



**UNIVERSIDAD
DEL AZUAY**

**UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS**

**ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES MENCIÓN EN COMERCIO
EXTERIOR**

“Estudio de factibilidad para la importación de productos Max Shine desde China”

**Tesis previa a la obtención del título de Licenciado en Estudios Internacionales,
mención bilingüe en comercio exterior**

Autores:

Erick Sebastián Jimbo Moreno

Richard Sebastián Goercke Ortega

Directora: Econ. Gabriela Fajardo

Cuenca, Ecuador

2022

DEDICATORIA

Dedico esta tesis primeramente a Dios, porque él es quien nos ayuda en los momentos más difíciles de nuestras vidas. También quisiera dedicar este trabajo a mi familia y amigos por el apoyo constante y la motivación para poder culminar este trabajo.

Erick Jimbo Moreno

Dedicó este primer triunfo profesional a mis familiares que siempre me apoyaron y guiaron para poder culminar la universidad, en especial a mis padres y hermano quienes me han dado un apoyo incondicional en buenos y malos momentos.

Sebastián Goercke Ortega

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a las personas que nos han acompañado a lo largo de estos años de estudio universitario y especialmente a nuestra tutora de tesis Gabriela Fajardo, por ser la persona que nos guio en este proceso de titulación.

Erick Jimbo Moreno

Quisiera agradecer en primera instancia a la universidad y a nuestra tutora Gabriela Fajardo quien nos guio en esta trayectoria, de igual manera a mi compañero de tesis Erik Jimbo y a nuestros amigos que nos apoyaron en todo momento para lograr este objetivo.

Sebastian Goercke Ortega

RESUMEN

Este trabajo de investigación tiene como fin evaluar la factibilidad de una importación de productos de limpieza para vehículos (detailing) de la marca Max Shine proveniente de China hacia el Ecuador. Mediante el estudio de la situación actual de la empresa Rüstung se podrá realizar un estudio de mercado, análisis de costos y rentabilidad, y la factibilidad operacional que servirá para determinar si las mercancías que se desean importar desde China son rentables para un mercado nacional como lo es el cuencano. Este proyecto busca conocer los precios que las personas estarían dispuestos a pagar por productos para el cuidado del vehículo. Rüstung con este proyecto tendrá una mejor visión del entorno si en un futuro busca realizar la importación de los productos estudiados.

Palabras Clave: Factibilidad, Detailing, Rentabilidad, China, Cuenca

ABSTRACT

This research's purpose is to evaluate the feasibility of importing cleaning products for vehicles (detailing) of the Max Shine brand from China to Ecuador. Through, the study of the current situation of the Rüstung company, it will be possible to carry out a market study, cost and profitability analysis, and the operational feasibility that will serve to determine if the merchandise that is desired to be imported from China is profitable for a national market as it is the cuencano. This project seeks to know the prices that people would be willing to pay for vehicle care products. Rüstung with this project will have a better vision of the environment if in the future it seeks to import the products studied.

Key Words: Feasibility, Detailing, Profitability, China, Cuenca

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
RESUMEN	iii
ABSTRACT	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE ANEXOS	ix
CAPÍTULO 1 DEFINICIÓN DE ANTECEDENTES Y LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA RÜSTUNG	1
1.1. Teorías del Comercio Exterior	1
1.2. Comercio Exterior.....	3
1.3. Importaciones	4
1.4. Exportaciones	5
1.5 Términos de Negociación (INCOTERMS)	6
1.5.1 Tipos de INCOTERMS.....	6
1.6 REGÍMENES ADUANEROS ECUATORIANOS.....	9
1.6.1 Regímenes de importación	9
1.6.2 Regímenes de exportación.....	10
1.6.3 Regímenes de excepción	12
1.6.4 Otros regímenes aduaneros:.....	13
1.7 Proceso para poder constar como importador y poder realizar el proceso de importación .	15
1.7.1 Proceso de Registro para ser importador	16
1.7.2 Valoración de la mercancía de Aduana.....	18
CAPÍTULO 2 ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE IMPORTACIÓN DE UNA EMPRESA	19
2.1. Historia de la Empresa	19
2.2 Mercado	20
2.2.1. Clientes Principales	21
2.2.2. Consumidores Finales	21
2.3. Competidores	22

2.4. Proveedores	23
2.5. Análisis FODA de la empresa.....	23
2.6. Organigrama de la Empresa	25
2.7. Justificación de productos Max Shine	26
2.8 Aranceles y tributos ecuatorianos al Comercio Exterior.....	27
2.9 Logística enfocada en Comercio Exterior.....	28
2.9.1 Transporte Internacional.....	29
2.9.2 Transporte Interno en Destino.....	29
CAPÍTULO 3 Análisis de Factibilidad de la Importación	31
3.1. Estudio de Mercado	31
3.1.1 Análisis de la demanda.....	31
3.1.2 Análisis de la oferta	37
3.1.3 Análisis de los precios.....	41
3.2. Análisis de costos y rentabilidad	42
3.2.1 Gastos fijos y variables	42
3.2.2 Flujo de Efectivo	43
3.3 Factibilidad Operacional.....	47
3.3.1 Acuerdos Comerciales	47
3.3.2 Regímenes Aduaneros Max Shine.....	47
3.3.3 Clasificación arancelaria	48
3.3.4 Norma técnica	50
3.3.5 Volumen de importación.....	51
3.3.6 Proceso y costo de importación	51
Conclusiones	54
Recomendaciones	57
Bibliografías	58
Anexos.....	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Organigrama de la empresa.....	26
Gráfico 2 Medio de transporte que poseen los encuestados.....	32
Gráfico 3 Quién/Dónde realiza el lavado de su vehículo.....	33
Gráfico 4 Artículos que son empleados en la limpieza del vehículo.....	33
Gráfico 5 Presupuesto destinado al lavado del vehículo.....	34
Gráfico 6 Productos de limpieza especializados en pintura y partes del vehículo.....	35
Gráfico 7 Función más importante según los encuestados.....	36
Gráfico 8 Dinero dispuesto a pagar por productos de limpieza según encuestados.....	37

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis FODA de la empresa Rüstung.....	24
Tabla 2 Tabla explicativa de ítems analizados para la importación	27
Tabla 3 Comparación de Almohadillas de acabado de limpieza del vehículo	38
Tabla 4 Comparación de Manopla de lavado del vehículo	39
Tabla 5 Comparación de Toallas multiusos microfibra.....	40
Tabla 6 Comparación de Cepillos para neumáticos	40
Tabla 7 Gastos de la empresa Rüstung.....	43
Tabla 8 Flujo de Efectivo	44
Tabla 9 Cálculo del TIR Y VAN.....	45
Tabla 10 Arancel del producto Almohadilla	48
Tabla 11 Arancel del producto Manopla de Lavado	48
Tabla 12 Arancel del producto toalla multiusos microfibra	49
Tabla 13 Arancel del producto Cepillo para Neumáticos.....	49
Tabla 14 Volumen de Importación.....	51
Tabla 15 Proceso y costo de importación.....	52
Tabla 16 Cotización Flete.....	52
Tabla 17 Costo final de los productos	53

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Encuesta	62
Anexo 2 Cotización	64

CAPÍTULO 1

DEFINICIÓN DE ANTECEDENTES Y LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA RÜSTUNG

1.1. Teorías del Comercio Exterior

El intercambio de bienes y servicios fue una de las primeras actividades desarrolladas por el ser humano dentro de un sistema mercantil, por tal motivo, el proceso de negociación e intercambio entre países, importaciones y exportaciones, ha evolucionado con el pasar del tiempo, acoplándose así a las circunstancias actuales. A través de los años, los procesos de comercialización internacional no han sido estáticos, pues viven en una constante modificación. Por tal motivo, se presenta una recopilación de algunas teorías del comercio internacional que permitirán tener una imagen más concreta y entender la dinámica de los actores que participan en este proceso internacional.

En este sentido, el siguiente estudio se enfocará en la teoría tradicional y la teoría moderna, ya que estas dos corrientes se centran en el estudio de la doctrina comercial económica. La primera teoría se centra en explicar todo lo referente al fenómeno comercial, teniendo como fin describir cuáles son los factores claves que dan paso a la creación de las ventajas competitivas dentro del mercado internacional que incentivan a la comercialización transfronteriza. La segunda teoría busca analizar el mercado internacional y la existencia de mercados internacionales en los cuales se logra “una competencia de manera sana y bien equilibrada que garantice una amplia variedad de mercancías y servicios” (Blanco, 2011).

Cuando se habla de teoría clásica, Adam Smith y David Ricardo se convierten en los más grandes referentes debido a sus postulados sobre la ventaja absoluta y la ventaja comparativa respectivamente. Por su lado, Adam Smith analiza la forma en la cual los países deben actuar con respecto al comercio internacional. Así lo describe en su obra conocida como “Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones” (1776). Smith (1776) sostenía una postura liberal, la cual aseguraba la existencia de beneficios obtenidos a partir del libre comercio entre países que participen en el mismo. Mediante sus postulados,

Smith quería demostrar que debido al sistema comercial actual cada país debería especializarse en la producción de determinados bienes y servicios, para que de esta manera exista una mayor eficiencia en la producción y como consecuencia se daría la adquisición de una ventaja absoluta (Smith, 1776; Blanco, 2011).

Es decir, la postura de Adam Smith también conocida como Teoría de la Ventaja Absoluta, sostiene que esta ventaja es la capacidad que tiene un país para producir un producto con mayor facilidad ante otros (Ibid). De esta manera, este país se beneficiará con las exportaciones y el resto de naciones importaran de esta su producto especializado (Pedrosa, 2016). Adicionalmente, Smith planteaba que la ventaja no es necesariamente adquirida, sino que podía ser una ventaja natural desarrollada por factores como clima o materia prima endémica de la región (Ibid). Desde este punto de vista, la teoría de Smith sustenta la autorregulación del mercado, pero no contempla la posibilidad de una nación que no presente recursos naturales o materiales/económicos para especializarse en un mercado específico (Ibid).

Ante esta teoría David Ricardo asume una postura diferente en la cual después de analizar la ventaja absoluta llegó a determinar que mediante esta teoría un país no lograría obtener ningún beneficio del comercio internacional. Así, David Ricardo difundió la teoría de la Ventaja Comparativa en el libro llamado “Principios de Política Económica y Tributación” (1817), enfocándose en que cada país debe especializarse en él o los bienes que pueden producir con mayor eficiencia y a su vez que estos países deberían importar los productos que tendrían una producción menos eficiente. De esta manera los países serían beneficiados del comercio exterior ya que podrían conseguir la importación de más bienes con una similar cantidad de factor trabajo (Wilkins y Hill, 2011).

De esta manera, su modelo presenta el argumento de libre comercio sin restricciones, que toma gran importancia el proceso de negociación internacional y comercialización, sin embargo, Lombana (2011) explica la importancia de considerar los valores indirectos de costos de producción comparando a los costos de producirlo en el mismo país son proceso de importación o exportación. Pues, a pesar de que un país tenga una ventaja absoluta en la producción de varios bienes simultáneos, el comercio no se detiene puesto que cada país tiene

diferencias en costos de oportunidad, factor crucial a tomar en cuenta, ya que esto dará como resultado los beneficios del Comercio internacional (Ibid).

La teoría comparativa de David Ricardo recibió gran cantidad de críticas, una de estas de la mano de Heckscher y Ohlin, dos economistas procedentes de Suecia, en la que propusieron la teoría de la dotación de factores, la cantidad de tierra, mano de obra y capital que posee un país. De esta manera “el país que es abundante en un factor exporta el bien cuya producción es intensiva en ese factor” (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2012, p. 91).

Análogamente a la teoría de David Ricardo, Heckscher y Ohlin afirman que la dinámica internacional está determinada por estas desigualdades entre los países. Por la dotación de factores, unos están dotados de más factores que otros países, facilitando explicar el porqué de las asimetrías en los costos de un factor, así cuando este abunda, resulta más económico elaborar un bien (Wilkins y Hill, 2011). Dejando en claro lo que Heckscher y Ohlin sostienen que cada nación debe especializarse en la elaboración de productos donde se usen sus factores más abundantes, e importar los productos elaborados con factores que no sean abundantes (Ibid).

Cuando se tiene un contexto referente a términos de producción y eficiencia de costes, se presenta la teoría de valores internacionales, planteado por John Stuart Mill, el cual contempla el comercio en términos de producción y facilidades comerciales internacionales. Mill era firme en su postura que todos los países se deben beneficiar del libre comercio entre países sin barreras comerciales, como impuestos, aranceles y demás medidas proteccionistas existentes, y que era necesario que exista un equilibrio entre las importaciones y exportaciones, pues incrementa una sana competencia entre compradores y vendedores, evitando el aislamiento de los países dentro de una dinámica comercial (Steinberg, 2007).

1.2. Comercio Exterior

Como lo explicaba Román “el Comercio Exterior es aquella actividad económica basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que lleva a cabo un determinado país con el resto de los países del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales” (1999). Como objetivo general el comercio exterior busca satisfacer la demanda del

consumidor aprovechando al máximo la ventaja comparativa que tiene cada país, teniendo como resultado que cada mercadería que es importada o exportada sea declarada en aduana, donde debe ser detallada y especificada por los negociantes a los respectivos trabajadores de aduana (Zavala, 2016). Según Zavala el comercio exterior logra categorizarse por el gran poder e impacto que tiene en la parte económica y cultural, potencializando el denominado "Fenómeno de la Globalización" (Ibid).

Las definiciones de lo que entendemos como comercio exterior o comercio internacional varían según el autor consultado. Por un lado, está la concepción de Román (1999) del comercio internacional y la dinámica que conlleva este proceso. Por otro lado, el autor Alfonso Ballesteros (2001) define al comercio exterior como una práctica bastante antigua como cualquier otra actividad humana, por ende, sería difícil dar una definición que englobe todas las variadas facetas del concepto de comercio exterior. Desde esta postura, se toma como punto de partida el comienzo de la Revolución Industrial del siglo pasado, caracterizado por la división internacional del trabajo en los países industrializados.

Por parte de los autores Obstfeld y Krugman (2006), el comercio internacional hace referencia a la venta de bienes y servicios por parte de los países a terceros países, de tal manera que se deba exportar los bienes que algunos países tengan en abundancia y se debe importar los bienes que su producción necesite una mayor intensidad en la utilización de sus escasos recursos. Actualmente, la globalización ha permitido acortar distancias entre los países y simultáneamente aumentar la accesibilidad gracias a los avances de la comunicación y tecnología, permitiendo posicionar al comercio internacional a nivel global como una de las actividades económicas más importantes (Wilkins y Hill, 2011).

1.3. Importaciones

Para entender qué son las importaciones debemos saber que un país no es autosustentable por completo, debido a sus diferentes factores como limitado territorio, el clima, materia prima escasa, entre otras; por estas razones es necesario realizar negociaciones con otros países, los cuales posean la materia prima o recursos que sí lo tengan. De esta manera, la mejor manera de realizar una actividad económica internacional es mediante las importaciones de mercancías entre países. De acuerdo con la página oficial de la Aduana del Ecuador (SENAE)

el término “importar” es definido como la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que se haya sido declarado (SENAE,2021).

1.4. Exportaciones

La exportación se produce cuando un país es productor de un bien y/o servicio, el cual busca expandir sus ventas a otros países y no verse limitado al país local. “Las exportaciones de una economía son todas las mercancías que esa economía vende a personas o empresas residentes en el resto del mundo” (Quispe, 2021). En el Ecuador están presentes tres tipos de regímenes de exportación, en los cuales encontramos: la exportación definitiva, la exportación temporal con reimportación en el mismo estado y la Exportación Temporal para perfeccionamiento pasivo.

- Exportación definitiva:

“Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legislación vigente.” (SENAE, 2021).

- Exportación temporal con reimportación en el mismo estado:

“Es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, las mercancías deberán ser susceptibles de identificación.” (SENAE, 2021)

- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo:

“Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a

una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio para su transformación, elaboración o reparación” (SENAE, 2021)

1.5 Términos de Negociación (INCOTERMS)

Debido a que en el comercio exterior se negocia entre personas de diferentes países que hablan diferentes idiomas, se crearon un conjunto de normas y disposiciones entre las partes de la negociación para acordar gastos y cuando empieza-termina el riesgo al realizar una compraventa internacional, este conjunto de normas y disposiciones se los conocen como Términos Internacionales de Comercialización (Cabrera, 2020).

Para que una exportación o importación sea realizada con es necesario escoger el INCOTERM que más convenga en la negociación, pues ayudará a que varios procesos sean mucho más rápidos para la nacionalización de la mercancía.

Los INCOTERMS establecen los siguientes puntos entre el comprador y vendedor:

- Los Costos de la negociación internacional
- Los Riesgos de la negociación internacional
- Las Responsabilidades de la negociación internacional

1.5.1 Tipos de INCOTERMS

Los INCOTERMS se dividen en dos grupos:

1. Reglas para cualquier modo de transporte

- EXW “Ex works” (En fábrica)

“En fábrica” significa que el vendedor de la mercancía debe poner la mercancía a disposición del comprador en sus instalaciones o en otro lugar de destino ya sean este taller, fábrica, almacén, etc. “La empresa compradora debe contratar o gestionar con medios propios un transporte que incluya las operaciones de carga en origen, pues la vendedora no está obligada

por esta regla a cargar la mercancía en el vehículo de transporte que presente la operadora de transporte contratada por la compradora.” (Cánovas, 2020)

- FCA “Free Carrier” (Franco Transportista)

La empresa vendedora entrega la mercancía al porteador (persona encargada de transporte internacional de mercancías por carretera) o a otra persona designada por la empresa compradora, en las instalaciones de la empresa vendedora (Commerce, 2019)

- CPT “Carriage Paid To”

El vendedor es el que debe pagar por el transporte de la mercancía, sin embargo, la persona que asume los riesgos es el comprador. “En el CPT, dos ubicaciones son importantes: el lugar o el punto en el cual las mercancías son entregadas (para transferir el riesgo) y el lugar o punto acordado como el destino de las mercancías (como el punto en el cual el vendedor es responsable de contratar el transporte)” (Commerce, 2019)

- CIP “Carriage and Insurance Paid To” (Transporte y Seguro pagado hasta)

El vendedor entrega la mercancía al porteador o a otra persona designada por el vendedor en un lugar acordado, el vendedor debe contratar y pagar los costos de transporte necesario para llevar la mercancía hasta el lugar. “Este término ha sido especialmente definido para ser utilizado cuando la mercancía se transporta por carretera o ferrocarril, pero puede ser usado con cualquier medio o sistema de transporte” (Bogotá, 2008).

- DAP “Delivered at Place” (Entregada en lugar)

La empresa vendedora realiza la entrega cuando la mercancía se pone a disposición de la compradora en el medio de transporte de llegada preparado para la descarga en el lugar de destino designado. “El vendedor corre con todos los riesgos que implica llevar la mercancía hasta el lugar de destino designado o hasta el punto acordado en ese lugar.” (Commerce, 2019)

- DPU “Delivered at Place Unloaded” (Entregada en lugar descargada)

“El vendedor entrega la mercancía descargada, preferentemente en lugares de destino en el país de comprador que tenga medios para realizar la descarga. Estos lugares son terminales de transporte (terrestre, aéreas, marítimas), infraestructuras logísticas (puertos, aeropuertos, estaciones de ferrocarril) o instalaciones similares como muelles, almacenes, depósitos y zonas francas.” (Llamazares, 2019)

- DDP “Delivered Duty Paid” (Entregada derechos pagados)

Significa que la empresa vendedora entrega la mercadería al comprador en cualquier lugar del país de destino, es decir, el vendedor asumirá con todo el riesgo de transportar la mercancía hasta el lugar acordado entre las partes. “El vendedor asume todos los gastos y riesgos desde el embalaje y verificación en sus almacenes hasta la entrega en el destino final, incluidos los despachos de exportación e importación, flete y seguro si se contratara.” (TIBA, 2020)

2. Transporte marítimo y vías navegables interiores

- FAS “Free Alongside Ship” (Franco al costado del buque)

Significa que la vendedora entrega la mercancía a un costado del buque, en el cual el comprador es el que designa el lugar de entrega. “El riesgo de pérdida o daño de la mercancía se transmite cuando la mercancía está al costado del buque, y el comprador corre con todos los costos desde ese momento en adelante.” (Commerce, 2019)

- FOB “Free on Board” (Franco a bordo)

“El vendedor entrega la mercancía en la bodega contratada por el comprador, momento en el que transmite también los riesgos, así como el despacho de exportación y gastos en origen. También se encarga de contratar el transporte si bien este corre por cuenta del comprador” (TIBA, 2020) Este incoterm sólo se utiliza para transporte marítimo

- CFR “Cost and Freight” (Costo y Flete)

Este incoterm indica que el vendedor debe entregar la mercancía al comprador a bordo del buque. Una vez que la mercadería esté a bordo del buque, el riesgo se transmite al comprador, pues como se establece en esta regla el vendedor solo se responsabiliza de la entrega de la mercancía a bordo del buque. (Commerce, 2019)

- CIF “Insurance and Freight” (Coste, Seguro y Flete)

El transporte y Seguro lo paga el vendedor. La entrega se efectúa cuando la mercancía es puesta a bordo del buque. (TIBA, 2020)

1.6 REGÍMENES ADUANEROS ECUATORIANOS

Toda mercancía que entre o salga del país está sujeta a los regímenes aduaneros establecidos en el Código Orgánico de la Producción, Comercio, e Inversión. El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (2021) define Regímenes Aduaneros como “El tratamiento aplicable a las mercancías, solicitado por el declarante, de acuerdo a la legislación aduanera vigente”. Es decir, los Regímenes permiten tanto a particulares como a empresas identificar las diferentes maneras que pueden ingresar o salir del país mercancías o servicios, eligiendo el mejor régimen según la actividad a realizarse. Los regímenes aduaneros se dividen en cuatro: Regímenes de importación, Regímenes de exportación, otros regímenes aduaneros, regímenes de excepción y estos a su vez están subdivididos como se analizará más adelante.

1.6.1 Regímenes de importación

Regímenes de no transformación:

- Importación para el consumo (Régimen 10)

El Régimen 10 hace referencia al ingreso de mercancías al territorio nacional, tanto del exterior como de una Zona Especial del Desarrollo Económico, para permanecer en el país y circular de forma libre, posterior a haber cumplido con la obligación tributaria aduanera (Art. 147 COPCI, 2010).

- Admisión temporal para reexportación en el mismo estado (Régimen 20)

La admisión temporal para la reexportación en el mismo estado es el régimen por el cual se permite el ingreso de una mercancía al país con suspensión parcial o total de las obligaciones aduaneras, puesto que serán utilizadas para un fin específico. Las mercancías que entran bajo este régimen tienen un plazo de un año, con excepción a las mercancías para la ejecución de obras o prestación de servicios estas se rigen bajo el plazo establecido en el contrato. Las importaciones bajo este régimen deben ser individualizadas y sometidas a aforo físico por ley (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021).

- Reimportación en el mismo estado (Régimen 32)

El Art. 153 (2010) del COPCI establece que el Régimen 32 permite ingreso de mercancías con exoneración de derechos, impuestos y recargos a toda aquella mercancía que reingrese al país sin ninguna transformación, elaboración o reparación en el extranjero

- Reposición con franquicia arancelaria (Régimen 11)
- Depósitos aduaneros (Régimen 70)

Regímenes de transformación:

- Admisión temporal para, perfeccionamiento activo (Régimen 21)
- Transformación bajo control aduanero (Régimen 72)
- Almacén especial (Régimen 75)

1.6.2 Regímenes de exportación

Regímenes de no transformación:

- Exportación definitiva (Régimen 40)

El régimen 40 de exportación definitiva hace referencia a la salida definitiva de mercaderías fuera del territorio ecuatoriano mediante una libre circulación a una zona específica de Desarrollo Económico basándose a la normativa de legislación (Art. 158 COPCI, 2010).

- Exportación temporal para reimportación en el mismo estado (Régimen 50)

Este régimen aduanero es aquel que permite la salida de una manera temporal. Una vez que sale de territorio ecuatoriano este mismo debe ser reimportado al mismo territorio ecuatoriano sin modificación alguna. Las mercancías deberán ser susceptibles de identificación (Art. 159 COPCI, 2010).

Para la vigencia de la reimportación al territorio ecuatoriano es de 2 años a partir de la fecha de embarque fuera del territorio ecuatoriano, con excepción de mercadería nacional o nacionalizadas que van con el objetivo de prestar servicios o para ejecución de obras, estas mercancías pueden permanecer fuera de territorio ecuatoriano hasta 90 días después de culminar la obra o 90 días de finalizar el contrato (Art. 161 COPCI, 2010).

Regímenes de transformación:

- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo (Régimen 51)

Mediante este régimen aduanero se permite a la mercadería que está en libre circulación en territorio aduanero pueda ser exportada momentáneamente fuera de territorio aduanero a una zona Especial de Desarrollo Económico que esté ubicada en dicho territorio para su transformación (Art. 164 COPCI, 2010).

Según el artículo 167 del reglamento al COPCI Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo (Régimen 51) tiene la condición de ser autorizada únicamente mediante estos fines:

- Por motivos de reparación de mercancías, incluidas su restauración o acondicionamiento
- Para la transformación de las mercancías
- Para poder proceder con la elaboración de las mercancías, incluidos su montaje e incorporación.

Las mercaderías exportadas temporalmente tienen un plazo determinado de reimportación de dos años incluidas sus debidas prórrogas, a partir de su fecha de embarque al exterior (Art. 167 COPCI, 2010).

1.6.3 Regímenes de excepción

- Tráfico Postal Internacional y Mensajería Acelerada o Courier

El servicio de aduana del Ecuador nos muestra que mediante este régimen la mercadería de “Tráfico Postal Internacional” es trasladada a otro territorio por vía aérea con la intervención de dos operadores públicos. Y los de “Mensajería Acelerada o Courier” son intervenidos por dos operadores privados o un operador público y otro privado (Importaciones Ecuador, 2022).

- Tráfico Fronterizo

Mediante este régimen hacen referencia a los acuerdos internacionales permitiendo a la población fronteriza el intercambio de mercaderías, uso o consumo doméstico entre las poblaciones fronterizas sin pago de tributos al comercio exterior, dentro de los límites (Art. 212 COPCI, 2010).

- Menaje de casa y equipo de trabajo

Según este régimen se considera como menaje de casa y equipo o herramientas de trabajo únicamente se podrá ingresar estos bienes al país y serán importados para el consumo libre de pagos a los tributos de comercio exterior (Art. 125 COPCI, 2010).

- Aprovisionamiento

Mediante este régimen se deberá ingresar al régimen de almacén especial, en su modalidad de aprovisionamiento toda mercadería que su fin sea el aprovisionamiento. Dicha mercadería debe ser manifestada como tal por parte del transportista, para poder hacer la declaración aduanera y cumplir con todas las formalidades debidas a su régimen. La mercadería podrá ser para consumo, mercaderías necesarias para la operación y mantenimiento de embarcaciones y aeronaves, y mercadería que se esté a bordo al momento de llegada o que

sean llevadas a bordo durante la permanencia del medio de transporte. (Art. 216 - 218 COPCI, 2010).

- Vehículo de uso privado de turista

Mediante este régimen especial aduanero se permite el ingreso de un vehículo de uso privado del turista a territorio ecuatoriano (Art. 219 - 223 COPCI, 2010).

1.6.4 Otros regímenes aduaneros:

- **Devolución condicionada (Régimen 53)**

Este régimen permite obtener la devolución automática total o parcial de los tributos al comercio exterior pagados por la importación de las mercancías que se exporten dentro de los plazos y porcentajes que señale el reglamento del COPCI, como en los siguientes casos (2021):

1. Las utilizadas en el país en un proceso de transformación.
2. Las incorporadas a la mercancía.
3. Los envases o acondicionamientos.

Solo podrán acogerse a este régimen aquellos operadores de comercio exterior que exporten mercancías de manera definitiva y que utilicen o incorporen materias primas u otras, importadas exclusivamente para luego exportar. (ACAVIR, 2021) La devolución de tributos puede ser a través de nota de crédito o mediante acreditación bancaria, según lo que solicite el exportador. Sin embargo, previo a la devolución, se saldarán las deudas tributarias que el exportador mantuviese con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, adicionalmente el plazo para la devolución los valores son de dos meses a partir de la fecha del levante de la mercancía (COPCI, 2021).

- **Almacén libre (Régimen 73)**

El almacén libre es un régimen liberatorio que permite el almacenamiento y venta de mercancías nacionales o extranjeras a pasajeros que salgan del país o que ingresen del extranjero, en puertos y aeropuertos internacionales, sin el pago de tributos al comercio exterior, que son los conocidos “duty free”, estos almacenes son previamente calificados y deberán renovar su permiso de funcionamiento cada 5 años. (ACAVIR, 2021).

- **Almacén especial (Régimen 75)**

Los almacenes especiales de mercancías, son un régimen destinado al aprovisionamiento, reparación y mantenimiento de naves, aeronaves y unidades de carga destinadas para la prestación del servicio público de transporte de pasajeros y carga; a los que se podrán ingresar libre de todo tributo al comercio exterior, repuestos y piezas de recambio para su reparación, acondicionamiento o adecuación, la única condición es que deberán cumplir la función para los que fueron importados en un plazo de máximo 5 años (COPCI, 2021).

- **Ferias internacionales (Régimen 24)**

Otro régimen especial por el cual se autoriza el ingreso de mercancías de permitida importación con la suspensión total de pago de tributos, ya que, la mercadería ingresa por un tiempo determinado, por lo general son elementos destinados a exhibición, como por ejemplo obras de arte, que solo pueden permanecer en recintos previamente autorizados, en este régimen también puede ingresar mercancías importadas a consumo con fines de degustación, promoción y decoración (ACAVIR, 2021).

- **Tránsito aduanero (Régimen 80 – DTAI)**

Régimen aduanero por el cual las mercancías son transportadas bajo control aduanero desde una oficina distrital con destino al exterior, durante este trayecto gozan de suspensión de pago de los derechos e impuestos y recargos eventualmente exigibles, los cuales son previamente garantizados con la condición de que los elementos permanezcan bajo este mismo régimen, incluso si existiese transporte multimodal, transbordo (COPCI, 2021).

- **Reembarque (Régimen 83)**

Régimen aduanero por el cual las mercancías manifestadas que se encuentran en depósito temporal, es decir en espera de la asignación de un régimen o destino aduanero definitivo pueden ser reembarcadas hacia otro territorio aduanero. Este régimen podrá ser solicitado por el propietario o consignatario, o dispuesto por la Autoridad Aduanera cuando así corresponda. Las mercancías dispuestas al reembarque podrán, previa autorización del director distrital, ser sometidas al destino aduanero de destrucción o abandono expreso en el plazo establecido para el efecto, con lo cual se tendrá por cumplido el reembarque (ACAVIR, 2021).

- **Transbordo (Régimen 81)**

Régimen aduanero por el cual se realiza la transferencia de mercancías que son retiradas de un medio de transporte utilizado para el arribo al territorio aduanero y cargadas hacia un distinto medio de transporte utilizado para la salida del territorio aduanero, la transferencia solo se puede efectuar bajo control aduanero. Las unidades de carga o mercancías destinadas al régimen de transbordo, deben constar en el manifiesto de carga del transporte de ingreso que se receptorá como parte del proceso de recepción del medio de transporte (ACAVIR, 2021).

1.7 Proceso para poder constar como importador y poder realizar el proceso de importación

Para realizar una importación hacia el Ecuador, toda persona natural o jurídica ya sea de nacionalidad ecuatoriana o extranjera radicada en el país puede realizar gestiones de importación siempre y cuando realice el proceso para que pueda aplicar a una importación.

1.7.1 Proceso de Registro para ser importador

Después de haber dejado sentado que es una importación y los regímenes existentes dentro de la legislación aduanera del país ecuatoriano, hay que recalcar que existen pasos indispensables a seguir dentro del proceso de ingreso de algún producto o bien al país.

De acuerdo con lo especificado en la página oficial del SENA E (2015), es necesaria la obtención de la firma digital o token mediante su aplicación dentro del registro civil, seguidamente, se debe descargar el sistema conocido como ECUAPASS y registrarse como importador. A continuación, se debe informar sobre los productos y la existencia de posibles restricciones, prohibiciones y aranceles a cancelar. Finalmente asesorarse con un agente aduanero autorizado por el SENA E y transmitir la declaración aduanera, junto con los documentos de soporte y acompañamiento necesarios sobre el producto a ingresar (SENA E, 2015). Una vez realizada la declaración aduanera, los productos serán sometidos a un aforo o revisión que puede ser física, electrónica, documental o automática, para así proceder con el pago de impuestos, tributos y tasas, levantar la mercancía y poder ser trasladada hacia su destino final para el propósito que se haya realizado este proceso (Importaciones Ecuador, 2019).

A continuación, se detalla algunos de los procesos más importantes a tomar en cuenta al momento de realizar una importación.

- **Registro Único de Contribuyente (RUC)**

Como primer requisito para que una persona pueda realizar una importación, es necesario que posea un Registro Único de Contribuyente (RUC) y si no lo posee es necesario que lo obtenga por medio del Servicio de Rentas Internas (SRI).

Para poder realizar una importación o exportación es necesario que el usuario registre la empresa en el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (SENA E) Registrarse como un Operador de Comercio Exterior, se deben realizar los siguientes

I. Obtener el Certificado digital para la firma electrónica y autenticación

El Banco Central del Ecuador es el encargado de la emisión de firmas electrónicas y se la puede obtener completando los formularios que se encuentran en su página web para un registro de solicitud para la Firma Electrónica

Completar la Solicitud del formulario

- a) Datos Personales del Solicitante de la Firma Electrónica
- b) Copia clara de la Papeleta de Votación
- c) Copia de la última factura de pago de luz, agua o teléfono
- d) Copia a color cedula o pasaporte

Cuando se haya completado la documentación y después de haber realizado los pagos requeridos, el Banco Central del Ecuador enviará dos correos electrónicos al usuario. En el cual se indicará en el primero que los documentos fueron recibidos de manera correcta y en el segundo notificará que si fue o no aprobada la solicitud dependiendo de los documentos enviados. (BCE, 2016)

- **Registro en ECUAPASS**

El ECUAPASS es el sistema aduanero ecuatoriano que permitirá a los Operadores de Comercio Exterior poder realizar todas sus operaciones aduaneras de importación y exportación. (SENAE, 2022)

De esta manera los Operadores de Comercio Exterior realizan las correspondientes operaciones aduaneras para poder ejecutar una importación o exportación. Cuando el usuario se haya registrado en el portal del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, la misma enviará un correo electrónico con la confirmación de los datos del usuario. (Ibid).

- **Asesoramiento con Agente de Aduanas**

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) un Agente de aduana “es la persona natural o jurídica cuya licencia, otorgada por la Directora o el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, le faculta a gestionar de manera habitual y por cuenta ajena, el despacho de las mercancías, debiendo para el efecto firmar la declaración aduanera en los casos que establezca el reglamento,” (COIP, 2018)

Una vez completados los puntos anteriores, se puede hacer una importación o exportación, no obstante, es necesario conseguir un Agente de Aduana autorizado por la SENA E para mayor seguridad.

1.7.2 Valoración de la mercancía de Aduana

La valoración de la mercancía de aduana es una parte fundamental dentro del proceso de importación, pues con respecto a esta se podrá determinar los valores que se deberán cancelar al realizar la compra internacional. La Comunidad Andina reconoce “Que es necesario contar con una legislación armonizada que recoja las disposiciones relativas a la determinación del valor en aduana de las mercancías importadas en el territorio aduanero de la Comunidad Andina” (Andina, 2003)

Una vez que los valores estén acordados, estos tendrán seis métodos (los cuales están establecidos por el Acuerdo sobre Valoración de la OMC), que servirán para determinar el valor en aduana o base imponible. (Andina, 2003)

1. Primer Método: Valor de Transacción de las mercancías importadas
2. Segundo Método: Valor de Transacción de mercancías idénticas
3. Tercer Método: Valor de Transacción de mercancías similares
4. Cuarto Método: Método del Valor Deductivo
5. Quinto Método: Método del Valor Reconstruido
6. Sexto Método: Método del “Último Recurso”

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE IMPORTACIÓN DE UNA EMPRESA

2.1. Historia de la Empresa

Rüstung es una empresa cuencana que nace en el año 2007, logrando establecerse como la primera en la instalación de láminas de seguridad para vehículos en la ciudad, especializándose así en varias líneas del sector automotriz, tales como las restauraciones vehiculares y protección para que el vehículo tenga una vida prolongada mediante diferentes servicios, como por ejemplo el uso de la marca “Bullet Liner” utilizada en los baldes de las camionetas como una capa protectora de la misma. Con la idea de seguir creciendo, Rüstung se expandió en la búsqueda de nuevos servicios y productos, de esta manera se empezó con la primera importación, trayendo al país la distribución de la marca Bullet Liner, empresa estadounidense que cuenta con una trayectoria de 30 años especializados en los productos para el recubrimiento de los vehículos para una mayor durabilidad. Rüstung siempre ha tenido una buena acogida en el mercado cuencano; pues han trabajado de la mejor manera, garantizando sus trabajos y dando lo mejor como una empresa y equipo. (Rüstung, s/f).

Rüstung empieza con la idea de dar un servicio especial a clientes que, aparte de buscar accessorizar su vehículo con películas de tonalidad, también buscan agregar seguridad a su vehículo. La empresa empieza con dos personas, la persona que fundó la empresa y su primer empleado quien fue capacitado en el exterior únicamente para la instalación de láminas de seguridad. La empresa en sus inicios laminaba entre 1-2 carros al mes, cantidad que no alcanzaba para cubrir gastos fijos en ese entonces. A medida que se empieza a entender la importancia de accessorizar un vehículo para transitar de una forma más segura, y a medida que la delincuencia incrementa, se empieza a ver una demanda mayor en láminas de seguridad. De esta manera, las personas empiezan a preocuparse mucho más en la seguridad dentro del vehículo por lo cual deciden invertir en su seguridad (Cañizares, 2022).

A medida que la empresa va creciendo se empiezan a ofrecer nuevos servicios, el siguiente servicio fue tapicería automotriz, el cual también tuvo una buena acogida debido a que los vehículos que llegaban al país venían de la forma más básica posible. Para ese entonces había

una demanda para tapizar los asientos de unos 10 carros al mes, esto siguió creciendo, se contrató más gente y el equipo creció. En la actualidad se está laminando entre 80 a 100 casos al mes, el equipo de laminación consta de cuatro personas dos laminadores principales y dos ayudantes, en el área de tapicería existen cuatro personas dos costureras y dos armadores (Cañizares, 2022).

En 2018 con el objetivo de expandirse, la empresa buscó nuevas opciones para ampliar su portafolio de productos. De esta manera, Bullet Liner marca líder en recubrimientos para vehículos en Estados Unidos pasa a formar parte de la oferta de productos de la empresa. Con el fin de dar un servicio de calidad y ser líderes en el mercado de complementos para autos, se buscaron más opciones y también se incluyeron productos de la marca Max Shine.

2.2 Mercado

William J Stanton, en 1969, definió al mercado como “ Un conjunto de personas y organizaciones que participan en mayor o menor grado en la compra de bienes y servicios o en la utilización de ellos” (Stanton, 1969) el mercado es tan amplio, que puede variar y afectar de manera directa cualquier tipo de adquisición por parte de los compradores como también parte de los consumidores, es más los mercados en base a las características de los compradores pueden clasificarse en diferentes tipos, dentro de los cuales se pueden encontrar los mercados de consumo y los mercados industriales o institucionales. (González, 2002)

Rüstung tiene un portafolio amplio de productos a ofrecer, el 90% es para el sector automotriz como láminas de seguridad, tapicería automotriz, accesorización vehicular, restauraciones completas, instalación de PPF, lavado el detalle, entre otros. El mercado de la Rüstung siempre ha sido en el sector automotriz, debido a que la empresa tiene convenios con varias concesionarias en el sector local. El mercado automotriz está en constante crecimiento pues nuevos vehículos son importados hacia el Ecuador y representan una oportunidad para ofrecer nuevos productos que ajusten a los nuevos mercados y/o compradores.

En la actualidad, también se trabaja con el mercado arquitectónico, aunque muy poco, se ofrecen en el área de láminas para ventanas en casas, locales comerciales, cooperativas y otros. En el área de Bullet Liner, se utiliza para impermeabilizar las paredes, y techo tanto en

casas como en construcciones en general, también es un producto que tiene una amplia acogida en el sector minero, petrolero y en camaroneras por que el producto es ideal para que exista una capa protectora contra la corrosión. (Cañizares, 2022).

2.2.1. Clientes Principales

Un cliente principal se podría definir como una persona “Mayorista independiente que toma posesión legal de artículos producidos por una diversidad de fabricantes y luego los revende a otras empresas.” (W. Griffin & J. Ebert, 2004).

Por lo tanto, los principales clientes a los que Rüstung brinda sus productos y servicios de láminas de seguridad, protectores y tapicería, son:

- Distribuidoras de accesorios para vehículos en la ciudad de Cuenca. Entre las que se encuentran empresas que se dedican exclusivamente a láminas de seguridad para vehículos, empresas dedicadas a la tapicería del vehículo y empresas distribuidoras de artículos de limpieza para los vehículos.
- Patios de vehículos, que se dedican a la comercialización de autos, pero además ofrecen como servicio adicional productos para el cuidado del mismo.

2.2.2. Consumidores Finales

“En todo tipo de negocios, existe un cliente que recibe los beneficios del producto y/o servicio, es decir, siempre habrá un consumidor final para todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado” (Financiera, 2004). Los consumidores finales que cuenta la empresa Rüstung, son todos aquellos que han sido usuarios de los servicios y de los productos de ya sean estos de detailing, tapizado para los asientos, recubrimiento de balde de camioneta o láminas de seguridad para los vidrios del vehículo.

2.3. Competidores

Algunas empresas son competencia en el mercado cuencano con similares servicios a los que brinda Rüstung, dentro de las cuales se ofrecen servicios de recubrimiento de poliuretano, alfombrado y en la venta de productos en cuidado para el vehículo en general, algunas de estas son:

- Protemax

Protemax es una empresa que ejerce en el Ecuador desde hace veinte años y viene trabajando con accesorios de buena materia para vehículos, donde según Protemax se proponen brindar lo mejor en alternativas de seguridad y confort para sus clientes y a su vez poderles ofrecer los mejores servicios y garantías adecuadas (Protemax, 2022). Entre sus productos principales se pueden encontrar láminas de seguridad, accesorios vehiculares y alfombrado para autos, cuentan con 3 locales en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.

Según las estadísticas de la empresa hasta 2021 han asistido 7.632 vehículos, 8.410 familias protegidas y recibido 260 premios.

- Luxor Car Center

Es una empresa que cuenta con distintos tipos de accesorios para vehículos como: láminas de seguridad, nanotecnología para vehículos, asientos y recubrimientos de cuero, estribos, recubrimientos de balde y entre otros accesorios para el vehículo, Luxor Car Center cuenta con dos locales en la ciudad de Quito y Cuenca (Luxor Car Center, 2020).

- D´cache (Forros de asiento)

Es una empresa de accesorios para vehículo de la cual tienen un enfoque y experiencia más amplia en los tapizados de asiento, se caracterizan por hacerlos a la medida, de todo tipo y con garantía de un año, la empresa D´cache también cuenta con varios puntos de venta en el Ecuador como es: Guayaquil, Quito, Cuenca, Manta, Ambato y Machala (D´Cache, 2014).

2.4. Proveedores

Las empresas que proveen a Rüstung con las mercancías esenciales para realizar el proceso de detailing en los vehículos de los clientes son:

- Bullet Liner

Bullet Liner es una marca estadounidense que recientemente se incorporó como proveedor a la empresa Rüstung en el año 2019 cuyo principal producto es el aerosol protector de poliuretano para camiones, botes, motocicletas y cuenta con una red de distribuidores certificados que lo aplican hábilmente con una garantía sólida para garantizar que su inversión en su vehículo, embarcación o remolque sea segura (Bullet Liner, 2022).

- 3M Ecuador

La empresa tiene una variedad de productos como polarizado de ventanas hasta ploteado de y pintura de vehículos, que pueden ser adquiridos para dar un servicio de cuidado y reparación de pintura. Destacando la empresa por dar varios servicios como son cuidado y mantenimiento automotriz, reparación de colisión y seguridad y protección del vehículo. (3M, 2021).

- Llumarecuador

Es una de las marcas con mayor producción de películas para ventanas de casa y vidrios de vehículos, con una producción en Estados Unidos por Eastman y Llumarecuador en la cual la empresa es destacada por dar garantía hasta 10 años para imperfecciones en las películas para vidrios de vehículos (Llumarecuador, 2022).

2.5. Análisis FODA de la empresa

El FODA es un análisis que permite determinar cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene un negocio o un proyecto (Raeburn, 2021). Utilizando esta técnica se pudo reconocer los aspectos positivos que se tiene a favor, como también las

falencias existentes dentro de la empresa. Esto permitirá que se tomen acciones para mejorar la empresa y que se aprovechen las fortalezas de la misma.

Tabla 1 **Tabla 1: Análisis FODA de la empresa Rüstung**

Análisis Interno	Análisis Externo
<p style="text-align: center;">Debilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> · Un equipo de trabajo limitado: La empresa cuenta con un reducido grupo de vendedores · Reducida zona de almacenaje para producto importado: genera costos de almacenamiento · Costos unitarios frente a la competencia: Los precios de la empresa son mayores frente a los competidores debido a la calidad de los mismos. · Publicidad y Marketing: falta de presencia física con publicidad deficiente para darse a conocer hacia otros nichos de mercado. 	<p style="text-align: center;">Amenaza</p> <ul style="list-style-type: none"> · Incremento de competidores que ofrecen los mismos servicios con precios más baratos: · Altos costos en tarifas de importación: altas fluctuaciones en los costos de flete desde China. · Alta presencia de productos alternativos: productos que son elegido por los bajos precios
<p style="text-align: center;">Fortaleza</p> <ul style="list-style-type: none"> · Pionero con el concepto de negocio en Cuenca: Rüstung dio a conocer este tipo de servicio de gama alta dentro de la ciudad · Ofrece mayor cantidad de servicios que la competencia: lo cual ocasiona que 	<p style="text-align: center;">Oportunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> · Gran demanda de servicios para medios de transporte por temas legales de seguridad.

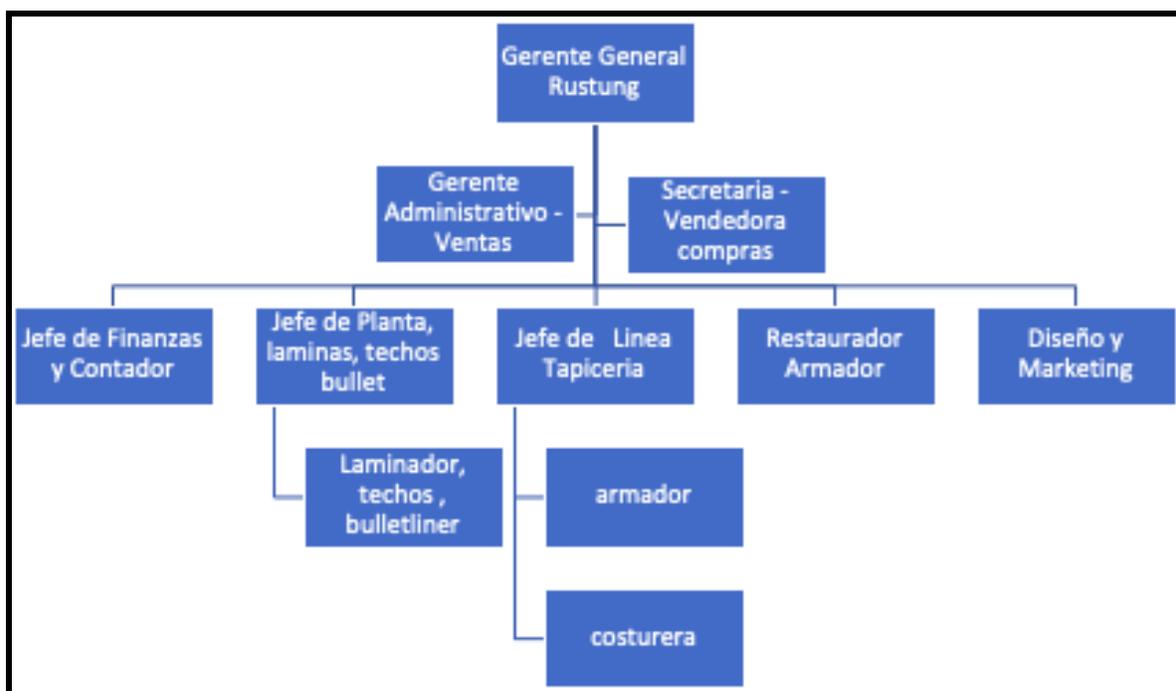
<p>tenga ocasiona que los clientes obtengan un marketing indirecto y que los clientes publiciten la empresa de boca en boca.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convenios con concesionarios de vehículos locales: la empresa Rüstung cuenta con cuentas y clientes fijos, con los que se tiene firmados convenios establecidos. • El gerente de la empresa puede mantener un seguimiento de todo el trámite de importación: El gerente de la empresa al tener conocimientos de comercio internacional puede llevar un monitoreo continuo de la logística de la importación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expandirse a nuevos mercados mediante alianzas estratégicas con parqueaderos reconocidos de la ciudad. <p>Ubicación de la empresa, pues el sector está rodeado de patios/concesionarios de vehículos: debido a la zona en la que se ubicó Rüstung actualmente se encuentra rodeado de parqueaderos que dan presencia a la marca</p> <p>Diversificación de la línea de productos y servicios en busca de satisfacer una mayor gama de necesidades a sus clientes.</p>
--	---

Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).
Fuente: Cañizares N. (2022).

2.6. Organigrama de la Empresa

El organigrama de la empresa Rüstung permitirá tener un panorama general de cómo está organizada la empresa y ver cuáles son los canales de mando de la misma. Además, de poder determinar cuáles son las operaciones designadas de cada departamento.

Ilustración 1 **Gráfico 1 Organigrama de la empresa**



Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).
Tomado de: Recursos Humanos de Rüstung (2022).

2.7. Justificación de productos Max Shine

Max Shine es una empresa con sede en China, se dedican a “diseñar y fabricar los mejores pulidores, almohadillas y una amplia gama de productos de doble acción y tiro bajo que siguen siendo los mejores en el negocio hasta el día de hoy” (Shine, 2022). Por tal motivo la empresa ecuatoriana Rüstung busca realizar una importación de diferentes productos de esta marca, siendo estos: Almohadillas para el uso en máquinas pulidoras, toallas de microfibra multiusos, esponjas de limpieza que se adaptan a la mano para un mejor agarre, cepillo para la limpieza de los neumáticos y almohadillas que son complementos de las máquinas pulidoras.

A continuación, se presenta una tabla explicativa sobre los ítems que se desean realizar el análisis de la importación.

Tabla 2 Tabla 2 Tabla explicativa de ítems analizados para la importación

Producto	Características/ Usos	Partida
Almohadilla de acabado Max Shine High Pro de 6"	<ul style="list-style-type: none"> Almohadilla con una forma amplia para cubrir todos los rincones del auto, enfocado en sacar el mayor brillo a la pintura la almohadilla es lavable y por ende reutilizable para la aplicación de ceras y selladoras 	3307490000
Manopla de lavado de microfibra Max Shine Premium Chenille-Amarillo	<ul style="list-style-type: none"> Su estructura ayuda a ejercer mayor presión en la limpieza del vehículo Tela ultra suave que no daña la pintura del vehículo y la ayuda a tener una vida útil más prolongada. 	6307100000
Max Shine 330GSM 16"x24" Toalla de microfibra multiusos	<ul style="list-style-type: none"> La tela de microfibra ayuda a una mejor absorción de líquidos difíciles de quitar después del lavado del vehículo. Posee un tejido mediano en ambos lados de la toalla, se puede usar de manera efectiva en húmedo y seco. 	6307100000
Cepillo para neumáticos Maxi Shine	<ul style="list-style-type: none"> Cepillo para llantas con cerdas de tipo duras, suaves y ultra suaves cada una para el cuidado del neumático. Posee un mango largo de plástico para un agarre mucho más sólido que permite ejercer presión en la limpieza. 	9603909000

Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).
Fuente: Cañizares N. (2022).

2.8 Aranceles y tributos ecuatorianos al Comercio Exterior

La clasificación arancelaria es una asignación de dígitos numéricos para la codificación de mercancías donde cada una de ellas corresponde a una mercadería independiente, esto se realiza con el objetivo de identificarlas, para eliminar determinar el valor de sus impuestos, determinar sus obligaciones y derechos, teniendo como base fundamental 3 tipos de aranceles donde podemos encontrar, Arancel Ad Valorem, Arancel Específico, Aranceles Mixtos (Cancinío, 2022).

El arancel Ad Valorem es el arancel que se cobra al valor de mercadería, de su flete y del seguro, del arancel específico es el que grava la estructura física de la mercancía donde podría ser el peso o el volumen de la mercadería, mientras que el mixto es la combinación de estos dos aranceles previamente explicados. (Ibid). Arancel específico tiene como meta proteger los productos nacionales frente a productos extranjeros. Este se aplica directamente a la cantidad del producto que se importa. Mientras que el arancel mixto es una combinación del Ad Valorem con el arancel específico donde primero se aplica el cargo al precio del bien importado y también se aplica el cargo dependiendo las unidades del bien.

Para su proceso de clasificación de código con mercadería depende de su uso o del material hecho para llegar a su codificación correcta, para esto se aplican las reglas generales para la interpretación de nomenclatura arancelaria donde está sujeta a 6 reglas generales que se deben llevar a cabo para definir una partida arancelaria. (Ibid).

En el Ecuador las importaciones las mercancías pueden clasificarse en función de su uso o del material que están compuestas, para clasificar los aranceles de las mercancías ya sea objeto de importación o de exportación se aplican reglas generales para interpretar la nomenclatura arancelaria común NANDINA (Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina y está basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.), (2021).

Con el resultado de la búsqueda en importaciones el arancel nacional del Ecuador está conformado por 21 secciones, 98 capítulos, 1222 partidas y 5387 subpartidas que han sido emitidas y revisadas periódicamente con el comité de comercio exterior, que almacena los códigos arancelarios pertenecientes a cada mercancía con sus tarifas arancelarias y observaciones adecuadas para que estas puedan ser usadas en actividades ya sean de importación o exportación (2021).

2.9 Logística enfocada en Comercio Exterior

La logística en el comercio internacional es la encargada de la gestión del traslado de la mercancía desde el punto de origen que puede ser el puerto o el depósito del proveedor hasta llegar a manos del comprador. Tiene que ver con todas las operaciones tanto organizativas

como de gestión que se dan objetivo de que la mercancía llegue a su destino. Estas operaciones pueden ser tanto de transporte, almacenamiento y distribución de la importación o exportación, es decir la cadena de suministro (Martínez, 2004).

2.9.1 Transporte Internacional

Según Juan Gómez Calero, “el transporte internacional significa todo transporte en el que, de acuerdo con lo estipulado por las partes, el punto de partida y el punto de destino, haya o no interrupción en el transporte o transbordo, están situados, bien en el territorio de dos Altas Partes Contratantes, bien en el territorio de una sola Alta Parte Contratante si se ha previsto una escala en el territorio de cualquier otro estado, aunque este no sea una Alta Parte Contratante” (1984).

Para determinar la logística que se encuentra dentro del transporte internacional, existen varios factores influyentes como por ejemplo la distancia que existe entre el origen y destino de la mercancía, la documentación que se requiere para que no se presente ningún tipo de inconveniente con el traslado del producto. Dentro del transporte internacional predominan la vía aérea y marítima.

“La importación por vía marítima, quiere decir que se introducen productos o bienes a un país mediante carga en barco, sea por medios como mar, ríos o canales.” (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2009). Por otro lado, la importación aérea se refiere al ingreso de mercancías mediante vías aéreas como los aviones. Debido al costo, el transporte marítimo es mucho más utilizado que el aéreo, sin embargo, el tiempo de transporte entre el país de origen y el país de destino es mayor debido al tiempo de recorrido y las condiciones que lleguen a existir. Así también, se debe tomar en cuenta que, dependiendo de los INCOTERMS elegidos en la negociación entre el exportador y el importador, se definirá el medio de transporte a utilizar.

2.9.2 Transporte Interno en Destino

Al realizar el proceso de importación al país de destino, varias empresas logran negociar con sistemas logísticos internacionales de una manera muy sencilla, pero resulta que el transporte de mercancías al país de destino se convierte en algo un poco más complejo. Es importante

tener en cuenta los costos que tendrá el transporte de mercancía dentro de la importación, pues siempre es mejor que los costos sean menores para que de esta manera se pueda generar una mayor ganancia.

Ecuador posee dos puertos de aduana principales, el puerto de la ciudad de Manta y el puerto de la ciudad de Guayaquil. Por lo que, si las importaciones se dan desde otros puntos del país, afecta de manera directa al transporte interno de la mercancía incrementando costos, cambios en la logística para la llegada de contenedor, etc.,

CAPÍTULO 3

Análisis de Factibilidad de la Importación

En este capítulo se analizará la factibilidad de la importación de productos de limpieza de autos (detailing) desde una empresa china Max Shine hasta el Ecuador, para esto se realizará un estudio de mercado, en el cual contará con un análisis de la demanda, análisis de precios y un análisis de la oferta. Además, se realizará el análisis de costos y rentabilidad en el que se encuentra un gastos fijos y gastos variables de la empresa Rüstung como también la ejecución de un estudio del flujo de efectivo, para determinar la factibilidad de operación de esta empresa en la ciudad de Cuenca.

3.1. Estudio de Mercado

Un estudio de mercado es un proceso que las empresas utilizan con el fin de conocer la situación actual del mercado, recolectando información, realizando encuestas a posibles clientes, comparando precios respecto a la competencia, para poder llegar a tomar decisiones que favorezcan a la empresa teniendo en cuenta los factores de competencia (Villena-Manzanares, 2015). El estudio de mercado estará dividido en tres análisis: análisis de la demanda, análisis de la oferta y el análisis de los precios.

3.1.1 Análisis de la demanda

Para determinar las características y preferencias de los consumidores, se realizó una encuesta a través de un cuestionario sobre aspectos relacionados a la limpieza del vehículo. Los encuestados pertenecen a la ciudad de Cuenca, y el tamaño de la muestra fue de 32.

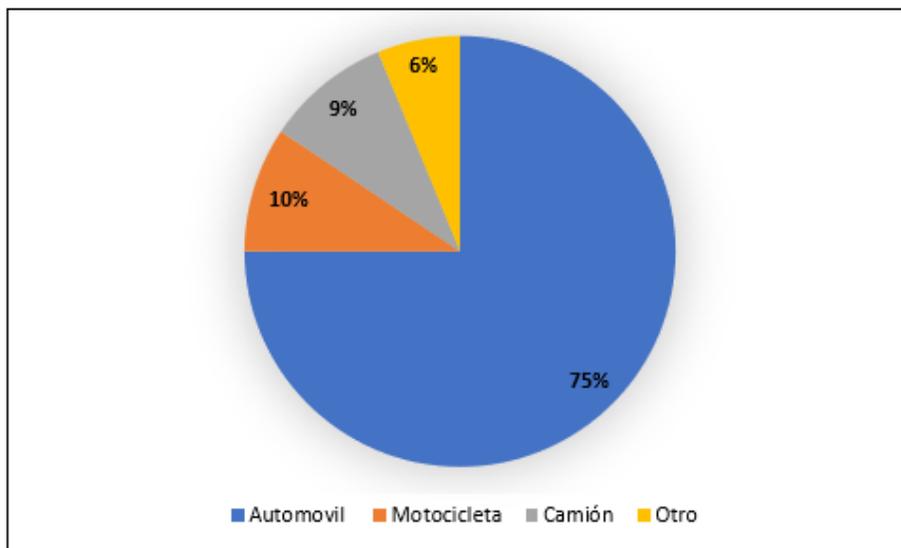
Las encuestas se hicieron de manera virtual, enviando por emails o mensajes de WhatsApp un link con acceso a la encuesta para que sea respondida y se obtuvieron los siguientes resultados.

1. ¿Qué medio de transporte posee?

Como se indica, un 75% de los encuestados posee automóvil, un 10 % motocicleta, un 9% tiene un camión y un porcentaje del 6% de los encuestados tiene otro tipo de transporte. Esta

primera pregunta es importante debido a que puede determinar el porcentaje de personas que puedan requerir los productos que se buscan estudiar para la factibilidad de la importación.

Ilustración 2 Gráfico 2 Medio de transporte que poseen los encuestados

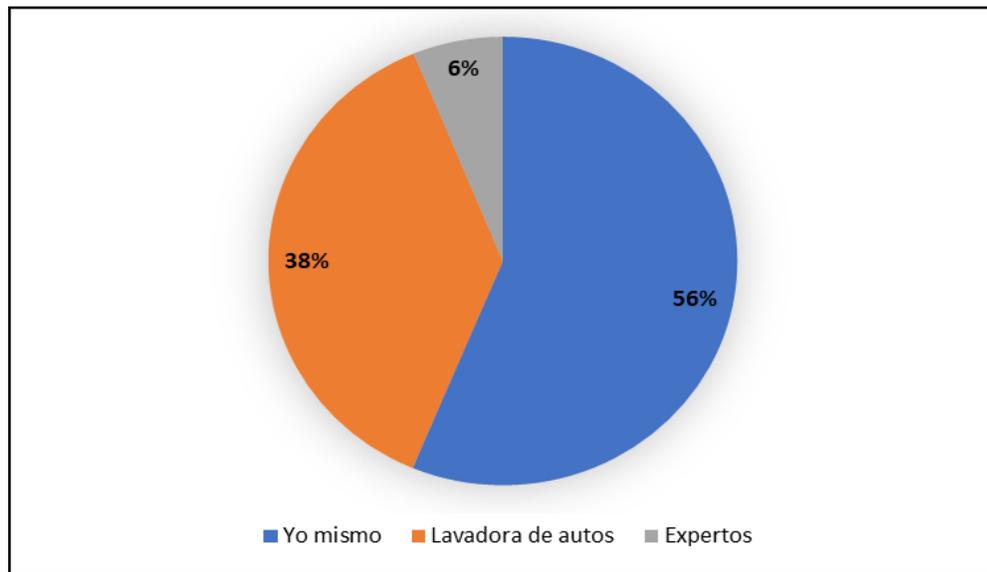


Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).
Fuente: Encuesta realizada a clientes de Rüstung. (2022).

2. ¿Quién realiza el lavado de su vehículo?

Los resultados en esta pregunta fueron, un 56% de los encuestados realiza el lavado de su vehículo por sí mismos, un 38% lava su vehículo en una lavadora de autos y un porcentaje del 6% realiza el lavado de su vehículo con expertos.

Ilustración 3 **Gráfico 3 Quién/Dónde realiza el lavado de su vehículo**

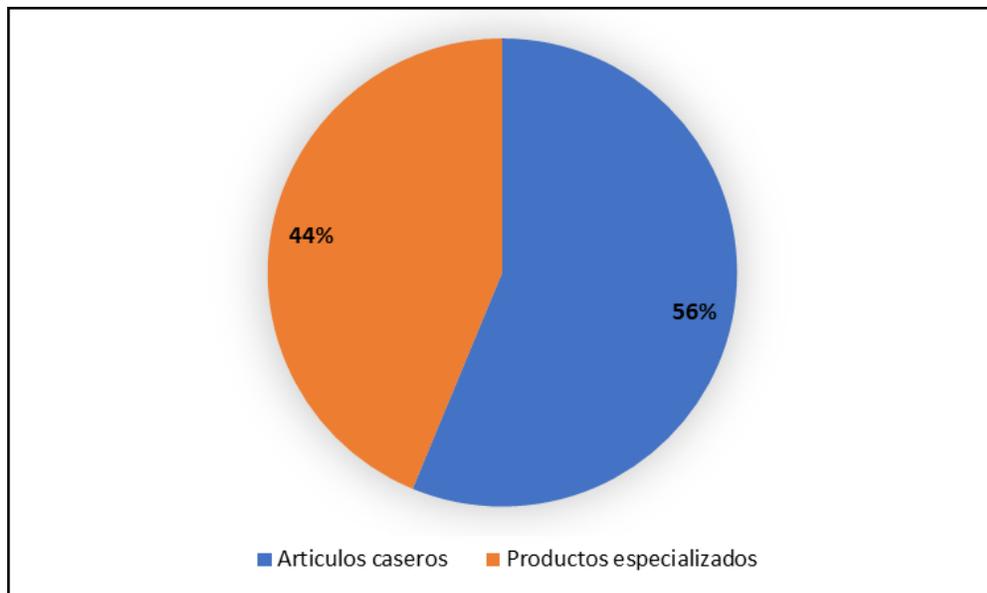


Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).
Fuente: Encuesta realizada a clientes de Rüstung. (2022)

3. ¿Qué artículos son empleados en la limpieza de su vehículo?

Los resultados que indica esta figura son, con un 56% los encuestados utilizan productos caseros y un 44% utilizan productos especializados para el lavado de su vehículo

Ilustración 4 **Gráfico 4 Artículos que son empleados en la limpieza del vehículo**

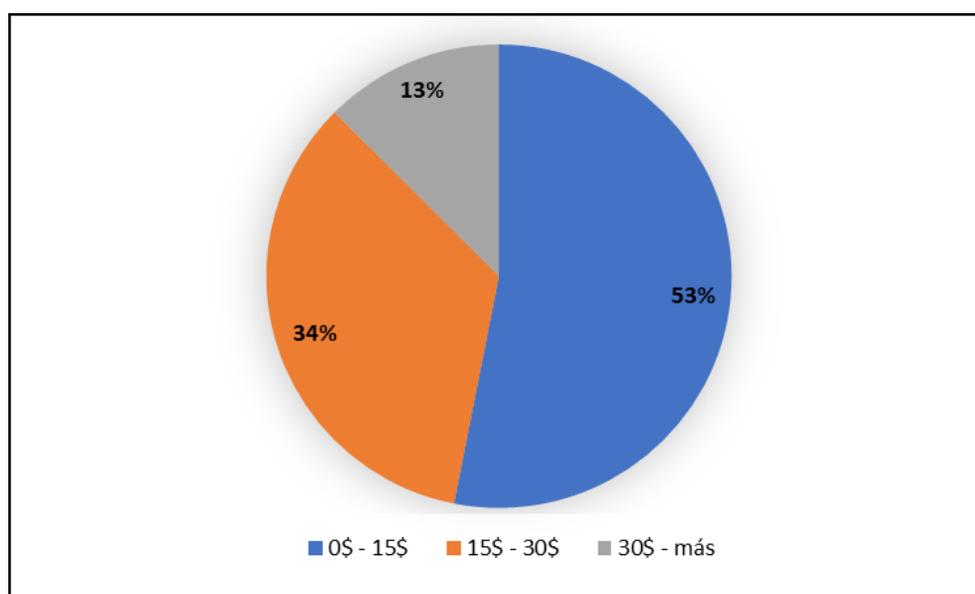


Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).
Fuente: Encuesta realizada a clientes de Rüstung. (2022).

4. ¿Cuál es el presupuesto que usted destina al lavado de su vehículo?

El 53% de los encuestados destina entre cero dólares hasta quince dólares para el lavado de su vehículo, el 34% destina al lavado de su vehículo alrededor de quince dólares a treinta dólares y finalmente con un porcentaje del 13% de los encuestados gasta entre treinta dólares o más para el lavado de su vehículo.

Ilustración 5 Gráfico 5 Presupuesto destinado al lavado del vehículo

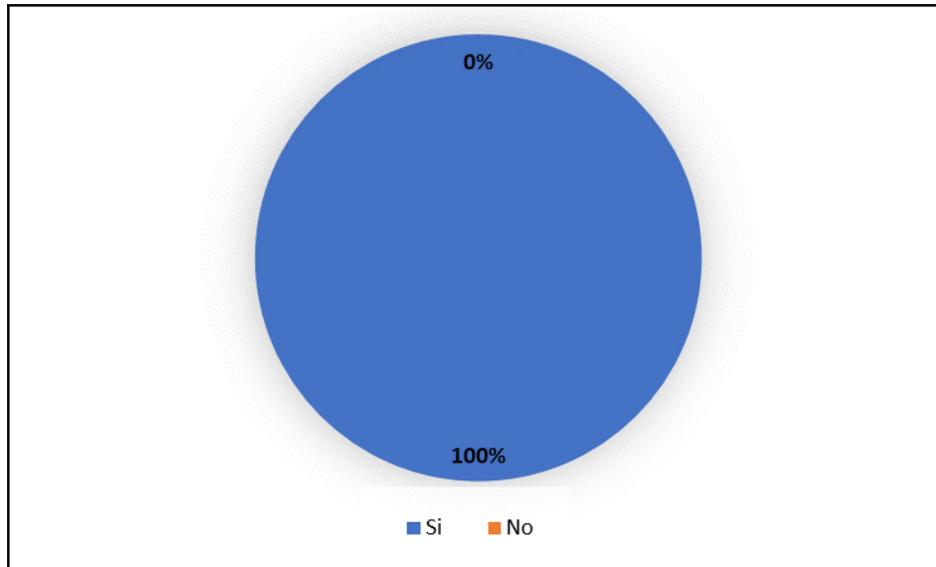


Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).
Fuente: Encuesta realizada a clientes de Rüstung. (2022).

5. ¿Compraría productos de limpieza de vehículos que ayudan al rejuvenecimiento de la pintura y partes del vehículo? (Si la respuesta es no, la encuesta termina)

En esta pregunta se obtuvo un resultado del 100% de los encuestados que sí comprarían productos de limpieza que ayudarían a mantener de una mejor manera la pintura y otras partes de su vehículo. Este porcentaje es importante ya que son personas que pueden convertirse en posibles compradores de los productos que se busca realizar en este estudio de importación.

Ilustración 6 Gráfico 6 Productos de limpieza especializados en pintura y partes del vehículo

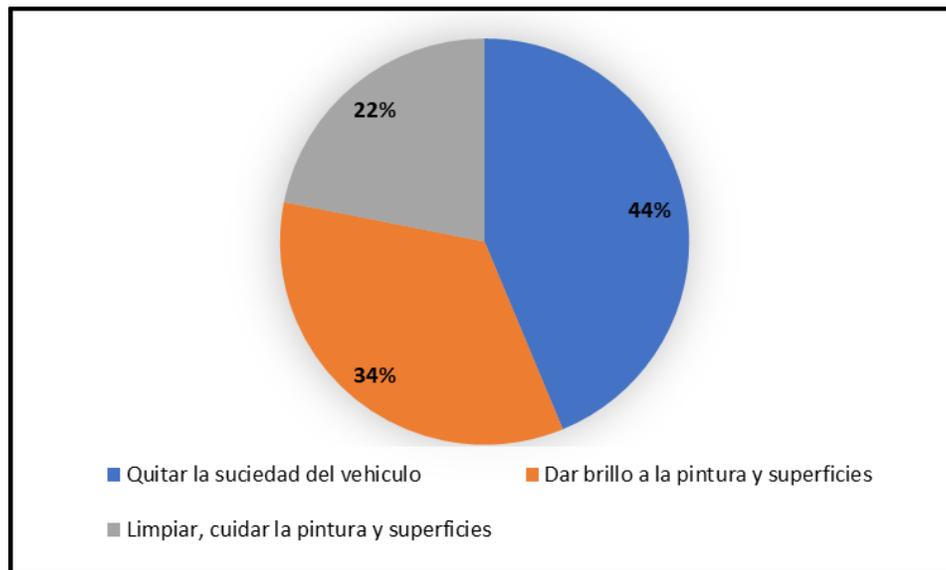


Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).
Fuente: Encuesta realizada a clientes de Rüstung. (2022).

6. Cuando compra productos para la limpieza de vehículos ¿Qué función considera más importante?

El 44% de los encuestados compraría productos de limpieza para quitar la suciedad del vehículo, un 34% compraría productos para dar brillo a la pintura y superficies y un 22% compraría los productos para limpiar, cuidar la pintura y superficies.

Ilustración 7 **Gráfico 7 Función más importante según los encuestados**

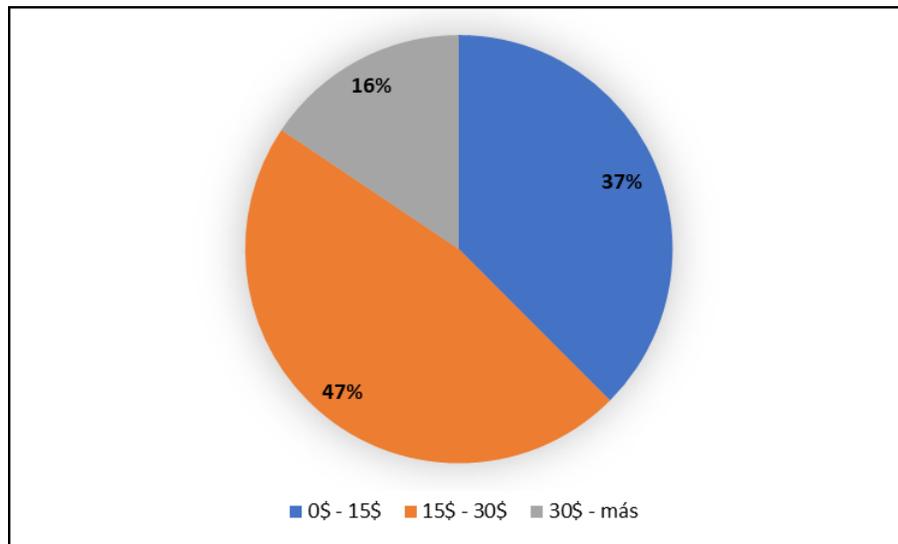


Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).
Fuente: Encuesta realizada a clientes de Rüstung. (2022).

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto especializado en detailing limpieza de vehículo?

Un 47% estaría dispuesto a pagar entre quince y treinta dólares, el 37% pagaría un rango entre cero dólares hasta quince dólares y un 16% estaría dispuesto a pagar entre 30 o más dólares.

Ilustración 8 **Gráfico 8 Dinero dispuesto a pagar por productos de limpieza según encuestados**



Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).
Fuente: Encuesta realizada a clientes de Rüstung. (2022).

Con los resultados obtenidos de estas encuestas se pudo determinar que un 75% del total de los encuestados posee automóviles y que el 56% de estos mismos encuestados lavan el vehículo por sí mismos, en el cual un 56% utilizando productos caseros.

Dentro del grupo de encuestados un 53% no destinaría quince dólares o menos para el lavado de su vehículo y que dentro de este grupo de encuestados todos estarían dispuestos a comprar productos especializados en la limpieza del vehículo.

También se obtuvo que un 44% busca que los productos que se utilizan para la limpieza de vehículos sean enfocados en quitar la suciedad del mismo, contando con un 47% de los encuestados que estarían dispuestos en gastar alrededor de entre quince a treinta dólares para productos especializados en la limpieza del vehículo.

3.1.2 Análisis de la oferta

El objetivo de este análisis servirá para enfocarnos en la situación actual del mercado de productos de limpieza para el vehículo (detailing) en la ciudad de Cuenca. Para realizar el análisis de la oferta, es necesario describir los tres tipos de oferta que existen:

En primer lugar, se encuentra la oferta competitiva: es el tipo de oferta donde quienes dominan el mercado son los consumidores (demanda) de los bienes o servicios, debido a que estos pueden elegir qué productos les conviene más dependiendo en la calidad y precio de las diferentes opciones presentadas. (ConceptoABC, 2022).

En segundo lugar, se encuentra la oferta monopólica: este tipo de oferta tiene únicamente un vendedor de un producto o servicio, sin competencia, lo que permite un total control sobre el precio, cantidad y la calidad. (Ibid).

Y el tercer tipo de oferta es la oferta oligopólica: donde existe un número limitado de oferentes, permitiéndoles determinar el precio de los productos o servicios en el mercado. (Ibid).

Una vez explicado los tipos de oferta de mercado; se define que, el mercado que se está analizando en este trabajo es una oferta de tipo competitivo con respecto al sector del cuidado del vehículo comparando la marca Max Shine (marca la cual se busca realizar el estudio de factibilidad) respecto a otras marcas que ofrecen productos similares de limpieza de vehículos. Se realizará la comparación de precios, características y colores de productos similares a los que se pretende realizar el estudio para que exista una comparación más directa.

A continuación, se presentarán unas tablas, que nos ayudarán para poder comparar las ventajas y desventajas entre unas y otras. Los artículos que se buscan importar de la marca Max Shine son comparados con artículos similares de las marcas Meguiar's y Sonax. Dichas empresas ofrecen productos similares a los que se busca realizar el estudio de importación para poder determinar cuál es su situación actual de productos de detailing.

Tabla 3 Comparación de Almohadillas de acabado de limpieza del vehículo

	Almohadilla Max Shine #1	Almohadilla Meguiar's #2	Almohadilla Sonax #3
--	-------------------------------------	---	---------------------------------

Características	Almohadilla con una forma amplia para cubrir todos los rincones del auto, enfocado en sacar el mayor brillo a la pintura	Almohadilla de 8 pulgadas especializada en sacar brillo a la pintura del vehículo.	Superficie de 8 pulgadas para la limpieza de la pintura del vehículo
Precio	\$9,73	\$8	\$7,50
Colores	Negro, Rojo y Blanca	Amarillo	Verde, Rojo y Blanca

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

Tabla 4 Tabla 4 Comparación de Manopla de lavado del vehículo

	Manopla de lavado Max Shine #1	Manopla de lavado Meguiar´s #2	Manopla de lavado Sonax #3
Características	Tela ultra suave que no daña la pintura del vehículo y la ayuda a tener una vida útil más prolongada	Tela super suave, libre de pelusas, puede ser lavado y reutilizado muchas veces.	Se acopla a cualquier tamaño de mano para que exista una presión equilibrada en la limpieza.
Precio	\$11,30	\$9,45	\$10
Colores	Amarillo, Naranja, Verde y Negro	Negro, Gris y Blanco	Negro

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

Tabla 5 Tabla 5 Comparación de Toallas multiusos microfibra

	Toalla multiusos microfibra Max Shine #1	Toalla multiusos microfibra Meguiar´s #2	Toalla multiusos microfibra Sonax #3
Características	La tela de microfibra ayuda a una mejor absorción de líquidos difíciles de quitar después del lavado del vehículo	Toalla de microfibra de color amarilla, remueve fácilmente pulidos, ceras y sprays utilizados en la limpieza de la carrocería	La tela de microfibra puede limpiar cualquier tipo de impurezas de la pintura de vehículo.
Precio	\$10,28	\$9,50	\$9,50
Colores	Amarilla, Negra y Verde	Amarillo	Amarilla y Negra

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

Tabla 6 Tabla 6 Comparación de Cepillos para neumáticos

	Cepillo para neumáticos Max Shine #1	Cepillo para neumáticos Meguiar´s #2	Cepillo para neumáticos Sonax #3
Características	Cepillo para llantas con cerdas de tipo duras, suaves y ultra suaves cada una para el cuidado del neumático	Cepillo para llantas con cerdas super suaves y con variación de ángulo	Cepillo para llantas con cerdas suaves y con cabeza adaptable a superficies

Precio	\$10,24	\$8	\$9
Colores	Mango de color negro y blanco	Mango de color negro y las cerdas color amarillo	Mango Verde

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

3.1.3 Análisis de los precios

Como se puede evidenciar en los cuadros comparativos de características, precio y color de cada producto que se busca realizar el estudio de factibilidad, se aprecia que existe un margen de diferencia de los productos Max Shine con los de la competencia. El producto de Almohadilla de acabado para la limpieza del vehículo tiene un precio de \$9,73, la Manopla de lavado del vehículo en unos \$11,30, las toallas multiusos de microfibra en unos \$10,28 y por último el precio de los cepillos para neumáticos en unos \$10,24.

Si la comparamos con empresas como Meguiar's o Sonax (empresas que también poseen productos enfocados en el detailing) presentan precios más bajos en relación a la marca Max Shine. En el producto de Almohadilla de acabado para la limpieza del vehículo Meguiar's tiene un precio de \$8 y Sonax con un precio de \$7,50, la Manopla de lavado del vehículo Meguiar's ofrece en \$9,45 y Sonax en \$10, las toallas multiusos de microfibra Meguiar's \$9,50 y Sonax en \$9,50 y finalmente el precio de los cepillos para neumáticos Meguiar's en \$8 y Sonax en \$9.

Los productos de la marca Meguiar's, tiene como objetivo dar seguridad a los vehículos o brindar al cliente algún tipo de beneficio con su auto, es por esto que no invierten tantos recursos en accesorios que se utilizan para la limpieza de los mismos. Sonax, por otra parte, se enfoca más en la limpieza y cuidado de los vehículos, pero no precisamente son los accesorios de limpieza por los que son reconocidos sino por los líquidos que producen para la limpieza y cuidado de la pintura del auto.

Max Shine, se especializa en la producción de accesorios y líquidos de limpieza de máxima calidad para el cuidado de los vehículos, aplicando las mejores tecnologías a sus productos para que exista una garantía en los mismo, dando de esta manera un prestigio a la empresa en la cual se puede confiar. El nicho de mercado de esta empresa está fijado en un segmento de mercado que no simplemente busque seguridad sino también cuidar y prolongar la vida útil de la pintura del vehículo y sus partes. Es por este motivo que los precios de la marca Max Shine son más altos a comparación de su competencia.

3.2. Análisis de costos y rentabilidad

3.2.1 Gastos fijos y variables

Para el análisis de la rentabilidad de la importación es necesario realizar un desglose de los gastos que tiene la empresa Rüstung mensualmente. Esta información servirá posteriormente para análisis de flujo de efectivo.

La empresa actualmente cuenta con un personal de diez trabajadores, de los cuales cinco trabajan medio tiempo. A todo el personal de la empresa se le reconoce los beneficios que la ley ecuatoriana manda, tales como, aporte patronal, fondos de reserva y beneficios sociales.

Además, la empresa tiene otros egresos mensuales que debe cubrir como servicios básicos: agua, luz, teléfono, internet. Dentro de la tabla 7 también se incluirá otros egresos, dentro del cual está gastos de encomiendas, artículos de oficina, movilización, entre otros.

Tabla 7 **Tabla 7 Gastos de la empresa Rüstung**

Gastos empresa Rüstung	
Descripción de gastos	Valor
Salarios	\$4.000,00
Aporte Patronal	\$430,75
Beneficios sociales	\$397,69
Fondos de reserva	\$341,49
Servicios básicos	\$250,00
Arriendo	\$0,00
Otros egresos	\$200,00
Total	\$5.619,93

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

3.2.2 Flujo de Efectivo

La tabla de flujo de efectivo permitirá ver la liquidez que tiene la empresa, es decir, si la empresa es capaz de pagar sus planillas, otras cuentas y gastos que se generan dentro de la misma. Esta tabla determina la viabilidad de la empresa a corto plazo. Para realizar el análisis de la viabilidad de la importación se tomará como referencia un periodo de ocho meses, con el objetivo de poder visibilizar la ganancia a obtenerse durante este periodo. En este caso, se analiza una inversión inicial de \$20.000 para establecer el negocio de manera física con base en la remodelación y adecuación del local de ventas. La cantidad de inversión inicial con un valor de \$20.000 son propios del dueño de Rüstung, de manera que con su capital propio permite el inicio operativo de la empresa. Dentro del siguiente cuadro se consideran algunos datos importantes para el análisis del flujo de efectivo. Como se puede analizar en la proforma enviada por nuestro proveedor desde China, Max Shine (véase anexo 2), los precios que se llegaron a negociar son de: \$0,60 por cada almohadilla de limpieza, siendo la cantidad importada de 1440 unidades, que serán vendidas a un precio unitario de \$9,73. Tal como se explica más a detalle en el subtema anterior. Así mismo, la manopla de lavado tiene un costo de \$0,85, con un precio de venta de \$11,30, de este producto se importan 1350 unidades. Por su lado la toalla multiusos de microfibra se consigue negociar en \$0,62 centavos debido a que se negoció por 2000 unidades. Este producto tiene un precio unitario de venta al

consumidor de \$10,28. Finalmente, los cepillos para neumáticos se importan 1200 unidades a \$0,97 cada cepillo y su valor de venta es de \$10,24. Esta importación tiene un costo total de \$5315, más \$4572.32 que incluye el proceso aduanero y pago de impuestos por importación. En el siguiente cuadro se explica la proyección de ventas y egresos que se tendrá en los 8 meses objetos de estudio.

Tabla 8 **Tabla 8 Flujo de Efectivo**

FLUJO DE CAJA MENSUAL		INVERSION	PERIODO DE TIEMPO								TOTAL	
		\$20.000,00	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO		
SALDO INICIAL			1000	-\$5.317,32	\$9.470,00	\$7.380,07	\$7.380,07	\$7.380,07	\$7.380,07	\$7.380,07	\$2.380,07	1000
INGRESOS	ALMOHADILLA	-	\$2.000,00	\$3.000,00	\$1.895,00	\$3.000,00	\$2.350,00	\$2.000,00	\$1.000,00	\$2.300,00		
	MANOPLA DE LAVADO	-	\$1.600,00	\$4.000,00	\$3.764,00	\$3.000,00	\$3.120,00	\$5.000,00	\$2.750,00	\$2.500,00		
	TOALLA MULTIUSOS MICROFIBRA	-	\$2.400,00	\$1.000,00	\$4.570,00	\$1.800,00	\$3.990,00	\$4.725,00	\$2.250,00	\$1.700,00		
	CEPILLO PARA NEUMATICOS	-	\$2.000,00	\$5.000,00	\$2.771,00	\$5.200,00	\$3.540,00	\$1.275,00	\$2.000,00	\$1.500,00		
	OTROS INGRESOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
TOTAL INGRESOS		-	\$8.000,00	\$13.000,00	\$13.000,00	\$13.000,00	\$13.000,00	\$13.000,00	\$8.000,00	\$8.000,00		
EGRESOS	IMPORTACIÓN DE PRODUCTOS	-	\$4.572,32									
	PAGO A PROVEEDORES	-	\$5.315,00									
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	-										
	SUELDOS Y SALARIOS	-	\$1.200,00	\$2.400,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00	\$4.000,00		
	APORTES DE LEY	-	\$120,00	\$240,00	\$430,75	\$430,75	\$430,75	\$430,75	\$430,75	\$430,75		
	BENEFICIOS SOCIALES	-	\$120,00	\$240,00	\$397,69	\$397,69	\$397,69	\$397,69	\$397,69	\$397,69		
	FONDOS DE RESERVA	-	\$100,00	\$200,00	\$341,49	\$341,49	\$341,49	\$341,49	\$341,49	\$341,49		
	SERVICIOS BASICOS	-	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00	\$250,00		
	IMPUESTOS	-	\$1.440,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00		
	OTROS EGRESOS	-	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00		
TOTAL EGRESOS		-	\$13.317,32	\$3.530,00	\$5.619,93	\$5.619,93	\$5.619,93	\$5.619,93	\$5.619,93	\$5.619,93		
FLUJO OPERATIVO		-	-\$5.317,32	\$9.470,00	\$7.380,07	\$7.380,07	\$7.380,07	\$7.380,07	\$2.380,07	\$2.380,07		\$100,00
INGRESOS NO OPERATIVOS	VENTAS DE ACTIVOS FIJOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	PRESTAMOS BANCARIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS		-	-	-	-	-	-	-	-	-		
EGRESOS NO OPERATIVOS	PAGO PRESTAMOS BANCARIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
	OTROS PAGOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS		-	-	-	-	-	-	-	-	-		
FLUJO DE CAJA NETO		-	-\$5.317,32	\$9.470,00	\$7.380,07	\$7.380,07	\$7.380,07	\$7.380,07	\$2.380,07	\$2.380,07		
FLUJO DE CAJA ACUMULADO		-\$20.000,00	-\$5.317,32	\$4.152,68	\$11.532,75	\$18.912,82	\$26.292,89	\$33.672,96	\$36.053,03	\$38.433,10		

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

Partiendo de la base del análisis de Flujo de Efectivo, se pudo determinar los indicadores de Tasa Interna de Retorno y Valor Actual Neto para evaluar la viabilidad financiera del negocio. En la siguiente tabla se muestran los valores considerados para el cálculo de estos indicadores y sus respectivos resultados. Dentro del cuadro se puede ingresar los valores correspondientes a ingresos y egresos, por un lado los ingresos se obtienen a partir de la venta mensual de los cuatro productos propuestos inicialmente para importar. Manteniendo así en el periodo de 8 meses unas ventas que se mantienen entre los \$8000 y \$13000 mensuales, monto que varía según la venta de las almohadillas de limpieza, las manoplas de lavado, las toallas de microfibra y los cepillos para neumáticos. Estas ventas incluyen los valores cobrados en efectivo y los valores cobrados tanto con tarjeta de crédito como tarjeta de débito.

Por otra parte, los egresos incluyen todos los gastos y costos necesarios para mantener la operatividad de la empresa. Entre estos egresos se destaca el valor del proceso de importación y de la mercadería y pago de impuestos de los mismos, que se da por única vez dentro del periodo de 8 meses, así como el pago de sueldos que se eleva hasta el tercer mes, donde se espera completar la nómina necesaria para cubrir con los puestos laborales, este rubro deriva el pago aportes de ley y beneficios sociales obligatorios por ley. Finalmente se contempla el pago de servicios básicos como agua, luz e internet, este valor no incluye renta debido a que el local es patrimonio propio del inversionista.

Tabla 9 **Tabla 9 Cálculo del TIR Y VAN**

Inversión Inicial	-\$20,000.00
Flujo 1	-\$5,317.32
Flujo 2	\$9,470.00
Flujo 3	\$7,380.07
Flujo 4	\$7,380.07
Flujo 5	\$7,380.07
Flujo 6	\$7,380.07
Flujo 7	\$2,380.07
Flujo 8	\$2,380.07
n	8 periodos
i anual	7.70%
i mensual	0.64%
VAN	\$17,286.98
TIR	15.18%

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

En el caso de Valor Actual Neto, el indicador muestra viabilidad en el proyecto ya que al analizar en el tiempo los flujos de ingresos y egresos considerando la inversión inicial, el proyecto resulta con un saldo positivo de \$7.172,96.

En el caso de la Tasa Interna de Retorno, el indicador analiza la viabilidad del proyecto en relación a la tasa referencial de una inversión alternativa. Un 15% de TIR es un rendimiento alto y mucho mayor a la tasa que paga un Banco por una inversión con mínimo riesgo. Por lo tanto, se analiza que de acuerdo a este indicador el proyecto también resulta viable.

- **Punto de Equilibrio**

Dentro de nuestro análisis, podemos resaltar algunos de los productos que presentan una mayor facilidad de venta. En este caso, se encuentran las almohadillas y toallas multiusos de

microfibra, puesto que, según el análisis realizado dentro de esta investigación, son los dos productos, dentro de los 4 objetos de estudio, con mayor demanda.

Las almohadillas presentan un precio a la venta de \$9,73, por su lado, las toallas multiuso de microfibra, tienen un precio comercial de \$11,30. Dentro de la importación el valor bruto es de \$4500,00 dólares americanos que se dividen entre \$864 dólares en almohadillas, \$1147,50 en manoplas de lavado, \$1240 en toallas multiuso de microfibra, y finalmente \$1164 en cepillos para neumáticos. Los precios ofertados por el proveedor son de \$0,60 por almohadilla, permitiendo la importación de 1440 unidades; \$0,85 por manopla de lavado, siendo la cantidad importada un total de 1350 unidades; \$0,62 por unidad de toalla multiuso de fibra, importando un total de 2000 unidades; y \$0,97 por cada cepillo para neumáticos dando una importación de 1200 unidades.

Para calcular el punto de equilibrio de cada producto hemos utilizado la fórmula donde el costo fijo se divide para el precio por unidad menos los costos variables que puede presentar por unidad.

$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

CF Costos fijos
P Precio unitario
CV Costos variables unitarios

En el caso de la almohadilla el punto de equilibrio es de 95 unidades, dejando un margen de ganancia por las 1345 unidades por \$13086,85. Por su lado las manoplas tienen un punto de equilibrio en 110 unidades, dejando una ganancia de \$14000,70 por las 1239 unidades extras. La toalla multiuso de fibra encuentra su equilibrio en la unidad número 128, produciendo lucro con 1872 unidades, siendo la ganancia un total de \$19244,16. Finalmente los cepillos para neumáticos liberan 1074 unidades de las 1200 importadas, puesto que su punto de equilibrio es de 126 unidades, creando una ganancia de \$10997,76.

En este caso específico de los cuatro productos de estudio, se puede observar que la importación de estos productos es viable debido a los precios ofertados por nuestro proveedor, que permiten mantener un precio al consumidor competitivo y generar un alto margen de ganancia.

3.3 Factibilidad Operacional

3.3.1 Acuerdos Comerciales

Como se sabe, las relaciones tanto diplomáticas como comerciales de Ecuador con China se han ido fortaleciendo en las últimas dos décadas debido a la alta interacción de los gobiernos desde la presidencia del economista Rafael Correa, y se han mantenido hasta el gobierno actual (Guzmán; Sánchez, 2020). En el caso de los tratados comerciales, es evidente que ha existido una alta negociación, puesto que se ha llegado a acuerdos que facilitan el ingreso de productos con origen chino al país ecuatoriano y viceversa, impulsando así la dinamización de la economía y el empleo en ambas naciones (Larrea, 2020). Creando así una especie de economía que busca el ganar-ganar de los países en cuestión.

En la actualidad, se espera que hasta mediados del presente año se firme un convenio entre estos países que permitiría la baja de aranceles tanto en exportación como en importación de productos tanto vegetales, animales como maquinaria, tecnología y herramientas varias (Ekos, 2022).

3.3.2 Regímenes Aduaneros Max Shine

Dentro de este estudio, se sabe que los productos que se importan son para la venta y consumo en el territorio ecuatoriano, por lo que todos los productos a importarse dentro de este proyecto entrar en el régimen 10, conocido también como régimen de consumo, es decir que los bienes importados en este régimen permiten la circulación libre luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras (COPCI, 2018). Por lo tanto,

no existen prohibiciones o pasos diferentes al pago de impuestos para la liberación total de estos productos para su posterior venta y/o consumo.

3.3.3 Clasificación arancelaria

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador tiene establecidos los tributos que se deben pagar por la importación de bienes al territorio nacional. Entre estos se encuentran derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros (SENAE, 2018).

Tabla 10 **Tabla 10 Arancel del producto Almohadilla**

Subpartida: 3307490000
Arancel ad Valorem: 20% de la base imponible
Arancel específico: 5,50% peso neto
Fodinfra: 0,5% de la base imponible
IVA: 12% de la base imponible
Porcentaje de liberación: No existe liberación para el régimen de importación para el consumo.

Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

Fuente: Sistema Ecuapass, del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

Tabla 11 **Tabla 11 Arancel del producto Manopla de Lavado**

Subpartida: 6307100000
Arancel ad Valorem: 10% de la base imponible
Arancel específico: 5,50% peso neto
Fodinfra: 0,5% de la base imponible
IVA: 12% de la base imponible

Porcentaje de liberación: No existe liberación para el régimen de importación para el consumo.

Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

Fuente: Sistema Ecuapass, del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

Tabla 12 Tabla 12 Arancel del producto toalla multiusos microfibra

Subpartida: 6307100000
Arancel ad Valorem: 10% de la base imponible
Arancel específico: 5,50% peso neto
Fodinfra: 0,5% de la base imponible
IVA: 12% de la base imponible
Porcentaje de liberación: No existe liberación para el régimen de importación para el consumo.

Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

Fuente: Sistema Ecuapass, del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

Tabla 13 Tabla 13 Arancel del producto Cepillo para Neumáticos

Subpartida: 9603909000
Arancel ad Valorem: 15% de la base imponible
Arancel específico: 5,50% peso neto
Fodinfra: 0,5% de la base imponible
IVA: 12% de la base imponible
Porcentaje de liberación: No existe liberación para el régimen de importación para el consumo.

Realizado por: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

Fuente: Sistema Ecuapass, del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

3.3.4 Norma técnica

Al momento de realizar una importación se debe cumplir requerimientos de normativa técnica. En el Ecuador el organismo que controla estas normas es el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN). Su función principal es ser regulador de las políticas de calidad en el país a través de reglamentos técnicos. Esta reglamentación está establecida bajo los principios establecidos en el ordenamiento comunitario andino de nación más favorecida, trato nacional, no discriminación, equivalencia y transparencia, también establecidos en el marco de la Organización Mundial del Comercio (INEN, 2022).

Para la importación de los productos se debe considerar el etiquetado que está establecido en la norma NTE INEN 1875 que dicta los requerimientos para etiquetar prendas de vestir, complementos de vestir y ropa de hogar. Par efecto de esta norma la información que debe contener la etiqueta es:

- 1- Expresarse en idioma español
2. Expresar el porcentaje de fibras, cuero y tejidos utilizados
3. Instrucciones del cuidado
4. País de origen

De igual manera se debe considerar para esta importación el registro en el MIPRO. El MIPRO es el ministerio de Industrias y Producción encargado de ejecutar políticas públicas que permitan habilitar el proceso de importación e importación de productos normados mediante resoluciones de comercio exterior. Una vez realizado el registro en el MIPRO se habilitará la licencia para importar productos establecidos por esta institución. En este caso sería el registro de importadores de textiles y calzado. Documento que permite tanto a personas jurídicas como naturales la importación de textiles y calzado, mismo que está normado en la resolución 401 del COMEX. En el caso de esta importación este proceso será realizado por un agente de aduanas, quien realizará el trámite por \$100.00 (Mise, 2022).

3.3.5 Volumen de importación

El volumen de importación se determinó en relación al flujo de efectivo de la empresa Rüstung, para determinar si la empresa tendrá suficiente liquidez para cubrir esta importación. De esta manera, se determinó conjuntamente con los directivos de la empresa los siguientes valores y cantidades a importar:

Tabla 14 **Tabla 14 Volumen de Importación**

Producto	Volumen
Almohadilla de acabado Max Shine High Pro de 6"	1440,00
Manopla de lavado de microfibra Max Shine Premim Chenille-Amarillo	1350,00
Max Shine 330GSM 16"x24" Toalla de microfibra multiusos	2000,00
Cepillo para neumáticos Max Shine	1200,00

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

3.3.6 Proceso y costo de importación

Para realizar cualquier importación dentro del Ecuador se debe seguir una serie de pasos previos a ingresar los productos. Además, durante el proceso de importación se debe continuar con un continuo seguimiento hasta que la mercancía se encuentre en las instalaciones de la empresa importadora. El Servicio de Aduanas del Ecuador (2022) en su página web establece que los pasos previos a una importación son:

1. La obtención del Token o Certificado Digital para la firma electrónica, este se puede obtener en el Registro civil o mediante Security Data.
2. Instalación del ECUAPASS en un servidor específico.
3. Registrarse como importador en el ECUAPASS, esto lo debe realizar toda persona natural o jurídica que radique en el país.
4. Conocer si los productos a importarse cuentan con alguna restricción o prohibición. Esto se puede realizar ingresando a "Consulta de Arancel" en el Servidor del Ecuapass.

- Desaduanizar las mercancías a través de una agente de aduanas.

Para iniciar el proceso de importación se contactó a la empresa Max Shine en Wuhu, China. La empresa cotizó los cuatro productos a importarse en una proforma que se encuentra como Anexo 2, en valor FOB, obteniendo los siguientes valores por producto:

Tabla 15 Tabla 15 Proceso y costo de importación

Descripción	Precio unitario	Unidades	Total FOB
Max Shine 6" High Pro Finishing Pad	\$0,60	1440,00	\$864,00
Max Shine Chenille Microfiber Wash Mitt	\$0,85	1350,00	\$1147,50
Max Shine 330GSM 16"x24" All Purpose Microfiber Towel	\$0,62	2000,00	\$1240,00
Max Shine Tire Scrub Brush	\$0,97	1200,00	\$1164,00
			\$4415,00

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

Una vez obtenida la proforma por parte de Max Shine, se procedió a realizar la cotización del flete internacional. Se realizaron dos cotizaciones, la primera por parte de la empresa exportadora y la segunda con la empresa de logística Provexcar. La siguiente tabla muestra la diferencia de precios de estas dos empresas.

Tabla 16 Tabla 16 Cotización Flete

	Transporte Internacional Max Shine	FERCAB	Provexcar
Flete Internacional	\$900,00	-	\$ 1545,00
Gastos Locales	-	\$600	\$600,00
Total	\$900,00	\$600	\$ 2145,00

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

El flete internacional que la empresa Max Shine cotizó no incluye gastos locales, obteniendo un total de flete internacional de \$900,00. De esta manera, se cotizó con la empresa FERCAB los gastos dentro del país obteniendo un total de \$600,00. En cambio, el operador logístico Provexcar dio una cotización de flete internacional más gastos locales de \$2145,00. Una vez obtenidas las cotizaciones se decidió utilizar el transporte de Max Shine y el transporte local de FERBAB, obteniendo un total de flete internacional y gastos locales de \$1500,00.

De esta manera, el costo final de los productos a importarse a la ciudad de Cuenca se ven reflejados en la siguiente tabla:

Tabla 17 Costo final de los productos

Detalles de la importación	
Cantidad total de productos	\$5.990,00
Costo total FOB	\$4.415,50
Flete Internacional Anhui- Guayaquil	\$900,00
Seguro 1% del valor CFR	\$53,16
Valor CIF	\$5.368,66
Liquidación de Impuestos Aduaneros a Pagar	
Ad Valorem (del Valor CIF)	\$713,87
Arancel Específico	\$1.529,00
Fodinfra (0.5% valor Ex Aduana)	\$26,84
IVA (12%)	\$916,60
Gastos locales	\$600,00
Almacenaje	\$350,00
Trámite Aduanero	\$336,00
Registro Importador/MIPRO	\$100,00
TOTAL COSTOS OPERATIVO DE IMPORTACIÓN	\$4.572,31
TOTAL CIF + COSTOS OPERATIVOS	\$9.940,97

Fuente: Jimbo, E; Goercke, S. (2022).

Conclusiones

Para poder realizar el proceso de análisis de la importación de productos de detailing, se inició el trabajo centrándose en las partes teóricas y conceptuales que ayudaron al desarrollo de los siguientes capítulos. De esta manera, en el primer capítulo se explicó las diferentes teorías del comercio exterior, como la teoría tradicional y la teoría moderna; los economistas como Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mill, Heckscher y Ohlin fueron claves para poder describir las mismas, basándonos para su interpretación de sus teorías. En este capítulo se describió la historia del comercio exterior y como se ha ido dando su evolución de los tiempos hasta llegar al punto que está a día de hoy. Se definieron los diferentes tipos de términos de negociación (INCOTERMS) que se encuentran presentes en la actualidad en el comercio exterior, con finalidad de que se agilicen las negociaciones y no haya ningún tipo de impedimento en la barrera de los idiomas de los comerciantes.

En el capítulo dos, se realiza un análisis de la empresa El cuidado, la limpieza de vehículos o medios de transporte en la ciudad de Cuenca significa mucho para los usuarios de la misma, debido a que la ciudad de Cuenca es considerada una ciudad automotriz con muchos amantes a ello, el detailing del vehículo siendo una limpieza detallada del vehículo donde se usa varias técnicas y procesos minuciosos con herramientas especializadas y productos específicos para este trabajo, llevando diferentes técnicas y herramientas dependiendo el estado de cada vehículo.

La empresa Rüstung siendo una de las pioneras en seguridad de vehículos desde el 2007 con una trayectoria muy importante en la Parte automotriz de Cuenca, pues empezó como un pequeño emprendimiento de láminas de seguridad teniendo como clientes a 1 o 2 autos al mes hasta que muchos de sus nuevos clientes vieron la importancia y la seguridad que les proporciona una lámina de seguridad en su vehículo la empresa empezó a crecer y hacerse conocida en la ciudad. Gracias a su calidad y servicio con las láminas de seguridad la empresa empezó a incorporarse mucho más en el mercado automotriz, diversificando sus servicios como el tapizado y recubrimiento de baldes de camionetas.

La empresa está interesada en la distribución de productos de detailing de vehículos ya que, a día de hoy, el detallado de vehículos está siendo tomado en cuenta gracias a sus beneficios

como mantener una buena apariencia del vehículo, la facilidad de mantenimiento y limpieza, el confort de los ocupantes y muchas veces muy importante el valor de la reventa ya que esta ayuda a mantener la inversión de la pertenencia ya que el vehículo está teniendo un cuidado detallado de sus partes y pintura.

La empresa Rüstung mantiene una buena relación de negocios con sus clientes, esto ha dado como resultado que la empresa ya haga negocios con parqueaderos de autos, concesionarias y empresas que tienen vehículos como patrimonio. Con la trayectoria de Rüstung han podido ser distribuidores oficiales de productos importados de la marca Bullet Liner desde el año 2019 dando un excelente resultado para sus clientes y la experiencia para poder manejarse con trámites y negociación internacional para la importación de productos, animando a la empresa a querer importar productos de detailing de la marca Max Shine.

Max Shine siendo una empresa con trayectoria de 16 años y ranqueados como una de las empresas más importantes de detailing a nivel mundial, dedicada únicamente a la producción de productos de detallado de vehículo de alta calidad y experiencia de servicio al cliente. Los productos Max Shine se caracterizan a nivel internacional ya que lideran la innovación en el desarrollo de sus productos convirtiéndose en una marca que genera seguridad y confianza para sus usuarios.

Como conclusión de este estudio de factibilidad, podemos decir que, si es factible para la empresa Rüstung importar productos de marca Max Shine procedentes de China debido a que los productos que se tiene planteado importar almohadillas, manopla de lavado de microfibra, toalla de microfibra multiusos, cepillo para neumáticos no sólo podrán ser utilizados en vehículos, también en motocicletas y camiones lo que hizo referencia al 94% de los medios de transporte usados por los encuestados. Acorde con los análisis de una proyección de la demanda que tendrán los productos una vez importados ya que los encuestados mantienen un cuidado del vehículo con un lavado continuo del medio de transporte y los productos Max Shine se puede usar ya sea por los dueños del vehículo, en lavadoras o por expertos pues el uso de estos se los pueden aplicar de manera muy sencilla y entran en el rango de presupuesto destinado al cuidado de vehículo que es de \$0 a \$15. A pesar que tiene una pequeña diferencia de precios con los competidores los clientes estarían

dispuestos a pagar más por un producto que puede cumplir las expectativas del cliente que es la limpieza y cuidado de partes y pintura.

Para realizar el proceso de importación se pide una cotización a la empresa Max Shine, una vez obtenido los precios y cantidades a importar en valor FOB se analiza cuál sería la mejor logística para transportar la mercadería. De esta manera se opta por el flete internacional que ofrece la empresa, economizando \$645 en transporte. Una vez obtenido los valores CIF, se realiza el flujo de efectivo donde se pudo observar que el saldo del efectivo al final del año incrementa gradualmente de manera positiva durante los 8 meses calculados. La inversión inicial del proyecto que cubre con las actividades de operación y financiamiento de la empresa será de \$20000 dólares americanos. Con los resultados de este estado, la Tasa Interna de Retorno muestra una cifra del 15% lo que indica viabilidad en el proyecto. De esta manera en base a todos los análisis realizados y los datos obtenidos en el estudio de mercado y en análisis de rentabilidad se ve que la empresa podrá recuperar su inversión inicial y obtener ganancias a corto plazo, con un alto rendimiento en relación a la tasa que paga un Banco por una inversión con mínimo riesgo.

Recomendaciones

Una vez terminado el estudio de factibilidad, es necesario emitir algunos puntos que se recomiendan a la empresa Rüstung, para que de esta manera se pueda contribuir de una manera positiva y se dé un buen desarrollo del mismo.

- Los precios que se obtuvieron del estudio son mayores que los de la competencia, pero si nos basándonos en el análisis de la oferta y en la encuesta realizada a los clientes de Rüstung, el rango de precios propuestos si están dispuestos a pagar esa cantidad, aun sabiendo que los precios de la competencia son menores. Los clientes prefieren pagar más, pero garantizando en su totalidad la garantía que ofrecen estos productos a su vehículo, por lo que se recomienda promocionar mucho más las ventajas que tienen estos productos como la calidad y la confianza de los productos para el detailing. Los productos con mayor proyección de demanda son de acuerdo al análisis son las almohadillas y toallas multiusos de microfibra, por lo que sería viable promocionarlas por diferentes medios estos productos.
- La empresa Rüstung debe estar al día con las relaciones comerciales entre China y Ecuador, porque que se puede presentar en un futuro acuerdos o TLCs que benefician a varios sectores del Ecuador en los cuales constan los productos del cuidado para los vehículos generando de esta manera que puedan disminuir los costos de importación y generan mayor ganancia para la empresa.
- Promocionar mucho más la marca Rüstung como tal, pues en la Ciudad de Cuenca se encuentran gran cantidad de vehículos con productos de la empresa, pero las personas no conocen la marca ni donde pueden acceder a sus productos y servicios.

Bibliografías

- 3M. (2021). 3M Automotriz. https://www.3m.com.ec/3M/es_EC/automotriz/
- Ángeles-Montiel, R., Mora-Flores, J. S., Martínez-Damián, M. A., & García-Mata, R. (2004). Efecto de las importaciones de leche en el mercado nacional del producto. *Agrociencia*, 38(5), 555-564.
- Ballesteros, A. (2001). Comercio exterior: teoría y práctica. *Murcia: EDITUM*.
- Banco Central del Ecuador. (BCE). (2016). Solicitud de Certificado de Firma Electrónica. Recuperado de: <https://www.eci.bce.ec/solicitud-de-certificado-requisitos>
- Blanco, R. G. (2011). DIFERENTES TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL. (U. d. Extremadura, Ed.) Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica (858), 3-12.
- Bogotá, C. d. (2008). LOS INCOTERMS Y SU USO EN EL COMERCIO INTERNACIONAL. Bogotá: Panamericana Formas e Impresos.
- Bullet Liner. (2022). Bullet Liner. <https://www.bulletliner.com/about/>
- Cabrera, A. (2020). Manual de uso de las reglas Incoterms 2020. Marge Books. https://books.google.com.ec/books?id=WSLfDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=incoterms&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=incoterms&f=false
- Cancinío, R. (2016). *El Arancel*. México D.F.
- Cánovas, A. C. (2020). Manual de uso de las reglas Incoterms 2020. MARGE BOOKS.
- Cañizares, N. (2021). Departamento de Recursos Humanos. Rüstung S.A.
- Cañizares, N. (2022). Historia de Rüstung / Entrevistado por Erick Jimbo y Sebastián Goercke.
- Carlos Larrea (2020). *Embajada del Ecuador en China*. Obtenido de <https://www.cancilleria.gob.ec/china/wp-content/uploads/sites/78/2021/03/REVISTA-SEMESTRAL-EEUCHINA-JULIO-DICIEMBRE.pdf>
- Chacholiades, Miltiades, et al. *Economía internacional*. No. 04; HF1411, C4. McGraw-Hill, 1982.
- COIP. (10 de febrero de 2022). *Asesoramiento con Agente Aduanero*. Obtenido de https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CEDAW/Shared%20Documents/ECU/INT_CEDAW_ARL_ECU_18950_S.pdf
- Commerce, I. C. (2019). *Incoterms 2020 ICC rules for the use of domestic and international trade terms*. Publications Department.

- Comunidad Andina. (2003). Valor en Aduana de las Mercancías Importadas. Recuperado de <http://www.comunidadandina.org/StaticFiles/DocOf/DEC571.pdf>
- Concepto ABC. (2019). Oferta. Obtenido de <https://conceptoabc.com/oferta/>
- COPCI. (13 de febrero de 2022). *Devolución Condicionada*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Financiera, N. (2004). *Fundamentos de Negocio*. México D.F.
- Forros D' CACHE. (2014). Facebook. <https://www.facebook.com/FORROSDCACHE/>
- Giménez, J. D. (1999). *Macroeconomía: Primeros Conceptos*. Madrid: Antoni Bosch.
- Gómez Calero, J. (1984). *El transporte internacional de mercancías*. Editorial Civitas. Madrid. P.20
- González, M. (2002, julio 20). Concepto de mercado y sus tipos. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>
- Hill, Charles. *Negocios Internacionales*. México D.F: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V., 2011.
- Krugman, Paúl y Maurice Obstfeld. *Economía Internacional: teoría y política*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A, 2006.
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (1991). International trade policy. Recuperado de: https://fordschool.umich.edu/sites/default/files/pubpol_econ_541_fall_2019_deardorff_tth_8_30-10_00_am_1210_weill.pdf
- Llamazares, O. (2019). *Guía práctica de los INCOTERMS 2020*. Madrid: Global Marketing Strategies.
- Llummar. (2022). Llummar Ecuador. <https://llumarecuador.com>
- Lombana, Jahir, y otros. *Negocios Internacionales*. Barranquilla: Universidad del Norte, 2011.
- LuxorCarCenter. (2020). Facebook. <https://www.facebook.com/LuxorCarCenter/>
- Maya Muñoz, G. (2017). 200 años: Principios de Economía Política y Tributación (1817-2017). *Ensayos de Economía*, 27(50), 11-14.
- Martínez. (2004). Qué es comercio internacional y logística. Euroinnova. <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-comercio-internacional-y-logistica#:~:text=La%20log%C3%ADstica%20internacional%20es%20un,o%20para%20la%20comercializaci%C3%B3n%20directa>

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú. (2009). GUÍA DE ORIENTACIÓN AL USUARIO DEL TRANSPORTE ACUÁTICO. Recuperado de: <https://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/188937685rad43065.pdf>
- Mise, J. (2022). Licencias y Registros MIPRO. Importaciones Ecuador. <https://www.importacionesecuador.com.ec/despacho-aduanero/licencias-y-registros-mipro/>
- Mise, J. (2022). *Regímenes Aduaneros de Excepción*. Importaciones Ecuador. <https://www.importacionesecuador.com.ec/regimenes-aduaneros/regimenes-aduaneros-de-excepcion/#:~:text=Reg%C3%ADmenes%20de%20Excepci3n%20son%20tratamientos,obligada%20a%20declarar%20su%20destino>
- NANDINA. (2021). Actualización de la Nomenclatura Común. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2016/CAN.pdf>
- Negocios Ekos (2022). *Ecuador busca firmar 12 Acuerdos Comerciales en tres años*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/ecuador-busca-firmar-12-acuerdos-comerciales-en-tres-anos>
- Obstfeld, M., & Krugman, P. R. (2006). *Economía internacional: teoría y política*.
- Pedrosa, J. (2016). Teoría de la ventaja Absoluta. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/teoria-la-ventaja-absoluta.html>
- Protemax. (2022). Protemax Ecuador. <https://protemax.ec/quienes-somos/>
- Quispe Chura, K. G. (2021). La influencia de las exportaciones en los términos de intercambio del Perú. Periodo enero 2016 a agosto del 2020.
- Raeburn. (2021). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos)*. Asana. <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Rojas Sánchez, G. M., & Ruiz Lombana, F. A. (2011). Tendencias del mercadeo B2B en Colombia.
- Román, A. J. (1999). *Comercio exterior: TEORÍA Y PRÁCTICA*. EDITUM.
- San Román, A. P. (1999). Los impactos regionales del euro y la integración europea. In *Estudios regionales: impactos regionales de la integración europea* (pp. 11-21). Asociación Española de Ciencia Regional. Resuperado de: <http://www.antonipulido.es/documentos/con9904.pdf>
- SENA. (11 de enero de 2021). *Regímenes de Exportación*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>

- SENA E. (11 de marzo de 2021). *Aprobación de Registro como OCE importador/ exportador en el sistema informático Ecuapass*. Obtenido de <https://www.gob.ec/senae/tramites/aprobacion-registro-oce-importadorexportador-sistema-informatico-ecuapass>
- SENA E. (15 de abril de 2022). *Tributos por importación*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/consulta-de-clasificacion-arancelaria/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENA E). (2021) *Servicios para OCE's. Regímenes Aduaneros*. Recuperado de <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Shine, M. (21 de enero de 2022). *Max Shine*. Obtenido de <https://www.maxshinecarcare.com/distributor>
- Smith, A. (1994). *Riqueza de las naciones (1776)*. Madrid: Alianza, 37, 67-72
- Stanton, W.J. (1969): *Fundamentals of Marketing*, McGraw-Hill, USA.
- Steinberg, F. (2004). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. En F. Steinberg, & eumed.net (Ed.). Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Steinberg, F. (2007). *Cooperación y conflicto* (Vol. 20). Ediciones Akal.
- TIBA. (02 de enero de 2020). *Incoterms 2020*. Obtenido de <https://www.tibagroup.com/blog/incoterms-2020?lang=es>
- Villena-Manzanares, F., & Souto Pérez, J. E. (2015). *El impacto de los intangibles estratégicos en el desempeño exportador de la PYME manufacturera*. *Intangible Capital*, 11(1), 13-40.
- W. Griffin, R., & J. Ebert, R. (2004). *Business*. Pearson Educación.
- Wilkins, M., & Hill, F. E. (2011). *American business abroad: Ford on six continents*. Cambridge University Press
- Zavala, D. I. (2016). *Crítica a la Teoría Clásica del Comercio Internacional, un enfoque de equilibrio general entre país grande y país pequeño*. *Economía informa*, 397, 61-79.

Anexos

Ilustración 9 Anexo 1 Encuesta

Encuesta

Esta encuesta es para un proyecto de Tesis sobre un estudio de factibilidad de una importación

 erickjimbo06@gmail.com (no compartidos) [Cambiar de cuenta](#) 

Que medio de transporte posee?

Automovil

Motocicleta

Camión

Otro: _____

Quien realiza el lavado de su vehiculo?

Yo mismo

Lavadora de autos

Expertos

Otro: _____

Qué artículos son empleados en la limpieza de su vehiculo?

Articulos caseros

Productos especializados en la limpieza del vehiculo

Otro: _____

Cuál es el presupuesto que usted destina al lavado de su vehículo?

- 0\$ - 15\$
- 15\$ - 30\$
- 30\$ - más

Compraría productos de limpieza de vehículos que ayuda al rejuvenecimiento de la pintura y partes del vehículo? (Si la respuesta es no, la encuesta termina)

- Si
- No

Cuando compra productos para la limpieza de vehículos ¿Qué función considera más importante?

- Quitar la suciedad del vehiculo
- Dar brillo a la pintura y superficies
- Limpiar y cuidar la pintura y superficies

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un producto especializado en detailing de limpieza de vehículo?

- 0\$ - 15\$
- 15\$ - 30\$
- 30\$ - mas

Ilustración 10 Anexo 2 Cotización

MAXSHINE CO.,LTD



proforma invoice(P/I)

COUNTRY:
VENDOR: Maxshine Global Limited
ATTN:
TOTAL MEASUREMENT: 33.422 CBM

Address Office:
 4023rd Floor, 28 Building, No. 2 Fuyuan Road,
 Free Trade Zone, Wafu, Anhui, 241800, China
 Tel: +86 553 4895 205
 Fax: +86 553 5719 633

INVO.: Date: 05/05/2023
CUSTOMER FUND: R15E118004
PORT OF LOADING: SHANGHAI, CHINA
PORT OF DISCHARGE:
COUNTRY OF ORIGIN: CHINA
SHIP (M/T): SCS311

ITEM NO.	SPECIFICATION	PACKING	QTY	UNIT PRICE	AMOUNT (USD)
VENDOR STYLE NO.: 00118008 	DESCRIPTION: CAR MESHANE FRESHENER Name: COLOR: ORANGE HS CODE: 38249090 UNIT PACK CARD WITH SINGLE BUBBLE 115/CTN BRAND: DESIGN:		1100	0.8	\$894.00
VENDOR STYLE NO.: 00211009 	DESCRIPTION: 60*110*110 MICROFIBER WASH MITT SIZE 20*18CM. WEIGHT: 300GR COLOR: ORANGE HS CODE: 5907190000 UNIT PACK CARD WITH MITT AND BAG SEAL 16/CTN BRAND: DESIGN:		1150	0.81	\$941.50
VENDOR STYLE NO.: 00211009 	DESCRIPTION: 60*110*110 SUPER 3000 MICROFIBER SIZE 40*40CM. WEIGHT: 445GR COLOR: ORANGE HS CODE: 5907190000 UNIT PACK REAPER CARD 20/SET 16/CTN BRAND: DESIGN:		3000	0.63	\$1,890.00
VENDOR STYLE NO.: 00112011 	DESCRIPTION: 30*12*130 TOILET BRUSH SIZE 12*6.5*13CM. WEIGHT: COLOR: GREY AND BLACK HS CODE: 6601999000 UNIT PACK CARD BUBBLE 120/CTN BRAND: DESIGN:		1100	0.87	\$957.00
					ORDER AMOUNT: \$4,425.50 EXTRA COST: \$0.00 TOTAL AMOUNT: \$4,425.50
<p>REMARK: TERMS OF PAYMENT: TT BENEFICIARY: Maxshine Global Limited 4023rd Floor, 28 Building, No. 2 Fuyuan Road Free Trade Zone, Wafu, Anhui, 241800, China ADVISING BANK: SHANGHAI FUDONG DEVELOPMENT BANK, MINSHI BRANCH NO. 218 JIANGSU ROAD, MINSHI, CHINA, ZIP 215000 ACCOUNT: 84014817638879 SWIFT CODE: SFOD3333</p> <p>SELLER: BUYER:</p>					

宁波江北宏海进出口贸易有限公司
 NINGBO JIANGBEI HONGHAI STAR TRADING CO., LTD.