoción de productos ecuatorianos. La propuesta surge ante la dificultad que enfrentan pequeños y medianos productores para acceder a mercados internacionales debido a los altos costos de transacción, la dependencia de intermediarios y la limitada visibilidad digital. La principal ventaja competitiva de BitCommerce es su accesibilidad para emprendedores emergentes, ya que ofrece una plataforma fácil de utilizar, diseñada para simplificar procesos de promoción, venta y gestión comercial internacional. También, ayuda a los productores publicitando sus productos en un entorno digital enfocado específicamente en potenciales compradores en donde solo se encuentran los interesados en productos ecuatorianos, fortaleciendo la visibilidad y competitividad en el comercio global.

TABLA 3

BUSSINES CANVAS

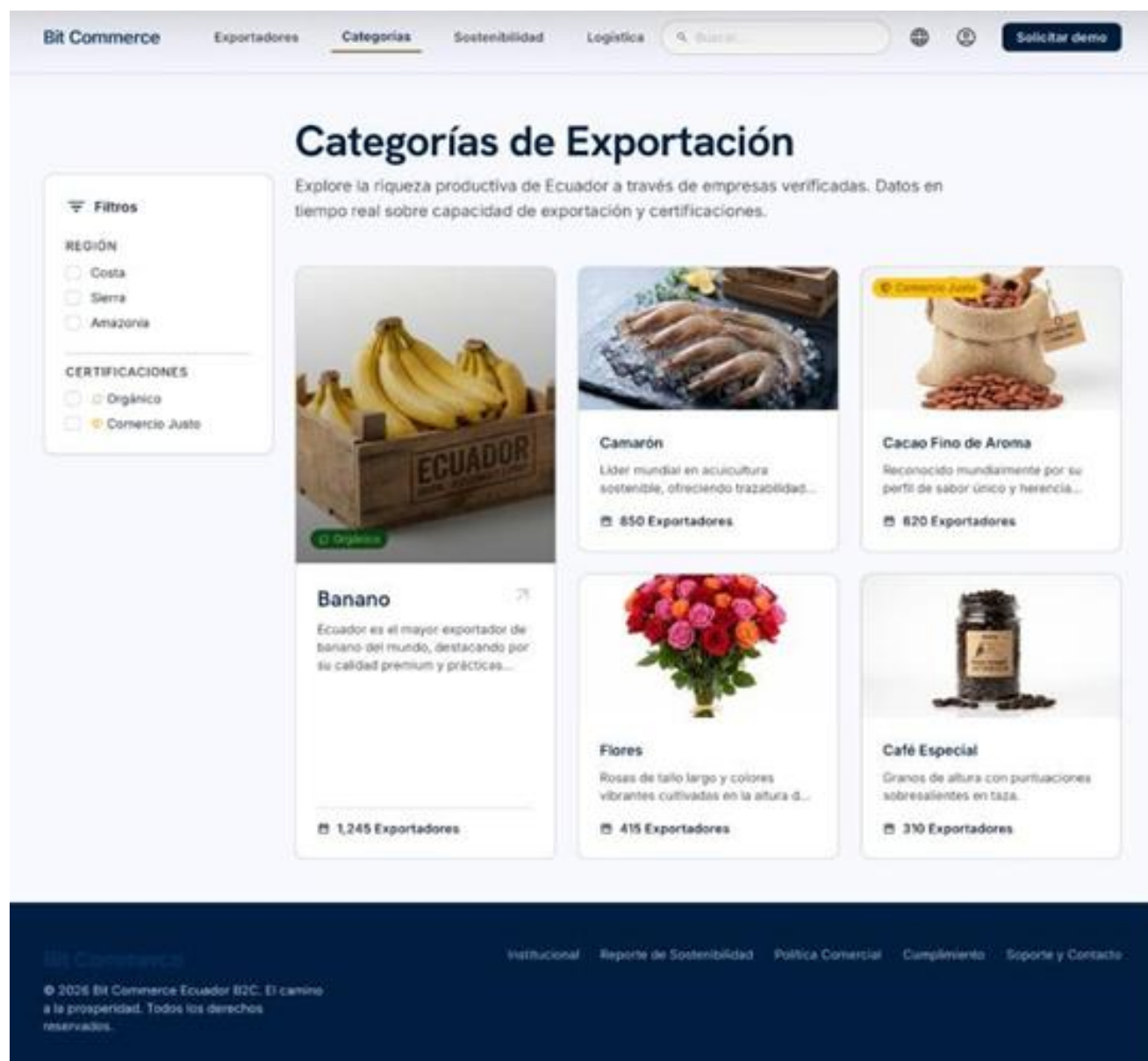
Socios clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relación con clientes	Segmentos de clientes
- Productores y exportadores ecuatorianos. - Empresas logísticas y de transporte. - Proveedores de pagos digitales y criptomonedas. - Cámaras de comercio y entidades de exportación. - Aseguradoras y operadores de comercio internacional	- Desarrollo y mantenimiento de la plataforma. - Gestión de pagos y transacciones. - Captación de productores y compradores. - Marketing digital y posicionamiento. - Coordinación logística y soporte comercial. Recursos clave - Plataforma tecnológica y sistema marketplace. - Equipo de desarrollo y soporte. - Red de productores y compradores. - Sistemas de pago digital y seguridad. - Alianzas estratégicas internacionales	- Plataforma digital para conectar productores con compradores internacionales. - Marketplace especializado en exportación de productos ecuatorianos. - Facilita negociaciones directas y reduce intermediarios. - Integración de pagos digitales	- Atención y soporte personalizado. - Asesoría en procesos de exportación. - Comunicación digital continua. - Plataforma de autoservicio para compradores y productores. Canales - Plataforma web y marketplace digital. - Redes sociales y marketing digital. - Alianzas con cámaras de comercio y exportadoras. - Ferias y eventos internacionales.	- Pequeños y medianos productores ecuatorianos. - Exportadores interesados en vender en mercados internacionales. - Compradores internacionales, distribuidores y consumidores digitales. - Empresas interesadas en productos latinoamericanos y comercio justo.
Estructura de costos - Desarrollo y mantenimiento tecnológico. - Marketing y publicidad. - Costos operativos y soporte. - Comisiones de pagos y transacciones. - Gastos logísticos y administrativos.		Fuente de ingresos - Comisiones por transacciones realizadas. - Suscripciones premium para productores. - Servicios adicionales de logística y asesoría.		

FIGURA 2
OPCIÓN 1 DE PROTOTIPO 1.0



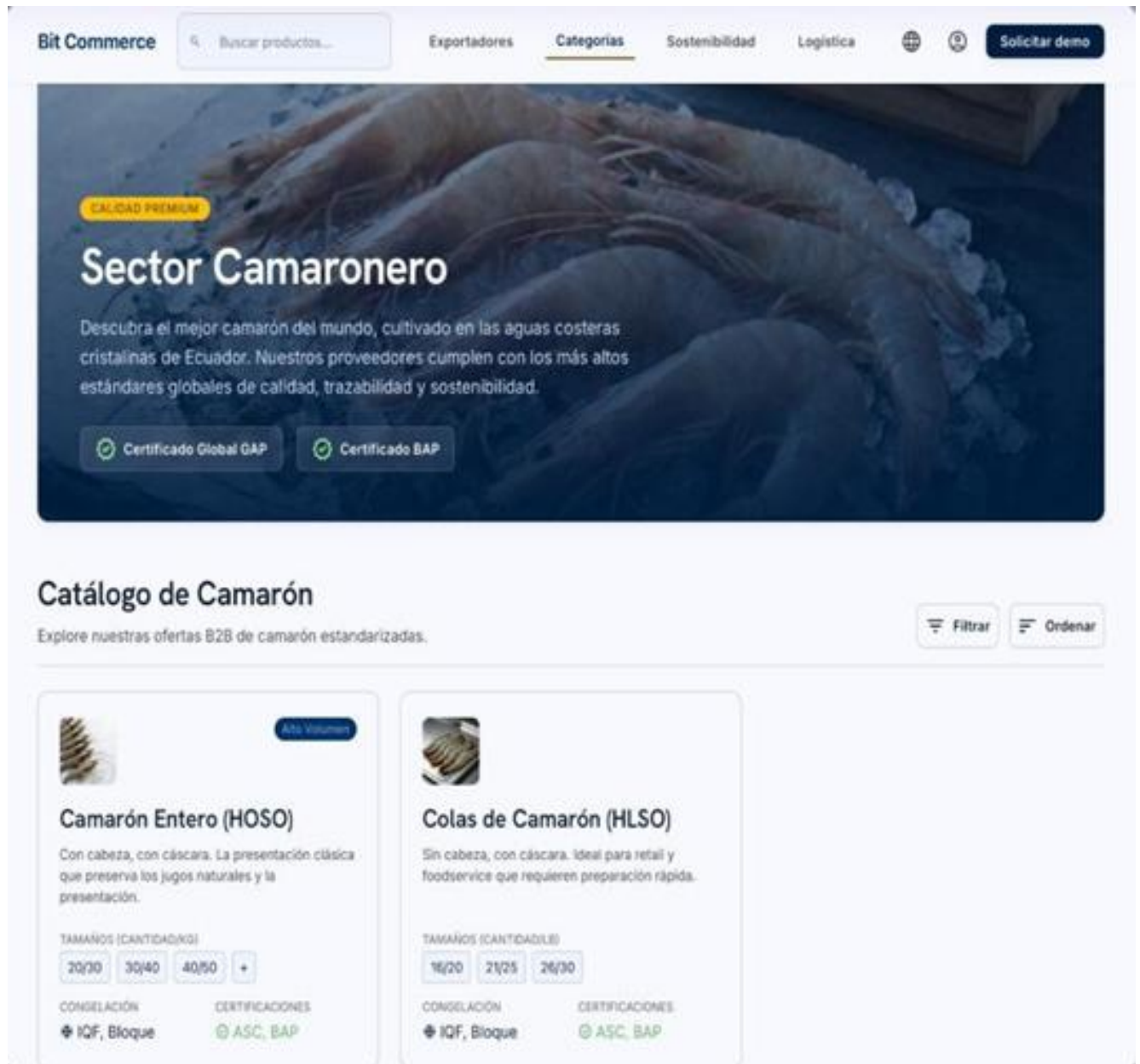
Nota: Elaboración propia

FIGURA 3
PROTOTIPAJE 1.0



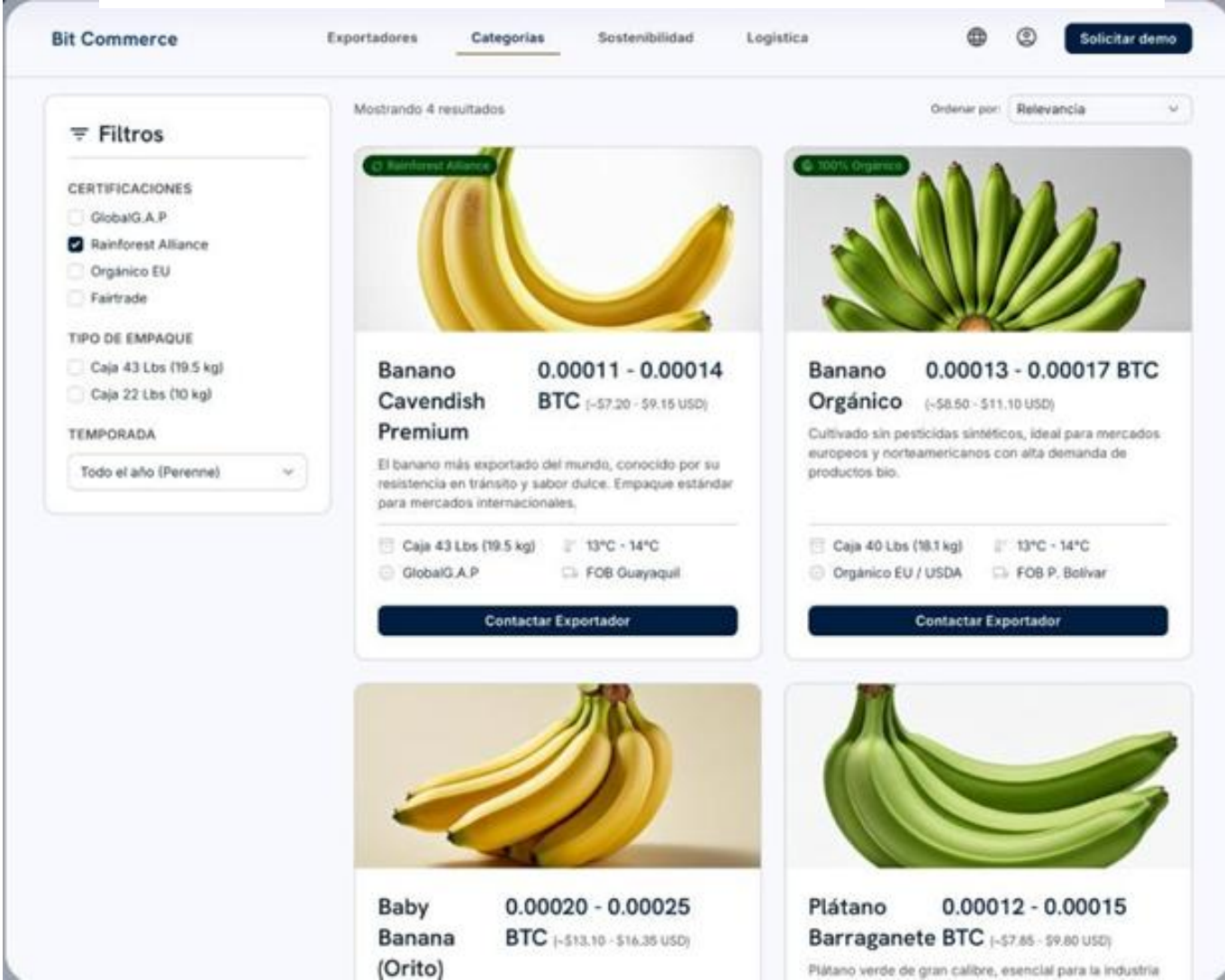
Nota: Elaboración propia

FIGURA 4
PROTOTIPAJE 2.0



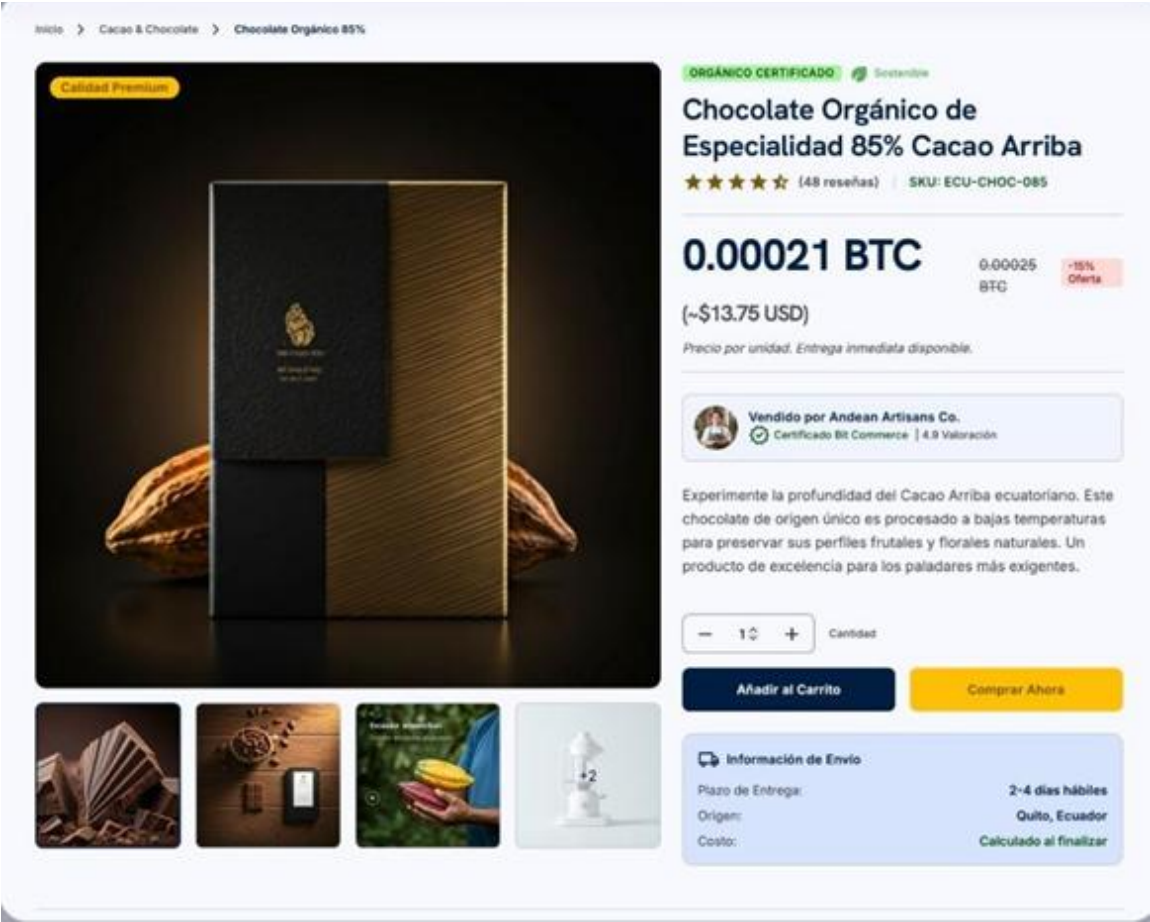
Nota: Elaboración propia

FIGURA 5
PROTOTIPAJE 3.0



Nota: Elaboración propia

FIGURA 6
PROTOTIPAJE 4.0



Nota: Elaboración propia

El prototipo presenta una plataforma digital de comercio internacional llamada Bit Commerce, diseñada para conectar a pequeños y medianos productores ecuatorianos con compradores de otros países. La propuesta se enfoca en productos representativos del Ecuador, como flores, café, cacao, artesanías y textiles, mostrando una imagen moderna, eficiente, confiable y orientada a la exportación. En la página principal se observa un diseño limpio y profesional, con una navegación sencilla por categorías y un mensaje central que destaca la prosperidad para los productores. Esto permite entender que la plataforma no solo busca vender productos, sino también apoyar a productores locales, eliminando intermediarios y facilitando el acceso a mercados internacionales.

El prototipo incluye elementos visuales que transmiten origen y calidad, como imágenes de rosas, cacao, café y artesanías, lo cual ayuda a reforzar la identidad ecuatoriana de la marca. Además, se incorporan secciones como categorías en tendencia y productos destacados, donde el usuario puede explorar diferentes opciones de compra de manera ordenada. En la ficha de producto, por ejemplo, se muestra un chocolate orgánico de especialidad con información detallada sobre precio, certificación orgánica, reseñas, vendedor, origen, tiempo estimado de envío y pedido mínimo. Esto le da al comprador mayor seguridad y facilidad al momento de tomar una decisión.

Un aspecto importante de esta opción es que combina una presentación atractiva con información práctica para el comercio B2C. La plataforma resalta características como productores certificados, compra directa desde la fuente y envío global, lo que fortalece la confianza del cliente internacional. En general, esta primera opción del prototipo funciona como un marketplace especializado en productos ecuatorianos premium, con una estructura

clara, visualmente atractiva y pensada para facilitar la internacionalización de pequeños productores

Análisis del Macroentorno – Internacionalización

TABLA 4

ANÁLISIS PESTEL



Aspecto	Variable	Impacto	Amenaza	Oportunidad
Político - Legal	Regulación del uso de criptomonedas y activos digitales en Ecuador.	Muy negativo	X	
	Normativa ecuatoriana para exportaciones de productos de pequeñas y medianas empresas.	Positivo		X
	Acuerdos comerciales internacionales suscritos por Ecuador.	Positivo		X
	Legislación relacionada con protección de datos y comercio electrónico.	Negativo	X	
Económico	Crecimiento del comercio electrónico a nivel mundial.	Positivo		X
	Dolarización de la economía ecuatoriana.	Muy positivo		X
	Costos de transferencias bancarias internacionales.	Negativo	X	
	Costos de envío internacional, impuestos y aranceles según país de destino.	Negativo	X	
	Volatilidad del precio de Bitcoin.	Muy negativo	X	
Social	Creciente interés por productos artesanales, sostenibles y de origen local.	Muy positivo		X
	Incremento de la confianza de los consumidores en las compras por internet.	Muy positivo		X
	Nivel de conocimiento sobre criptomonedas entre los consumidores.	Negativo	X	
Tecnológico	Uso de marketplace, pagos internacionales y automatización en plataformas digitales.	Muy positivo		X
	Trazabilidad mediante blockchain para generar confianza en el origen del producto.	Muy positivo		X
	Riesgos de ciberseguridad y fraude digital.	Muy negativo	X	
Ecológico	Preferencia por productos con certificaciones sostenibles y comercio responsable.	Muy positivo		X
	Impacto ambiental del transporte internacional y de los empaques.	Negativo	X	
	Necesidad de usar empaques responsables o reciclables para exportación.	Positivo		X

Nota: Elaboración propia

Análisis del Microentorno

TABLA 5

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

Variable	Peso	Amenaza	Ponderado
Inversión inicial para desarrollar una plataforma e-commerce internacional	0,30	2	0,60
Facilidad para copiar el modelo de negocio marketplace	0,40	4	1,60
Conocimiento técnico en blockchain y pagos Bitcoin	0,30	2	0,60
TOTAL	1,00		2,80

Nota: Elaboración propia

TABLA 6

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Variable	Peso	Amenaza	Ponderado
Amazon y marketplaces internacionales	0,40	5	2,00
Redes sociales como Facebook Marketplace e Instagram Shopping	0,30	4	1,20
Venta directa mediante páginas web propias	0,30	3	0,90
TOTAL	1,00		4,10

Nota: Elaboración propia

TABLA 7

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Variable	Peso	Amenaza	Ponderado
Sensibilidad al precio de compradores internacionales	0,40	4	1,60
Gran variedad de plataformas donde comprar	0,35	5	1,75
Exigencia de calidad, seguridad y tiempos de entrega	0,25	4	1,00
TOTAL	1,00		4,35

Nota: Elaboración propia

TABLA 8*PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES*

Variable	Peso	Amenaza	Ponderado
Disponibilidad de productores ecuatorianos exportadores	0,40	2	0,80
Dependencia de productos diferenciados o artesanales	0,30	3	0,90
Costos logísticos y procesos de exportación	0,30	3	0,90
TOTAL	1,00		2,60

Nota: Elaboración propia

TABLA 9*INTENSIDAD DE LA RIVALIDAD COMPETITIVA*

Variable	Peso	Amenaza	Ponderado
Competencia de marketplaces internacionales (Alibaba, Amazon, Etsy)	0,40	5	2,00
Crecimiento constante del comercio electrónico internacional	0,30	3	0,90
Diferenciación mediante pagos Bitcoin y especialización ecuatoriana	0,30	2	0,60
TOTAL	1,00		3,50

Nota: Elaboración propia

TABLA 10*RESUMEN DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER*

Fuerza	Resultado
Amenaza de nuevos competidores	2,80
Amenaza de productos sustitutos	4,10
Poder de negociación de compradores	4,35
Poder de negociación de proveedores	2,60
Intensidad de rivalidad competitiva	3,50

Nota: Elaboración propia

Desde la perspectiva del microentorno, Bit Commerce está en un mercado competitivo debido al crecimiento continuo del comercio electrónico y a la presencia de plataformas internacionales ya posicionadas, como Amazon, Alibaba o Etsy. Estas empresas cuentan con una gran trayectoria, millones de usuarios y recursos tecnológicos que les permiten mantener una posición sólida en el mercado global. Frente a este escenario, Bit Commerce busca diferenciarse a través de una propuesta enfocada específicamente en los pequeños y medianos productores ecuatorianos, facilitando su acceso a compradores internacionales mediante un marketplace especializado y el uso de pagos con Bitcoin.

En cuanto a la entrada de nuevos competidores, esta puede considerarse moderada. Actualmente existen herramientas que facilitan el desarrollo de plataformas digitales similares; sin embargo, crear una red confiable de productores, compradores, operadores logísticos y sistemas de pago seguros requiere tiempo, inversión y experiencia. Además, el enfoque en productos ecuatorianos constituye un elemento diferenciador que puede fortalecer la propuesta de valor de la plataforma.

Los compradores internacionales poseen un importante poder de negociación, ya que tienen acceso a numerosas alternativas para adquirir productos en línea. Debido a ello, Bit Commerce deberá generar confianza mediante procesos transparentes, pagos seguros, información clara sobre los productos y un adecuado cumplimiento de los tiempos de entrega. En conjunto, estas condiciones muestran que el éxito de la plataforma dependerá principalmente de su capacidad para diferenciarse, generar confianza y ofrecer una solución que facilite la internacionalización de los productores ecuatorianos.

Matriz competitiva de Mercado

En el presente estudio, la matriz que se emplea es analizada para comparar la propuesta de varias aplicaciones de comercio internacional dirigidas a emprendedores con plataformas consolidadas como Shopify y MercadoLibre. Los resultados nos permitirán determinar el nivel de compatibilidad de la propuesta y los aspectos clave que se deben fortalecer para generar valor y satisfacer las necesidades del mercado objetivo

TABLA 11*MATRIZ COMPETITIVA DE MERCADO*

Factores críticos para el éxito	Ponderación	Bloomingdale's (Calificación)	Bloomerco (Puntaje)	Shopify (Calificación)	Shopify (Puntaje)	Mercado Libre (Calificación)	Mercado Libre (Puntaje)
Facilidad de uso	0,15	4	0,6	5	0,75	4	0,6
Alcance internacional	0,15	4	0,6	5	0,75	3	0,45
Costo de implementación	0,1	5	0,5	3	0,3	4	0,4
Herramientas de marketing	0,1	4	0,4	4	0,4	3	0,3
Opciones de pago	0,1	5	0,5	4	0,4	4	0,4
Soporte técnico	0,1	4	0,4	5	0,5	3	0,3
Personalización de tienda	0,1	4	0,4	5	0,5	2	0,2
Integración logística	0,1	4	0,4	4	0,4	5	0,5
Visibilidad para productores	0,05	5	0,25	4	0,2	3	0,15
Adaptación a exportaciones	0,05	5	0,25	3	0,15	2	0,1
TOTAL	1		4,3		4,3		3,4

Nota: Elaboración propia

Matriz de selección de Mercado

La matriz de selección de mercado permite comparar y analizar diversos factores con el objetivo de identificar el mercado apto para la implementación de la propuesta. En este contexto Estados Unidos representa un mercado atractivo por su amplio, volumen de comercio electrónico, su desarrollo tecnológico y la creciente adopción institucional de Bitcoin.

Sin embargo, la adopción de esta criptomoneda a nivel personal representa un desafío, ya que el país cuenta con una moneda estable, generando que muchos consumidores no perciban esta necesidad inmediata y aunque existen plataformas y comercios que usen criptomonedas la consolidación en el uso del ciudadano promedio, continúa siendo un reto para alcanzar una adopción masiva (Prosper Lamothe Fernández, 2020)

Por otro lado, El Salvador es considerado pionero en la adopción gubernamental de Bitcoin y cuenta con una infraestructura favorable para criptomonedas. Siendo un mercado estratégico para la inserción de Bitcommerce (Asamblea legislativa, 2021)

Argentina representa un mercado atractivo para BitCommerce debido a sus altos niveles de inflación, los cuales han impulsado el uso de Bitcoin como alternativa para proteger el valor del dinero frente a la devaluación de la moneda local. La creciente adopción de criptomonedas y su utilización en transacciones digitales convierten al país en un mercado receptivo para la implementación de la plataforma (Zocaro, 2021).

TABLA 12*MATRIZ DE SELECCION DE MERCADO*

Factores críticos para el éxito	Ponderación	USA (Calificación)	USA (Puntaje)	El Salvador (Calificación)	El Salvador (Puntaje)	Argentina (Calificación)	Argentina (Puntaje)
Regulación legal de Bitcoin y criptoactivos	0,13	3	0,39	5	0,65	4	0,52
Nivel de adopción de Bitcoin	0,05	2	0,10	5	0,25	4	0,20
Infraestructura de pagos crypto	0,10	5	0,50	4	0,40	5	0,50
Restricciones fiscales y cumplimiento tributario	0,13	3	0,39	4	0,52	3	0,39
Estabilidad económica	0,05	2	0,10	4	0,20	5	0,25
Integración de Bitcoin en el sistema financiero	0,13	3	0,39	5	0,65	4	0,52

Confianza del usuario	0,13	4	0,52	5	0,65	5	0,65
Acceso a conversión cripto ↔ fiat	0,13	4	0,52	4	0,52	3	0,39
Nivel de educación financiera	0,10	5	0,50	2	0,20	4	0,40
Volatilidad del tipo de cambio	0,05	2	0,10	3	0,15	4	0,20
TOTAL	1		3,51		4,19		4,02

Nota: Elaboración propia

VALIDACIÓN DE VIABILIDAD - DESEABILIDAD

Investigación de Mercado Población (mercado objetivo)

La población objetivo está conformada por las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) ecuatorianas que buscan expandir sus operaciones hacia mercados internacionales. De acuerdo con el Registro Estadístico de Empresas (REEM 2024) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el Ecuador existen 1.073.524 empresas activas, de las cuales 1.068.084 corresponden a micro, pequeñas y medianas empresas, representando aproximadamente el 99,5 % del total de empresas del país. El desarrollo de la plataforma Bit Commerce se orienta principalmente a aquellas empresas que no participan actualmente en procesos de exportación o que presentan limitaciones para acceder y comercializar sus productos en el exterior, y que requieren el uso de herramientas digitales para facilitar su inserción en el comercio internacional.

Asimismo, se promoverán mecanismos de registro y verificación mediante entidades de promoción de exportaciones como PRO ECUADOR, con el fin de fortalecer la confianza entre los participantes y facilitar el acceso a oportunidades de comercio internacional. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2024).

TABLA 13*VALIDACIÓN CON JUICIO DE EXPERTO*

Código	Tipo de instrumento	Perfil de participantes		Fecha
		No. Persona	Temática	
EI01	Entrevista en profundidad	1	Conocer la posible aceptación de BitCommerce y las ventajas que ofrece en la promoción de productos ecuatorianos mediante una plataforma de comercio electrónico con alternativas de pago digitales.	Junio 2026

TABLA 14*MATRIZ DE SISTEMATIZACIÓN DE INFORMACIÓN, ENTREVISTAS*

Temáticas	Preguntas	Respuestas
	¿Cómo vende actualmente sus productos, utiliza marketplace u otros canales?	En realidad, en este momento nuestros productos se venden puerta a puerta, ya que tenemos desconocimiento de este tipo de plataformas.
Contexto de uso		
Acceso a mercados	¿Considera que tiene dificultades para llegar a nuevos clientes o mercados fuera de su zona?	Sí. Vivo en una zona muy pequeña, por lo que el alcance de mi negocio es limitado. En la mayoría de los casos, mis ventas dependen de las personas que ya me conocen o de quienes, por casualidad, encuentran mi producto en otro lugar. Además, dependo en gran medida de las redes sociales para dar a conocer mi producto. Sin embargo, aunque considero que tengo un buen producto, es muy difícil competir con otros negocios que invierten en publicidad. Actualmente no cuento con los recursos económicos para realizar campañas de marketing, lo que limita aún más mi

alcance y las oportunidades de crecimiento.

Atractivo general	¿Qué tan atractivo le parece contar con una plataforma como bitcommerce para promocionar productos y tener alternativas de pagos digitales?	En realidad, me parece una opción muy atractiva, ya que este tipo de plataformas cuentan con herramientas de publicidad muy completas y eficaces, las cuales pueden ayudar a aumentar el alcance del negocio, atraer más clientes y mejorar la visibilidad de los productos.
Valor percibido	¿Considera que esta plataforma podría facilitar la llegada a nuevos clientes?	La plataforma Bitcommerce me parece una aplicación muy completa que podría ayudar significativamente a mi empresa a llegar a nuevos clientes. Estaría totalmente de acuerdo con implementarla, ya que no solo ofrece herramientas para promocionar los productos y aumentar su visibilidad, sino que también facilita los pagos mediante Bitcoin, brindando una alternativa de pago moderna y conveniente para los clientes.
Barreras y objeciones	¿Qué dificultades o preocupaciones tendría al usar una plataforma digital para vender sus productos?	La principal dificultad sería el desconocimiento sobre el uso de este tipo de plataformas. Aunque yo, como productora, podría capacitarme para aprender a utilizarlas correctamente, existe la incertidumbre de si mis clientes tendrían el mismo nivel de conocimiento o estarían dispuestos a adaptarse a este tipo de herramientas, lo que podría dificultar su implementación al inicio..

Mejoras	¿Qué mejoraría del producto para hacerlo más útil o atractivo para usted?	En la empresa deberíamos realizar una diversificación de productos, ya que en este momento nosotros realizamos o elaboramos productos como queso mozzarella, queso cheddar, mientras que si nosotros diversificamos podríamos implementar otro tipo de productos como por ejemplo la leche en polvo, que sería un producto que se podría exportar o crear nuevos mercados para este tipo de productos.
Intención de uso	Si este producto estuviera disponible, ¿lo va a utilizar? (Sí / No)	Sí, me parece una excelente opción para implementar en mi empresa, ya que permitiría establecer vínculos con nuevos clientes tanto a nivel nacional como internacional. Esto contribuiría a ampliar el mercado, incrementar las oportunidades de negocio y fortalecer el crecimiento de la empresa.
	¿Qué medio preferiría para gestionar sus ventas en BitCommerce: aplicación móvil, página web o ambas?	En realidad, una aplicación, porque una aplicación tiene una facilidad de manejo.

Link a entrevista:

<https://youtu.be/iVo6u7E7QuQ?si=KZhRF7vNM2fPwHGh>

Propuesta Final - Prototipo 2.0 (Mejora del prototipo)

FIGURA 7
PROTOTIPO2.0



Nota: Elaboración propia

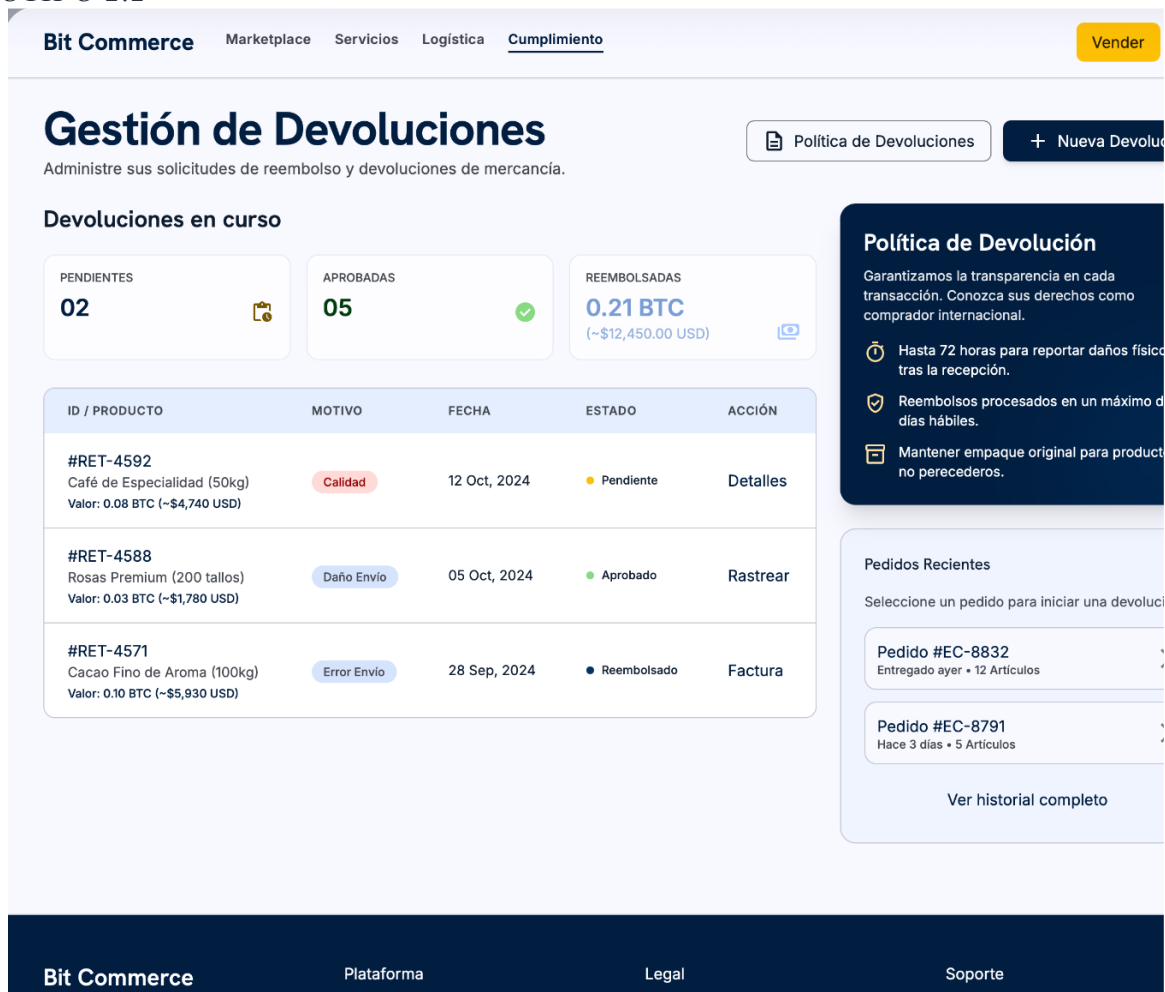
1

FIGURA 8
PROTOTIPO 2.1



Nota: Elaboración propia

FIGURA 9
PROTOTIPO 2.2



NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

FIGURA 10
PROTOTIPO 2.3

Bit Commerce Seguros Bancos Wallet Incidencias   

Servicios Pro
Exportación Segura

Nueva Solicitud

 Seguros de Carga

 Aliados Bancarios

 Wallet Bitcoin

 **Reporte Incidencias**

Centro de Soporte e Incidencias

Estamos aquí para asegurar que sus operaciones de comercio internacional fluyan sin interrupciones. Reporte y haga seguimiento de cualquier eventualidad técnica o logística.

Reportar Nueva Incidencia

Tipo de Incidencia N° de Referencia (BL/Factura)

Seleccione un tipo  Ej: EXP-2024-001

Asunto

Breve descripción del problema

Detalle de la Incidencia

Proporcione todos los detalles relevantes para agilizar la resolución...



Preguntas Frecuentes

¿Cuál es el SLA de respuesta? 

¿Cómo escalo un problema urgente? 

Documentación requerida para seguros 

Soporte Directo 24/7

Para atención inmediata con un especialista en comercio exterior.

 +593 2 345 6789

 soporte@exportchain.ec

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

FIGURA 11
PROTOTIPO 2.4

Bit Commerce Marketplace Soluciones Soporte Acceso

Verificación de Empresa

Complete la carga de su documentación legal y técnica para habilitar su cuenta de exportador. Pendiente de Carga

Progreso de Validación

- 1 Carga de Documentos**
Sube los archivos requeridos
- 2 Revisión Técnica
Validación por equipo técnico
- 3 Activación
Cuenta habilitada para exportar

Nota importante

Una vez enviada la información, nuestro equipo técnico validará los datos y le notificará por correo electrónico en un plazo de 24 a 48 horas laborales.

Documentación Legal

RUC (Registro Único de Contribuyentes)

PDF o Imagen (Máx 5MB)

Constitución de la Empresa

PDF o Imagen (Máx 10MB)

Certificaciones de Exportación

Opcional pero recomendado: Global GAP, Organic, Rainforest Alliance, etc.

Adjuntar múltiples certificaciones
Formatos permitidos: PDF, JPG, PNG

Comprobante de Vinculación con PRO ECUADOR

Descargar documento de vinculación

Validación automática para miembros

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

FIGURA 12
PROTOTIPO 2.5



NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

Módulo de gestión de exportaciones y validación empresarial

En esta sección del prototipo, el usuario tendrá acceso a las métricas de exportación, donde podrá revisar de forma clara y organizada todos los datos relacionados con sus procesos de exportación.

Además, contará con un panel centralizado que le permitirá gestionar devoluciones de manera rápida y eficiente. Desde la plataforma también podrá administrar las consultas y requerimientos de sus clientes, manteniéndose informado sobre sus necesidades y solicitudes.

El sistema incluirá una ventana destinada a la carga de documentos, con el fin de validar la empresa dentro de la plataforma. Asimismo, el usuario podrá consultar el valor actualizado de Bitcoin, lo que le permitirá conocer el precio del BTC en tiempo real.

Finalmente, el prototipo mostrará el costo correspondiente al uso de la plataforma

Modelo de monetización

Bit Commerce combina distintas fuentes de ingresos. Cobra una comisión del 10 % por cada venta realizada dentro de la plataforma y una tarifa única de registro de 100 dólares. Sin embargo, los exportadores que accedan mediante PRO ECUADOR pueden registrarse gratuitamente. Además, se generan ingresos por licencias institucionales vendidas a la institución, soporte técnico, mantenimiento, consultoría y módulos personalizados para sectores específicos. Este modelo permite mantener y mejorar la plataforma, ampliar su alcance y facilitar el acceso de pequeñas empresas al comercio internacional.

FIGURA 13
MODELO DE MONETIZACIÓN

Bit Commerce Exporters Categories Sustainability Logistics [Solicitar demo](#)

ALIANZA ESTRATÉGICA

Modelo de Monetización y Sostenibilidad

Bit Commerce establece un ecosistema de crecimiento mutuo junto a PRO ECUADOR, democratizando el acceso a herramientas de comercio exterior de clase mundial para todos los exportadores nacionales bajo un modelo de licencias institucionales.

[Solicitar Licencia Institucional \(Ya soy socio PRO ECUADOR\)](#) [¿No estás registrado? Regístrate en PRO ECUADOR para obtener tu licencia](#)

Licencias Institucionales

PRO ECUADOR adquiere paquetes de licencias masivas. Esto permite que el costo por usuario se reduzca drásticamente, garantizando acceso gratuito o subsidiado para el exportador registrado.

- ✓ Gestión centralizada de usuarios
- ✓ Escalabilidad por volumen país

Soporte & Mantenimiento

Ingresos recurrentes derivados de la gestión técnica. Aseguramos que la infraestructura crítica de Bit Commerce esté siempre operativa, actualizada y protegida contra ciberamenazas.

- ✓ Disponibilidad 99.9% (SLA)

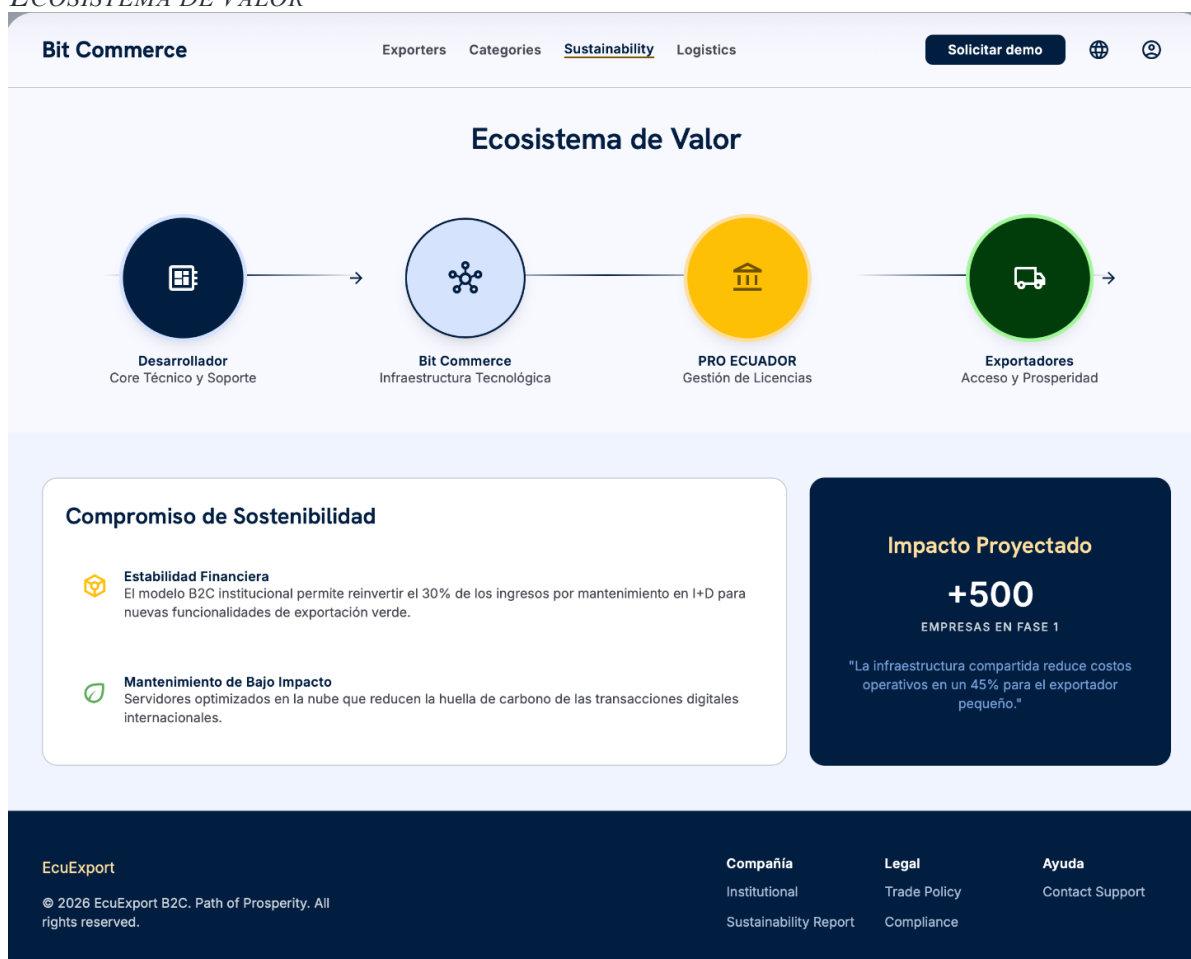
Consultoría & Módulos

Personalización de la plataforma para sectores específicos (Camarón, Banano, Cacao). Implementamos flujos de trabajo únicos que optimizan la cadena de suministro sectorial.

- ✓ Integración con ERP locales

Nota: Elaboración propia

FIGURA 14
ECOSISTEMA DE VALOR



NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

El segundo prototipo de Bit Commerce se enfoca en la gestión y validación de los vendedores dentro de la plataforma, incorporando herramientas que fortalecen la seguridad, transparencia y confianza en las operaciones internacionales. Entre sus principales características se encuentra la verificación de certificaciones de los usuarios, garantizando que los productores y exportadores cumplan con los requisitos necesarios para participar en el comercio exterior. Asimismo, se muestra de manera clara la comisión correspondiente a la plataforma por cada transacción realizada, permitiendo una mayor transparencia en los costos del servicio. El

prototipo integra funcionalidades orientadas a la gestión operativa, como la liquidación instantánea mediante Bitcoin, la administración de devoluciones y un centro de soporte e incidencias para resolver problemas relacionados con las operaciones comerciales. También se incluye un proceso de validación empresarial en el que los usuarios deben cargar documentación legal, como el RUC y certificados de exportación, con el fin de verificar la legitimidad de sus actividades. Finalmente, la plataforma incorpora un monitor de mercado de Bitcoin que permite visualizar el comportamiento de la criptomoneda y realizar un seguimiento más preciso de las liquidaciones y pagos internacionales, facilitando la toma de decisiones dentro del ecosistema de comercio digital.

FIGURA 15

CAPTURA DE PANTALLA VIDEO PROMOCIONAL



Link video promocional: <https://youtu.be/EYAOAzdGnFI>

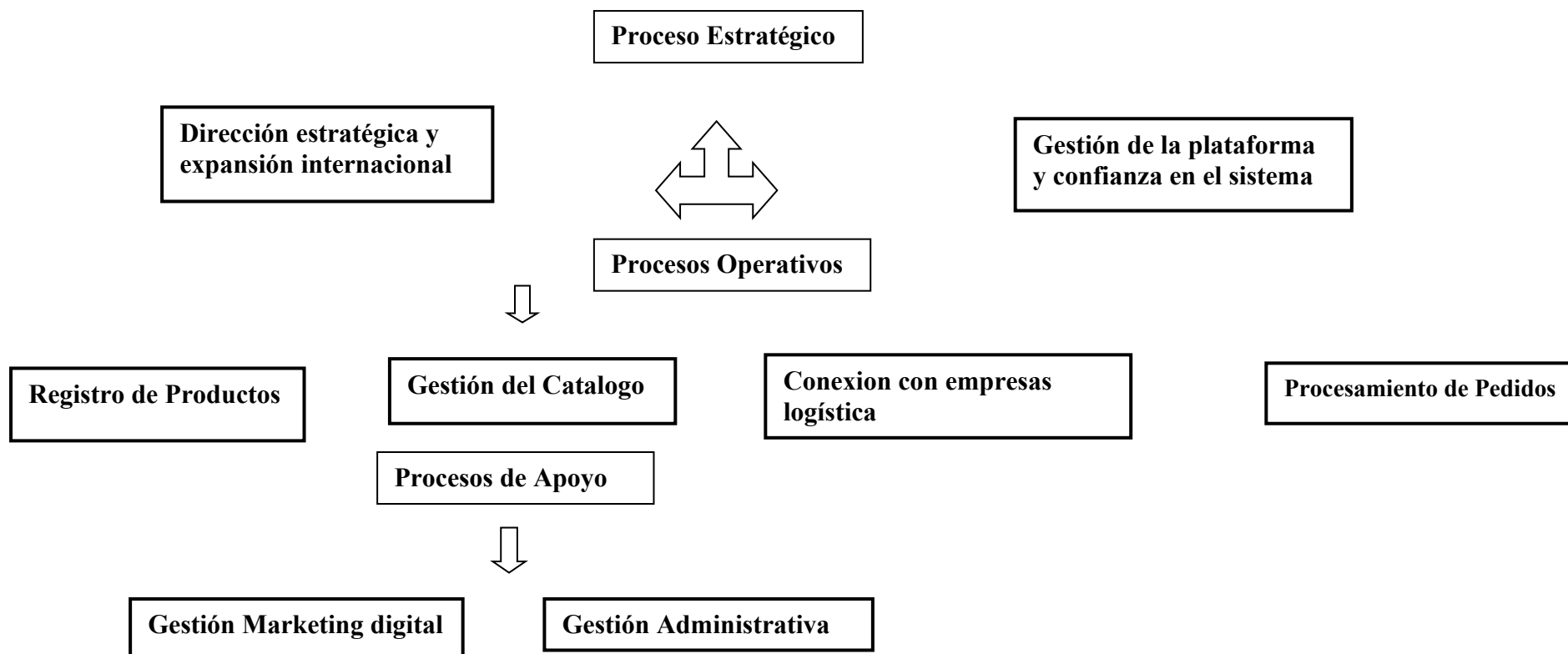
ESTUDIO TÉCNICO Y MODELO DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL

Diseño organizacional/ descripción.

Localización

Nuestro centro de operaciones estará ubicado en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, debido a que es una de las principales ciudades del país y cuenta con una amplia infraestructura comercial y tecnología de vanguardia. Además, alberga instituciones que apoyan al sector productivo y exportador, lo que facilita la gestión administrativa y la articulación con los productores. Nuestra plataforma operará desde una oficina administrativa equipada con computadoras, mobiliario de oficina y acceso a herramientas digitales. Asimismo, contará con servicios básicos indispensables, como energía eléctrica, telefonía fija, internet de alta velocidad, agua potable y sistemas de comunicación, garantizando la seguridad, eficiencia y continuidad de nuestras operaciones

FIGURA 16
MAPA DE PROCESOS



NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

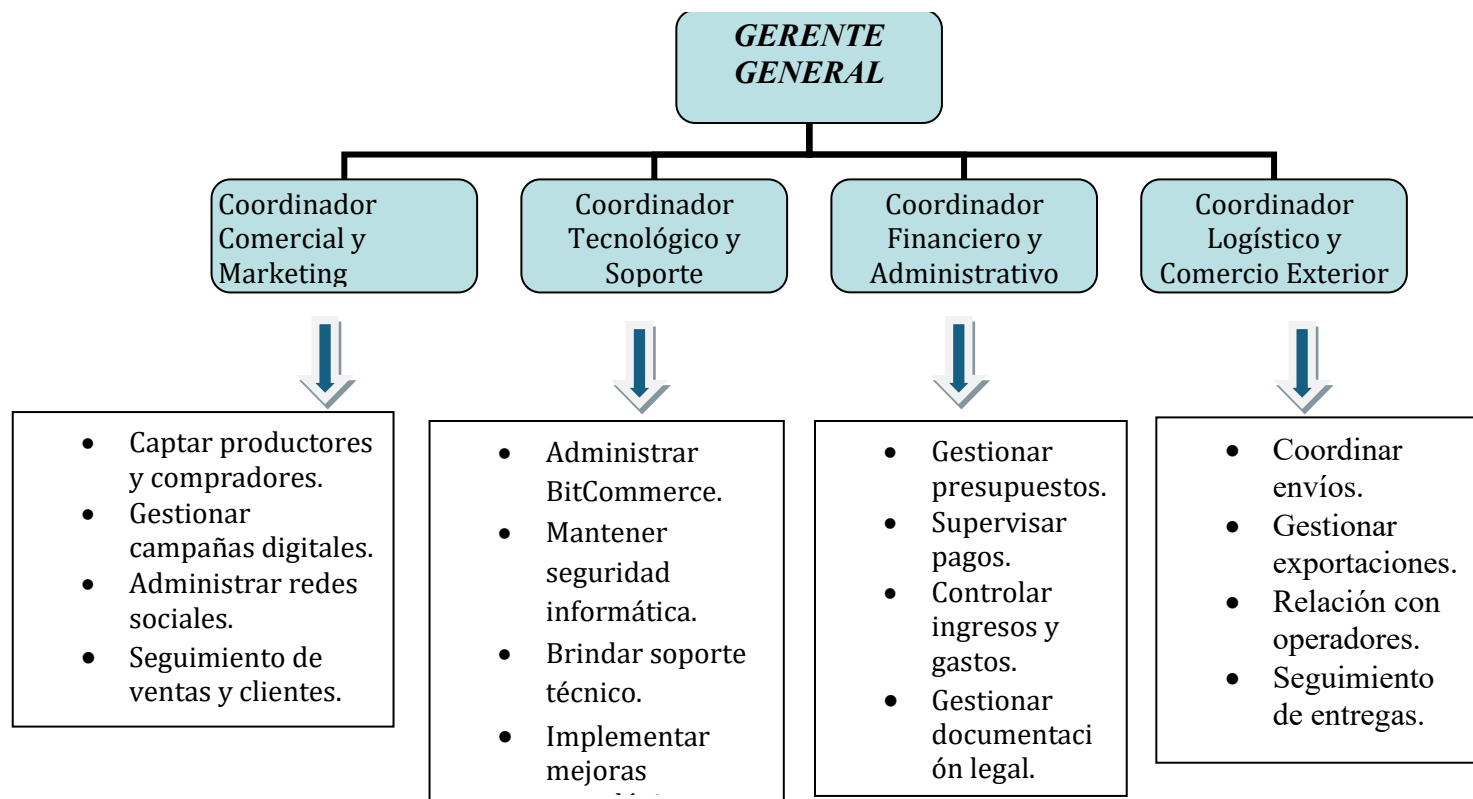
TABLA 15

Detalle mapa de procesos

Proceso	Objetivo	Alcance	Actividades
a. Objetivos y procesos estratégicos	Definir estrategias, objetivos y metas para el crecimiento de BitCommerce.	Desde la planificación estratégica hasta el seguimiento de resultados.	Definición de metas, definición de estrategias, definición de indicadores, seguimiento del plan, expansión internacional.
b. Gestión de la plataforma	Garantizar el correcto funcionamiento y mejora continua de la plataforma de comercio electrónico.	Desde el mantenimiento hasta la actualización de la plataforma.	Monitoreo de la plataforma, implementación de mejoras, mantenimiento del sistema.
c. Registro de pedidos	Registrar correctamente los pedidos realizados por los clientes.	Desde que el cliente realiza la compra hasta la confirmación del pedido.	Recepción de pedidos, validación de información, registro del pedido, confirmación de compra.
d. Gestión del catálogo	Administrar los productos publicados por las empresas.	Desde el registro hasta la actualización de los productos.	Registrar productos, actualizar información, organizar categorías, modificar precios e imágenes.
e. Conexión con empresas de logística	Coordinar el envío de los productos mediante operadores logísticos.	Desde la asignación del operador logístico hasta el seguimiento del envío.	Seleccionar empresa de logística, generar órdenes de envío, seguimiento de entregas, coordinación de envíos.
f. Procesamiento de pedidos	Gestionar el procesamiento de las compras realizadas.	Desde la confirmación del pedido y supervisión para el envío.	Validar pagos, actualizar el estado del pedido, notificar al cliente.
g. Gestión de marketing digital	Promocionar la plataforma y atraer nuevos clientes y empresas.	Desde la planificación hasta la ejecución de campañas digitales.	Campañas en redes sociales, publicidad digital, posicionamiento web centralizada.
h. Gestión administrativa	Administrar los recursos financieros y operativos de la empresa.	Desde la gestión de recursos hasta el control administrativo.	Facturación, contabilidad, control de gastos, elaboración de reportes y gestión documental.

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

FIGURA 17
DISEÑO ORGANIZACIONAL Y FUNCIONES



NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

- **Estructura organizacional:** BitCommerce contará con una estructura organizacional funcional, diseñada para facilitar la coordinación entre las diferentes áreas de la empresa y garantizar un adecuado funcionamiento de la plataforma. Debido a que se trata de un emprendimiento digital enfocado en conectar pequeñas y medianas empresas con compradores internacionales, la organización estará conformada por cuatro áreas principales.
- **Coordinador Comercial y de Marketing:** Tendrá como función captar nuevos productores y compradores, desarrollar campañas de marketing digital, administrar las redes sociales de la empresa y realizar el seguimiento de las ventas y la relación con los clientes
- **Coordinador Tecnológico y de Soporte:** será responsable de administrar la plataforma BitCommerce, garantizar la seguridad informática, brindar soporte técnico a los usuarios e implementar mejoras tecnológicas que permitan ofrecer una experiencia segura y eficiente.
- **Coordinador Financiero y Administrativo:** Tendrá a cargo la gestión de los presupuestos, el control de ingresos y gastos, la supervisión de pagos y la administración de la documentación legal y administrativa de la empresa.
- **Coordinador Logístico y de Comercio Exterior** se encargará de coordinar los envíos de productos, mantener la comunicación con las empresas de logística y realizar el seguimiento de las entregas internacionales.

Conformación legal

BitCommerce se constituirá legalmente como una **Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.)**, debido a que este tipo de sociedad ofrece flexibilidad para la creación y administración de nuevos emprendimientos. La S.A.S. permite que la empresa pueda ser constituida por uno o varios socios, facilita la toma de decisiones y limita la responsabilidad de los accionistas.

Esta forma jurídica también favorece el crecimiento del negocio, ya que permite incorporar nuevos inversionistas en el futuro. Facilita la formalización de las actividades comerciales, la celebración de contratos con proveedores, empresas de logística y clientes internacionales.

La Sociedad por Acciones Simplificada representa la alternativa más adecuada para el desarrollo y expansión de BitCommerce como una plataforma de comercio electrónico.

PLAN DE MARKETING

Marketing Mix (4Ps)

1. Producto

Bit Commerce es una plataforma digital de comercio electrónico con web y aplicación móvil orientada a conectar pequeños y medianos productores ecuatorianos con compradores nacionales e internacionales, permitiendo promocionar mediante catálogos digitales, gestión de pedidos, pagos digitales tradicionales y alternativas como Bitcoin.

Estrategia de producto 1: Producto de nicho especializado

Bit Commerce se posicionará como un marketplace especializado exclusivamente en productos ecuatorianos con potencial exportador, diferenciándose de plataformas generales de comercio electrónico al enfocarse en sectores como cacao, café, banano, flores, artesanías, entre otras.

La plataforma debe destacar:

- Productos ecuatorianos certificados.
- Historia del productor.
- Lugar de origen.
- Procesos de producción.
- Calidad del producto.
- Información comercial para compradores internacionales
- Verificaciones mediante Proecuador.
- Alternativas de pagos digitales

Estrategia de producto 2: Producto tecnológico con valor agregado

BitCommerce no debe venderse únicamente como una página para publicar productos, sino como una herramienta que acompaña al productor durante el proceso comercial.

La plataforma debe integrar:

- Publicación de productos.
- Gestión de pedidos.
- Pagos digitales tradicionales y alternativas en Bitcoin
- Seguimiento comercial.
- Contacto con compradores.
- Información logística.

- Soporte tecnológico.

Esto genera una ventaja frente a redes sociales donde actualmente los productores realizan múltiples actividades separadas.

2. Precio

Bit Commerce manejará un modelo de precios accesible que permita la incorporación de pequeños y medianos productores, considerando las limitaciones económicas existentes en este segmento.

Estrategia de precio 1: Modelo freemium para captación inicial

Para lograr que productores ingresen a la plataforma:

Plan gratuito:

- Creación de perfil.
- Publicación limitada de productos.
- Acceso básico al marketplace.
- Incluye una asesoría de manejo de la plataforma de 1 hora

Plan premium:

- Mayor cantidad de productos.
- Mayor visibilidad.
- Estadísticas de ventas.
- Herramientas comerciales avanzadas.

Estrategia de precio 2: Comisión por venta realizada

BitCommerce debe generar ingresos cuando el productor obtiene resultados.

Modelo:

- Registro gratuito.
- Cobro de comisión únicamente cuando exista una venta.

Esto genera confianza porque el productor no asume un costo fijo sin resultados.

3. Plaza (Distribución)

Estrategia de plaza 1: Comercio electrónico (E-commerce)

Bit Commerce funcionará mediante una plataforma web y aplicación móvil disponible para productores y compradores nacionales e internacionales, permitiendo la comercialización sin limitaciones geográficas.

El canal principal será:

- Página web.
- Aplicación móvil.
- Marketplace internacional.

El productor podrá vender directamente desde Ecuador hacia compradores nacionales e internacionales. La plataforma debe enfocarse inicialmente en mercados seleccionados donde existe mayor aceptación del uso de Bitcoin, como El Salvador y Argentina según el análisis realizado en el documento.

Estrategia de plaza 2: Distribución mediante alianzas estratégicas

BitCommerce implementará una estrategia de distribución basada en alianzas estratégicas con instituciones y actores relacionados con el comercio exterior, con el objetivo de ampliar su

alcance, captar productores ecuatorianos y facilitar el acceso de consumidores internacionales a productos nacionales mediante la plataforma digital.

La alianza con **PRO ECUADOR** permitirá acceder a una red de productores y exportadores ecuatorianos registrados, facilitando la incorporación de proveedores confiables dentro del marketplace. Esto ayudará a fortalecer la oferta disponible en la plataforma y generar mayor confianza en los consumidores internacionales al conocer que los productos provienen de vendedores previamente identificados.

4. Promoción

Estrategia de promoción

Desarrollar una estrategia de marketing digital enfocada en generar reconocimiento de marca, atraer productores ecuatorianos y captar compradores internacionales mediante contenido educativo, campañas digitales y alianzas estratégicas.

Acciones principales:

- Creación de contenido en redes sociales sobre historias de productores ecuatorianos.
- Publicación de productos destacados dentro de la plataforma.
- Campañas digitales dirigidas a compradores internacionales.
- Participación en ferias comerciales y eventos relacionados con exportación.
- Creación de material audiovisual mostrando el funcionamiento de la plataforma.
- Alianzas con instituciones relacionadas al comercio exterior.

Objetivo general del plan de marketing

Desarrollar un plan de marketing estratégico para posicionar a Bit Commerce como una plataforma digital especializada en la comercialización e internacionalización de productos ecuatorianos, fortaleciendo el reconocimiento de marca, captando productores y compradores nacionales e internacionales, y logrando un crecimiento progresivo de usuarios durante el primer año de lanzamiento.

Tabla 16*Plan de Marketing*

Estrategia	Acción	Tiempo ejecución	Pres upuesto
	Acción 2: Participar en ferias comerciales, eventos de emprendimiento y espacios relacionados con comercio exterior.	12 meses	\$3.500
Estrategia 1: Posicionamiento digital de Bit Commerce como marketplace ecuatoriano especializado.	Acción 1: Crear perfiles oficiales en redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn y TikTok) para promocionar la plataforma y sus beneficios.	3 meses	\$1.500
Estrategia 3: Captación y fidelización de usuarios.	Acción 1: Crear promociones de lanzamiento como registro gratuito o planes iniciales con beneficios para productores.	3 meses	\$1.500
	Acción 2: Diseñar contenido audiovisual mostrando productos ecuatorianos, historias de productores y ventajas de vender mediante Bit Commerce.	6 meses	\$2.500
	Acción 3: Implementar campañas de publicidad	6 meses	\$3.000

	digital dirigidas a productores ecuatorianos y compradores internacionales.		
	Acción 4: Crear una estrategia SEO y posicionamiento web para aumentar la visibilidad de la plataforma en buscadores.	6 meses	\$2.000
Estrategia 2: Generar confianza mediante alianzas y promoción institucional.	Acción 1: Gestionar acercamientos con PROECUADOR para fortalecer la credibilidad del proyecto y atraer exportadores registrados.	6 meses	\$1.000
	Acción 2: Implementar campañas de email marketing y comunicación directa con usuarios registrados.	6 meses	\$1.000
		Total	\$16.000
		Presupuesto:	

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

BitCommerce Marketplace de alcance global

FIGURA 18
PLAN DE NEGOCIO 1

Bit Commerce
De Ecuador para el mundo.

CONECTAMOS PRODUCTORES ECUATORIANOS CON COMPRADORES DEL MUNDO

Marketplace digital para promover y exportar lo mejor de Ecuador.

- Productos ecuatorianos certificados
- Pagos seguros con Bitcoin y métodos tradicionales
- Historias reales de productores
- Envíos internacionales
- Plataforma segura y confiable

Origen Ecuador
Productos con identidad y calidad garantizada.

Calidad garantizada
Verificaciones mediante PRO ECUADOR.

Conexiones globales
Llega a compradores nacionales e internacionales.

Pagos flexibles
Tradicionales o en Bitcoin, tú eliges.

Soporte personalizado
Acompañamiento en cada paso de tu proceso comercial.

CONCLUSIÓN
Bit Commerce impulsa el talento y el trabajo de los productores ecuatorianos, acercando sus productos al mundo con tecnología, confianza y nuevas oportunidades.

JUNTOS LLEVAMOS LO MEJOR DE ECUADOR A CADA RINCÓN DEL MUNDO.

Bit Commerce
De Ecuador para el mundo.

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

FIGURA 19
PLAN DE NEGOCIOS 2

Bit Commerce
De Ecuador para el mundo. 🇪🇨

**MÁS QUE UN MARKETPLACE,
TU ALIADO EN CADA PASO**

Bit Commerce es la herramienta que acompaña a los productores en **todo** el proceso comercial.

- Publica tus productos
- Gestiona pedidos
- Pagos digitales tradicionales y Bitcoin
- Seguimiento comercial
- Conecta con compradores nacionales e internacionales
- Información logística
- Soporte tecnológico y acompañamiento

¡Bienvenido, productor!
Todo lo que necesitas para vender fácil, seguro y sin fronteras.

Resumen de tu negocio

Productos	Pedidos	Ventas totales
24	18	\$8,540.00

Productos destacados

Producto	Precio
Cacao Fino de Aroma	\$25.00
Café Arábigo Ecuatoriano	\$18.00
Rosas Premium de Ecuador	\$15.00

Actividad reciente

Evento	Fecha
Pedido #1023 Nueva orden recibida	Hace 2 horas
Pago confirmado \$1,250.00 en Bitcoin	Hace 5 horas
Envío actualizado Pedido #1021 en tránsito	Hace 1 día

PLATAFORMA SEGURA
Tus datos y transacciones protegidos en cada paso.

PAGA COMO PREFIERAS
Tradicional o en Bitcoin.

VISA | Mastercard | American Express | Bitcoin

CONFIABLE
Verificados con el respaldo de PRO ECUADOR.

PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras

SIN FRONTERAS
Llegamos a compradores en todo el mundo.

CRECE TU NEGOCIO
Herramientas diseñadas para impulsar tus ventas.

SIEMPRE CONTIGO
Soporte real de personas que te acompañan.

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

FIGURA 20
PLAN DE NEGOCIOS 3

Bit Commerce
De Ecuador para el mundo. 🇪🇨

SIN FRONTERAS, SIN LÍMITES

Vende tus productos ecuatorianos a compradores nacionales e internacionales.

- ✓ **Plataforma web y app móvil**
Disponible 24/7 desde cualquier lugar.
- ✓ **Marketplace internacional**
Conecta con miles de compradores.
- ✓ **Pagos en USD y Bitcoin**
Tú eliges cómo recibir tus pagos. ₿
- ✓ **Envíos seguros y confiables**
Información logística integrada.

ENFOCADOS EN MERCADOS CON MAYOR APERTURA A BITCOIN

- El Salvador**
Adopción oficial de Bitcoin.
- Argentina**
Comunidad y adopción en crecimiento.

Con el respaldo de:

- PRO ECUADOR**
Negocios sin fronteras
- Alianzas que generan confianza y oportunidades**

Alcance global
Vende sin límites geográficos.

Transacciones seguras
Protegemos cada operación.

Soporte en cada paso
Te acompañamos siempre.

Haz crecer tu negocio
Nuevas oportunidades, más ventas.

Bit Commerce | Conectamos productores ecuatorianos con el mundo. **Tu producto, nuestra misión global.**

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

FIGURA 21
PLAN DE NEGOCIOS 4



NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

EVALUACIÓN FINANCIERA

La **inversión inicial** del proyecto de exportación de servicios tecnológicos asciende a USD 44.720, monto que refleja una estructura de inversión adecuada para la puesta en marcha de una empresa dedicada a la prestación de servicios digitales en mercados internacionales. La mayor parte de la inversión se concentra en los activos fijos, especialmente en el desarrollo e implementación de la plataforma tecnológica y la adquisición de equipos de hardware. Estos elementos constituyen la base operativa del proyecto, ya que permiten ofrecer los servicios de manera eficiente, segura y con la calidad exigida por los mercados internacionales. Por otra parte, los activos diferidos corresponden a los gastos preoperativos necesarios para el inicio de las actividades. Entre ellos se consideran los costos de constitución de la empresa, la realización

del estudio de mercado internacional, la obtención de certificaciones de calidad, así como los permisos y el registro de marca en el país de destino. Estas inversiones contribuyen a fortalecer la imagen corporativa, generar confianza en los clientes y cumplir con los requisitos legales para la internacionalización del servicio. El proyecto contempla un capital de trabajo de USD 13.120, equivalente a dos meses de cobertura de los costos y gastos operativos. Este monto proporciona la liquidez necesaria para mantener la continuidad de las operaciones durante la etapa inicial, permitiendo atender las obligaciones financieras y garantizar la prestación del servicio.

TABLA 15
INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL					
1. ACTIVOS FIJOS					
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil (años)	Depreciación Anual
Equipos y Hardware Tecnológico (Servidores, Estaciones de Trabajo)	4	\$900	\$3.600	5	\$720
Plataforma / Software para la Prestación del Servicio	1	\$18.000	\$18.000	5	\$3.600
Equipo de Movilidad para Atención Internacional	-	-	-	5	-
Muebles y Enseres	1	\$2.500	\$2.500	5	\$500
Equipo de Cómputo y Oficina	1	\$2.000	\$2.000	5	\$400
TOTAL ACTIVOS FIJOS			\$26.100		\$5.220
2. <u>ACTIVOS DIFERIDOS (Preoperativos)</u>					
Descripción		Costo Total		Período Amortización (años)	Amortización Anual
Gastos de Constitución de la Empresa		\$800		5	\$160
Estudio de Mercado Internacional del Servicio		\$1.500		5	\$300
Certificaciones y Estándares de Calidad Internacional (ISO, SOC 2, etc.)		\$2.000		5	\$400
Permisos, Licencias y Registro de Marca en el País Destino		\$1.200		5	\$240
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS		\$5.500			\$1.100
3. CAPITAL DE TRABAJO					
Meses de Cobertura de Capital de Trabajo	2				
Costos y Gastos Fijos Operativos Mensuales (Año 1)	\$6.560				
CAPITAL DE TRABAJO REQUERIDO		\$13.120			
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					
		\$44.720			

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

El **estado de flujo** de caja del proyecto refleja la capacidad de la empresa para generar recursos financieros a lo largo del horizonte de evaluación de cinco años. Durante el Año 0 se registra la inversión inicial de USD 44.720, correspondiente a la adquisición de activos fijos, activos diferidos y al capital de trabajo necesario para el inicio de las operaciones. A partir del Año 1, el proyecto comienza a generar flujos de caja positivos como resultado de la utilidad neta obtenida por la prestación de servicios tecnológicos en el mercado internacional. Estos flujos se incrementan progresivamente cada año, pasando de USD 16.772 en el primer año a USD 58.020 en el quinto año. Este crecimiento responde al aumento esperado de las ventas y a la consolidación de la empresa en el mercado objetivo. En la determinación del flujo de caja también se incorporan las partidas de depreciación de los activos fijos y amortización de los activos diferidos, las cuales, aunque representan gastos contables, no implican una salida real de efectivo. Por esta razón, estos valores se suman nuevamente a la utilidad neta para obtener el flujo de efectivo generado por el proyecto. En el último año se considera la recuperación del capital de trabajo por USD 13.120, correspondiente a los recursos destinados inicialmente para financiar las operaciones de la empresa. En este caso no se contempla un valor de rescate para los activos fijos, debido a que se asume que los equipos tecnológicos y el software habrán cumplido su vida útil o tendrán un valor residual poco representativo al finalizar el período de evaluación. El flujo de caja acumulado muestra que la inversión inicial se recupera durante el tercer año de operación, momento en el cual el saldo acumulado pasa de un valor negativo de USD 5.344 en el segundo año a un saldo positivo de USD 23.832 en el tercer año. Al finalizar el quinto año, el proyecto alcanza un flujo de caja acumulado de USD 118.428,

TABLA 16
ESTADO DE FLUJO

ESTADO DE FLUJO DE CAJA							
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
(-) Inversión Inicial	(\$44.720)	-	-	-	-	-	
Utilidad Neta	-	\$10.452	\$16.284	\$22.856	\$30.256	\$38.580	
(+) Depreciación Activos Fijos	-	\$5.220	\$5.220	\$5.220	\$5.220	\$5.220	
(+) Amortización Activos Diferidos	-	\$1.100	\$1.100	\$1.100	\$1.100	\$1.100	
(+) Recuperación de Capital de Trabajo (último año)	-	-	-	-	-	\$13.120	
(+) Valor de Rescate de Activos Fijos (último año, estimado)	-	-	-	-	-	-	
FLUJO DE CAJA NETO	(\$44.720)	\$16.772	\$22.604	\$29.176	\$36.576	\$58.020	
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	(\$44.720)	(\$27.948)	(\$5.344)	\$23.832	\$60.408	\$118.428	

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

Presupuesto de Ventas

El presupuesto de ventas constituye una estimación de los ingresos que el proyecto espera generar durante los cinco primeros años de operación. Las proyecciones se elaboraron considerando el crecimiento gradual de la demanda, la incorporación de nuevos clientes y un ajuste anual en los precios de los servicios. La oferta del proyecto está conformada por tres líneas de servicio: el registro estándar de productores, la comisión por transacciones procesadas y las licencias institucionales con soporte anual. Cada una de estas líneas contribuye a diversificar las fuentes de ingresos y reducir la dependencia de un solo servicio, fortaleciendo la estabilidad financiera de la empresa. En cuanto a los precios, se proyecta un incremento moderado a lo largo del período de evaluación. El registro estándar pasa de USD 100 en el primer año a USD 113 en el quinto año, mientras que la comisión promedio por transacción aumenta de USD 150 a USD 169. De igual forma, el valor de la licencia institucional evoluciona de USD 6.000 a USD 6.753, reflejando una política de actualización de precios acorde con el valor agregado que ofrece la plataforma y las condiciones del mercado. Respecto al volumen de ventas, se prevé un crecimiento sostenido en las tres líneas de servicio. Los registros de productores aumentan de 120 a 163 durante el período analizado, las transacciones procesadas pasan de 480 a 653, y las licencias institucionales se incrementan de 4 a 5. Como resultado, el total de unidades vendidas asciende de 604 en el primer año a 822 en el quinto año. Estas proyecciones permiten estimar un incremento constante en los ingresos de la empresa. Las ventas totales evolucionan de USD 108.000 en el primer año a USD 165.374 en el quinto año.

TABLA 17
PRESUPUESTO DE VENTAS

PRESUPUESTO DE VENTAS					
1. PRECIO DE VENTA UNITARIO DEL SERVICIO (US\$)					
Línea de Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Registro estándar de productor	\$100	\$103	\$106	\$109	\$113
Comisión promedio por transacción (10% del ticket)	\$150	\$155	\$159	\$164	\$169
Licencia institucional / soporte anual	\$6.000	\$6.180	\$6.365	\$6.556	\$6.753
2. UNIDADES DE SERVICIO VENDIDAS (horas, proyectos o suscripciones)					
Línea de Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Registros de productores	120	130	140	151	163
Transacciones procesadas	480	518	560	605	653
Licencias institucionales	4	4	5	5	5
TOTAL UNIDADES VENDIDAS	604	652	705	761	822
3. VENTAS TOTALES (US\$)					
Línea de Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Registro estándar de productor	\$12.000	\$13.349	\$14.849	\$16.518	\$18.375
Comisión promedio por transacción	\$72.000	\$80.093	\$89.095	\$99.110	\$110.249
Licencia institucional / soporte anual	\$24.000	\$26.698	\$29.698	\$33.037	\$36.750
TOTAL VENTAS	\$108.000	\$120.139	\$133.643	\$148.664	\$165.374

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

Punto de Equilibrio: El análisis del punto de equilibrio permite determinar el nivel mínimo de ventas que el proyecto debe alcanzar para cubrir la totalidad de sus costos fijos y variables, sin generar pérdidas ni utilidades. Las proyecciones realizadas, el precio de venta unitario promedio presenta un incremento gradual durante el período de evaluación, pasando de USD 179 en el primer año a USD 201 en el quinto año. De manera similar, el costo variable unitario experimenta un ligero aumento, situándose entre USD 18 y USD 20 por servicio, lo que mantiene un margen de contribución elevado a lo largo de los cinco años analizados. El margen de contribución unitario se incrementa de USD 161 en el primer año a USD 181 en el quinto año, representando aproximadamente el 89,9 % del precio de venta. Este comportamiento demuestra que la mayor parte de los ingresos obtenidos por cada servicio se destina a cubrir los costos fijos y, posteriormente, a generar utilidades para la empresa. En relación con los costos fijos, estos muestran un crecimiento moderado conforme aumenta la operación del proyecto, pasando de USD 80.732 en el primer año a USD 88.209 en el quinto año. A pesar de este incremento, el punto de equilibrio en unidades disminuye progresivamente, de 502 servicios en el primer año a 487 en el quinto año. Esta reducción evidencia una mejora en la eficiencia financiera del proyecto y una mayor capacidad para absorber los costos operativos. Por otra parte, el punto de equilibrio expresado en términos monetarios varía entre USD 89.769 y USD 98.083 durante el período de análisis. Sin embargo, las ventas proyectadas superan ampliamente estos valores desde el primer año de operación. Mientras el proyecto requiere comercializar 502 servicios para cubrir sus costos en el primer año, se estima una venta de 604 servicios, generando un margen de seguridad de 102 unidades, equivalente al 16,9 %. Este margen continúa ampliándose en los años siguientes hasta alcanzar 334 unidades o 40,7 % en el quinto año. En consecuencia, el análisis

del punto de equilibrio demuestra que el proyecto opera por encima del nivel mínimo requerido para cubrir sus costos desde el inicio de sus actividades

TABLA 18
PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de Venta Unitario Promedio	\$179	\$184	\$190	\$195	\$201
Costo Variable Unitario (Prestación + Internacionalización)	\$18	\$19	\$19	\$20	\$20
% Comisión sobre Ventas	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Comisión Variable Unitaria	-	-	-	-	-
COSTO VARIABLE UNITARIO TOTAL	\$18	\$19	\$19	\$20	\$20
Margen de Contribución Unitario	\$161	\$166	\$171	\$176	\$181
% Margen de Contribución	89,9%	89,9%	89,9%	89,9%	89,9%
Costos Fijos Totales (Producción + Admin. + Ventas Fijos + Financieros)	\$80.732	\$82.502	\$84.337	\$86.238	\$88.209
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	502	498	494	491	487
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	\$89.769	\$91.737	\$93.777	\$95.891	\$98.083
Unidades Vendidas Presupuestadas	604	652	705	761	822
Margen de Seguridad (Unidades)	102	154	210	270	334
% Margen de Seguridad	16,9%	23,6%	29,8%	35,5%	40,7%

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

Indicadores Financieros: Los indicadores financieros constituyen una herramienta fundamental para evaluar la rentabilidad y la viabilidad económica del proyecto de exportación de servicios tecnológicos. A partir de los resultados obtenidos, se evidencia que la propuesta presenta un comportamiento financiero favorable y una adecuada capacidad para generar valor durante el período de evaluación. El proyecto fue evaluado utilizando una tasa de descuento (WACC) del 10,9 %, la cual representa el costo promedio de los recursos financieros empleados para su ejecución. Esta tasa sirve como referencia para determinar si los beneficios futuros compensan la inversión realizada y el riesgo asumido por los inversionistas. El Valor Actual Neto (VAN) obtenido es de USD 69.029, resultado que confirma que el proyecto genera beneficios superiores a la inversión inicial una vez descontados los flujos de caja futuros. Al ser un valor positivo, se concluye que la ejecución del proyecto incrementa el valor económico de la empresa y, por tanto, es financieramente conveniente. La Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza el 50,0 %, porcentaje significativamente superior al costo de capital representado por el WACC. Esta diferencia demuestra que la rentabilidad esperada del proyecto supera ampliamente el rendimiento mínimo exigido por los inversionistas, fortaleciendo la conveniencia de llevar a cabo la inversión. En cuanto al período de recuperación de la inversión (Payback), se estima que el capital invertido se recuperará en aproximadamente 2,18 años, lo que representa un plazo relativamente corto dentro del horizonte de evaluación de cinco años. Los indicadores financieros muestran que el proyecto cumple con los principales criterios de evaluación. El VAN positivo, la TIR superior al WACC y un período de recuperación inferior a tres años evidencian que la propuesta es económicamente viable, genera rentabilidad para los inversionistas.

TABLA 19

INDICADORES FINANCIEROS

INDICADORES FINANCIEROS (Opcional dependiendo del proyecto)	
WACC (Tasa de Descuento)	10,9%
VAN (Valor Actual Neto)	\$69.029
TIR (Tasa Interna de Retorno)	50,0%
Período de Recuperación (Payback, en años)	2,18 años
Criterio de Decisión (VAN)	Proyecto VIABLE (VAN > 0)
Criterio de Decisión (TIR vs. WACC)	Proyecto VIABLE (TIR > WACC)

*NOTA: ELABORACIÓN PROPIA***Análisis de Escenarios**

Con el propósito de evaluar la solidez financiera del proyecto frente a posibles variaciones en el comportamiento del mercado, se realizó un análisis de escenarios considerando tres situaciones: pesimista, esperado y optimista. Para ello, se tomó como referencia el primer año de operación y se modificó únicamente el volumen de ventas, manteniendo constantes los precios de los servicios, los costos variables unitarios y los costos fijos. En el escenario esperado, el proyecto contempla la comercialización de 604 unidades, lo que genera ingresos por USD 108.000 y una utilidad operativa aproximada de USD 16.396. Este escenario representa la proyección base utilizada para el desarrollo de la evaluación financiera y refleja el comportamiento más probable del negocio de acuerdo con las estimaciones de demanda. Por otra parte, el escenario optimista considera un incremento del 15 % en el volumen de ventas, alcanzando 695 unidades comercializadas. Como consecuencia, las ventas aumentan a USD 124.200, mientras que la utilidad operativa se incrementa hasta USD 30.965. Estos resultados

muestran que un mayor nivel de aceptación del servicio en el mercado internacional tendría un impacto positivo sobre la rentabilidad del proyecto, ya que el aumento de los ingresos supera el crecimiento de los costos variables. En contraste, el escenario pesimista plantea una disminución del 15 % en las ventas, reduciendo el volumen comercializado a 513 unidades. Bajo esta condición, los ingresos descienden a USD 91.800 y la utilidad operativa se reduce a USD 1.826. No obstante, el proyecto continúa generando un resultado operativo positivo y mantiene un nivel de ventas superior al punto de equilibrio de 502 unidades, lo que demuestra que la empresa conserva su capacidad para cubrir sus costos incluso ante una reducción moderada de la demanda. En términos generales, el análisis evidencia que el proyecto presenta una adecuada capacidad de adaptación frente a diferentes escenarios de mercado.

TABLA 20
ANÁLISIS DE ESCENARIOS

SUPUESTOS DE VARIACIÓN EN VOLUMEN DE VENTAS			
% Variación — Escenario Optimista	15,0%		
% Variación — Escenario Pesimista	-15,0%		
Concepto (Año 1)	Pesimista	Esperado	Optimista
Unidades Vendidas (Año 1)	513	604	695
Ventas Totales (US\$)	\$91.800	\$108.000	\$124.200
Costo Variable Total (Unitario x Unidades)	\$9.241	\$10.872	\$12.503
Costos Fijos Totales	\$80.732	\$80.732	\$80.732
Utilidad Operativa Aproximada (EBIT)	\$1.826	\$16.396	\$30.965
Punto de Equilibrio en Unidades (referencia)	502	502	502

NOTA: ELABORACIÓN PROPIA

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo del presente proyecto permitió demostrar que la creación de BitCommerce constituye una alternativa innovadora para fortalecer la comercialización internacional de los productos ecuatorianos mediante el uso de herramientas digitales y tecnologías emergentes. La investigación evidenció que existe un entorno favorable para este tipo de iniciativas, impulsado por el crecimiento del comercio electrónico, la transformación digital de los negocios y el interés de los consumidores por adquirir productos sostenibles, de origen certificado como por ejemplo el cacao.

Asimismo, los análisis realizados permitieron identificar que, aunque el proyecto presenta importantes oportunidades de desarrollo, también enfrenta desafíos relacionados con la regulación de los activos digitales, la volatilidad del Bitcoin, la ciberseguridad y los costos logísticos del comercio internacional. En este sentido, el éxito de BitCommerce dependerá no solo de la innovación tecnológica que ofrece, sino también de su capacidad para adaptarse a los cambios del entorno económico, legal y tecnológico.

En conclusión, BitCommerce representa una propuesta viable que puede contribuir al fortalecimiento del emprendimiento ecuatoriano, facilitando el acceso de pequeños y medianos productores a mercados internacionales mediante una plataforma especializada que integra herramientas de gestión comercial, pagos digitales y procesos que favorecen una experiencia más eficiente, segura y competitiva

BIBLIOGRAFIA

- Alamo Cerillo, R. (2016). *La economía digital y el comercio electrónico: Su incidencia en el sistema tributario*. Dykinson.
- CEPAL. (s.f.). *Micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME)*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/temas/micro-pequenas-medianas-empresas-mipyme>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2025). *Comercio electrónico transfronterizo en América Latina: estrategias y herramientas para las pymes y las empresas lideradas por mujeres*. Recuperado el 18 de 06 de 2026, de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/81644-comercio-electronico-transfronterizo-america-latina-estrategias-herramientas>
- INEC. (2025). *Registro Estadístico de Empresas – REEM 2024 (Definitivo) y 2025 (Provisional)*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- Medina Romero, M. A., & Rodríguez Alvarado, R. A. (2026). *Economía digital y transformación del comercio internacional: Del intercambio tradicional a las transacciones en línea*. Editorial Andes Cognitio Edac S.A.S.
- Noguera, I. J., & Giovanna Betti, M. (07 de 06 de 2026).
- Orcidc. (2021). CRIPTOMONEDAS: FUNCIONAMIENTO, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS CRYPTOCURRENCY: OPERATION, OPPORTUNITIES AND THREATS. *Orcidc*, 20. Recuperado el 07 de 06 de 2026, de <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/604/373>
- PRO ECUADOR . (2018). *Directorio de Exportadores de Ecuador*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/directorio-de-exportadores-de-ecuador/>

Prosper Lamothe Fernández, P. L. (07 de 06 de 2026). 18.

Sánchez, F. S. (07 de 06 de 2022). Fundamentos matemáticos de las monedas digitales
(BITCOIN).

Zocaro, M. (07 de 06 de 2026). EL MARCO REGULATORIO DE LAS CRIPTOMONEDAS
EN ARGENTINA . 37.