

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Facultad de Ciencias Sociales y Humanística

¿Son las importaciones directas clave para el desarrollo de los
emprendimientos locales?

ADMI-987

Proyecto Integrador

Previo la obtención del Título de:

Licenciatura en Administración de Empresas

Presentado por:

Ethiel Eduardo Cajas Zárate

Daniel Alexander Velasco Delgado

Guayaquil - Ecuador

Año: 2024

Dedicatoria

El presente proyecto lo dedico a mis padres, quienes confiaron en mi capacidad intelectual y me apoyaron. A mis hermanos quienes son una inspiración de vida. Y a todas las personas que leerán este trabajo, lo cual es resultado de largas noches sin dormir durante aproximadamente 5 años, pero es la recompensa de un arduo esfuerzo.

Ethiel Eduardo Cajas Zárate.

Dedicatoria

El presente proyecto lo dedico a mis padres, a mis hermanos, a mis amistades más cercanas, a profesores que tuvieron gran influencia en mi presente, a las personas que siempre confiaron en mí, y a los que no, para demostrarles una vez más que sí se puede.

Daniel Alexander Velasco Delgado.

Agradecimientos

Expreso mi agradecimiento a Dios por todo, especialmente por brindarme la fortaleza necesaria durante las fases de mi vida en las que me resultaba difícil seguir adelante. A mi padre, quien creyó en mi potencial y me apoyó en vida más de la mitad de mi carrera, y desde el cielo me seguirá apoyando, por lo cual lo haré sentir orgulloso. A mi madre que siempre me ha inculcado valores y ha sido mi refugio incondicional en mis momentos más difíciles. A mis hermanos que han sido mis compañeros de vida y motor durante mi carrera estudiantil. A mis abuelos por tenerme presente en sus oraciones. A mis tíos por su apoyo continuo que ha sido clave para mi progreso, en especial a mi tío Jimmy, Maxine y Mónica. A mis amigos que estuvieron conmigo en los buenos y malos momentos aconsejándome.

Ethiel Eduardo Cajas Zárate.

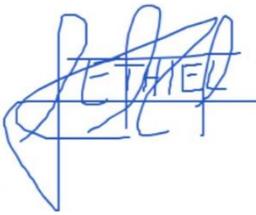
Agradecimientos

Mi más sincero agradecimiento a mis padres, mis hermanos, familia y amigos cercanos, profesores y tutores, personas que siempre creyeron en mí.

Daniel Alexander Velasco Delgado.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Ethiel Eduardo Cajas Zárate* y *Daniel Alexander Velasco Delgado* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”.



Ethiel Eduardo
Cajas Zárate



Daniel Alexander
Velasco Delgado

EVALUADORES

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Anton", with a long horizontal stroke extending to the left.

.....
Nombre del Profesor

Ivonne Antonieta Martín Moreno, MBA.

RESUMEN

El comercio exterior a lo largo de los últimos años ha venido tomando fuerza, no sólo en la parte de logística y transporte sino también en el proceso de compra y venta de productos. El presente trabajo se centra en la creación de una guía didáctica que se encuentra en internet, todo esto para resolver la problemática de muchos emprendedores que tienen al momento de querer importar productos.

Se utilizó una metodología de design thinking para llegar a resultados tanto cualitativos como cuantitativos, donde se usaron encuestas y entrevistas como principales herramientas.

No sólo los resultados mostrados en las encuestas sino también los resultados que se presentaron en el BCE durante el 2023 demuestran que China es nuestro principal aliado, es el país al que más se exporta y del que más se recibe mercadería. Por otra parte, se encontró que muchos emprendedores prefieren comprar productos a distribuidoras o importadoras, por el miedo a que, si ellos lo realizan, salgan estafados o no puedan sacar sus productos de aduana. El fin de este trabajo es proporcionar orientación sobre cómo las importaciones pueden ser un recurso beneficioso en sus actividades comerciales, y el tiempo estimado para la creación de la guía web es de 2 meses.

Palabras Clave: Internet, China, Distribuidoras, Aduana, Guía.

ABSTRACT

Over the last few years, foreign trade has been gaining strength, not only in the logistics and transportation part but also in the process of buying and selling products. This work focuses on the creation of a teaching guide found on the Internet, all of this to solve the problems that many entrepreneurs have when they want to import products.

A design thinking methodology was used to arrive at both qualitative and quantitative results, where surveys and interviews were used as the main tools.

Not only the results shown in the surveys but also the results presented at the BCE during 2023 demonstrate that China is our main ally, it is the country to which Ecuador export the most and from which Ecuador receive the most merchandise. On the other hand, it was found that many entrepreneurs prefer to buy products from distributors or importers, for fear that, if they do by themselves the import, they will be scammed or will not be able to clear their products through customs.

The purpose of this work is to provide guidance on how imports can be a beneficial resource in your business activities, and the estimated time for the creation of the web guide is 2 months.

Keywords: *Internet, China, Distributors, Customs, Guide.*

TABLA DE CONTENIDO

DECLARACIÓN EXPRESA	I
EVALUADORES.....	II
RESUMEN	III
ABSTRACT	IV
TABLA DE CONTENIDO	V
ABREVIATURAS.....	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	XI
CAPÍTULO 1.....	1
1.1. INTRODUCCIÓN.....	2
1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.4. OBJETIVOS	5
1.4.1. <i>Objetivo general</i>	5
1.4.2. <i>Objetivos específicos</i>	5
1.5. MARCO TEÓRICO	6
1.5.1. <i>Teorías del comercio internacional</i>	6
1.5.2. <i>Balanza comercial</i>	7
1.5.3. <i>Impacto del COVID-19 en las importaciones</i>	8
1.5.4. <i>Comportamiento del consumidor</i>	8
CAPÍTULO 2.....	9
2.1 INTRODUCCIÓN DE LA METODOLOGÍA.....	10
2.2 DESIGN THINKING.....	10

2.3	MAPEO DE ACTORES	11
2.4	IDENTIFICACIÓN DE ACTORES	11
2.5	NORMATIVA LEGAL	13
2.6	ENTREVISTAS	13
2.7	OBSERVACIONES.....	14
2.8	LLUVIA DE IDEAS	14
2.9	MATRIZ DE IMPACTO IMPORTANCIA.....	14
2.10	ENCUESTAS	15
2.11	ESTRUCTURACIÓN DE LA ENCUESTA.....	16
2.12	TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.....	16
2.13	TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	18
2.14	ELABORACIÓN DE PROTOTIPO.....	18
2.15	VALIDACIÓN DE PROTOTIPO	19
2.16	MATRIZ DE VALIDACIÓN	19
CAPÍTULO 3.....		21
3.1	RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	22
3.2	RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	24
3.2.1	METODOLOGÍA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	24
3.2.2	DISEÑO DEL CUESTIONARIO	25
3.2.3	ANÁLISIS DE DATOS OBTENIDOS.....	25
3.3	PROTOTIPO Y SU VALIDACIÓN.....	26
3.3.1	PRIMER PROTOTIPO ANTES DE VALIDACIÓN.....	27
3.3.2	VALIDACIÓN DEL PRIMER PROTOTIPO	28
3.4	SEGUNDO PROTOTIPO DE BAJA FIDELIDAD.....	29
3.5	ANÁLISIS DE COSTOS.....	30
CAPÍTULO 4.....		33
4.1	CONCLUSIONES.....	34

4.2 RECOMENDACIONES	35
BIBLIOGRAFÍA	36
APÉNDICE A	38
APÉNDICE B	44
APÉNDICE C	48
APÉNDICE D	58
APÉNDICE E	64
APÉNDICE F	71
APÉNDICE G	72

ABREVIATURAS

ESPOL Escuela Superior Politécnica del Litoral

SENAE Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

BCE Banco Central del Ecuador

INEC Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 SUMA CIF EN DÓLARES EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2022	3
FIGURA 2 MAPEO DE ACTORES	11
FIGURA 3 ACTORES INVOLUCRADOS	12
FIGURA 4 MAPA DE ACTORES	13
FIGURA 5 MATRIZ DE DIFICULTAD IMPORTANCIA	15
FIGURA 6 DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS POR PROVINCIA	17
FIGURA 7 FÓRMULA DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	18
FIGURA 8 LOGOTIPO DE ECU-IMPORT & SHIPPING	26
FIGURA 9 PAGINA PRINCIPAL DEL SITIO WEB	27
FIGURA 10 PASOS PREVIOS A IMPORTAR	27
FIGURA 11 INFORMACIÓN DEL TRADE ASSURANCE	29
FIGURA 12 INFORMACIÓN DETALLADA DE LOS INCOTERMS	29

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 CIFRAS DE TIPO DE EMPRESA	17
TABLA 2 RETROALIMENTACIÓN DE LA VALIDACIÓN DEL PRIMER PROTOTIPO.....	28
TABLA 3 COSTOS INICIALES DE DISEÑO DEL SITIO WEB.....	30
TABLA 4 COSTOS MENSUALES DE DISEÑO DEL SITIO WEB	31
TABLA 5 COSTOS ANUALES DE DISEÑO DEL SITIO WEB	31
TABLA 6 PRESUPUESTO DEL SITIO WEB.....	31

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO C.1	48
GRÁFICO C.2	49
GRÁFICO C.3	50
GRÁFICO C.4	51
GRÁFICO C.5	51
GRÁFICO C.6	52
GRÁFICO C.7	52
GRÁFICO C.8	53
GRÁFICO C.9	53
GRÁFICO C.10	54
GRÁFICO C.11	55
GRÁFICO C.12	55
GRÁFICO C.13	56
GRÁFICO C.14	56
GRÁFICO C.15	57
GRÁFICO E.1	65
GRÁFICO E.2	65
GRÁFICO E.3	66
GRÁFICO E.4	66
GRÁFICO E.5	67
GRÁFICO E.6	67

GRÁFICO E.7	68
GRÁFICO E.8	68
GRÁFICO E.9	69
GRÁFICO E.10	70

CAPÍTULO 1

1.1. Introducción

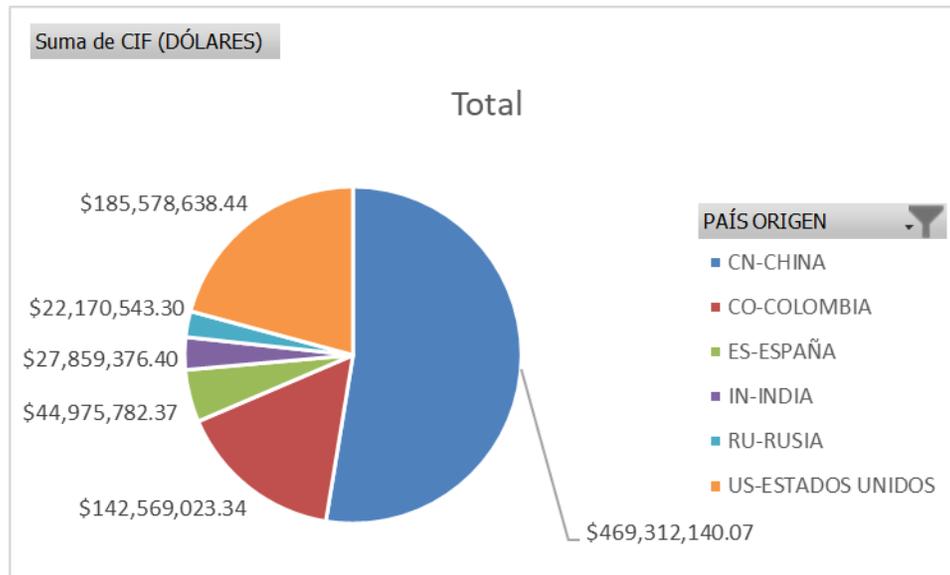
Las importaciones desempeñan una función crucial en la economía nacional al ampliar la variedad de productos que no se encuentran disponibles localmente o que resultan prohibitivamente costosos de producir a nivel nacional. En consecuencia, numerosos productos son importados desde naciones como China, Estados Unidos, España, así como India y Rusia.

Este fenómeno de importaciones se encuentra impulsado por diversos factores, incluyendo la globalización, los avances tecnológicos, los acuerdos comerciales entre países, la diversificación de la oferta de bienes, políticas comerciales, entre otros.

De acuerdo con los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, las importaciones durante el primer semestre del año 2022 experimentaron un aumento significativo del 32.2% en comparación con el mismo período en 2021, alcanzando un valor total de \$17.346 millones (Datosmacro, 2023). Entre los productos importados de mayor relevancia, destaca el petróleo, y en lo que respecta a los países de origen de estas importaciones, China se posiciona como el principal proveedor (Comercio Exterior Septiembre 2022, 2022).

China ostenta el estatus de ser la nación que más contribuye a las importaciones ecuatorianas, lo cual se refleja claramente en los datos proporcionados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. La pandemia de COVID-19 impulsó una transformación significativa en la forma en que se llevan a cabo las transacciones comerciales, con un aumento sustancial en la adopción de tecnologías de información y el uso de las redes sociales como canales de compra (Correa Castillo , Aguilar Ordoñez, & Zarango Espinoza, 2022).

Figura 1 Suma CIF en dólares en el primer trimestre del 2022



Nota. La figura muestra los países de los cuáles Ecuador obtiene principalmente las importaciones. Datos obtenidos del BCE.

Dentro de este contexto, surge la historia de Vladimir Ponce, quien aprovechó la plataforma de redes sociales para promocionar productos relacionados con el hogar, experimentando un considerable crecimiento en sus ventas durante el año 2020. No obstante, su negocio ha enfrentado cambios y desafíos a lo largo del tiempo, en gran parte como respuesta a factores externos que han influido en la elección de proveedores y en la gestión de pagos a sus distribuidores.

El presente estudio se enfoca en el análisis de los beneficios y el impacto derivado de las importaciones directas en el contexto de los emprendimientos locales, y cómo estas importaciones contribuyen al desarrollo económico del país.

1.2. Descripción del problema

En el transcurso de la pandemia, el emprendedor Vladimir Ponce creó la entidad comercial “HOGARE”, a medida que el tiempo transcurría, él vio la oportunidad de expandir su negocio acorde a la situación de aquel entonces. Por tal motivo, la empresa experimentó un aumento significativo en su base de clientes y en la comercialización de artículos destinados al hogar. No obstante, a partir del año 2021, el negocio enfrentó desafíos significativos en lo que respecta a la logística de distribución de sus productos, pues la creciente aceptación en el mercado generó dificultades para satisfacer la demanda. El limitado inventario y la falta de diversificación del catálogo en comparación con sus competidores directos representaron un gran inconveniente.

Inicialmente, la rentabilidad de la empresa en relación con la inversión realizada fue notable; sin embargo, a medida que el tiempo avanzaba, esta proporción no experimentó mejorías significativas. Un aspecto adicional que ha generado preocupación para el emprendedor es la gestión de los reclamos por garantía que realizan los consumidores finales por productos defectuosos. El reponer esos artículos representa un desafío, dado que los proveedores locales no asumen la responsabilidad una vez que los productos salen de sus instalaciones. Cabe recalcar que estos proveedores no son los fabricantes de dicho equipo, con lo cual la dinámica ha generado un desequilibrio en los ingresos de la empresa.

1.3. Justificación del problema

Al realizar un análisis exhaustivo de las problemáticas que enfrenta el local comercial “HOGARE”, se plantea la identificación de soluciones que propicien la consecución de beneficios inherentes a una gestión eficaz. La resolución de esta problemática propicia la capacidad de la empresa “HOGARE” para expandir su oferta de productos. También pueden mejorar los enfoques de negocios que le permitan establecer relaciones con diversos socios de

negocios y adquirir una mejor presencia en el mercado. Además, se observa que el comercial sujeto de este estudio puede diversificar sus fuentes de suministros a nivel internacional, particularmente del mercado chino, a través de diferentes plataformas web como “Alibaba” y “Made in China”. El acceso a múltiples proveedores permite ampliar la variedad de productos disponibles y superar las restricciones impuestas por la competencia.

Es importante recalcar que esta estrategia implica una ventaja adicional que es la capacidad de mantener productos en stock previniendo posibles interrupciones en la cadena de suministro, porque esta es una problemática que deben enfrentar los emprendedores.

La utilización del “trade assurance” representa un beneficio adicional en el contexto de adquisiciones internacionales, específicamente al realizar compras a través de Alibaba. Este mecanismo de protección se destaca por respaldar las transacciones comerciales, ofreciendo una garantía significativa en situaciones donde los productos recibidos no satisfacen los estándares de calidad, brindando la posibilidad de reembolso o reemplazo de la mercadería.

1.4. Objetivos

1.4.1. *Objetivo general*

Diseñar mecanismos para manejo de las logísticas de importaciones y reclamos de garantía mediante un análisis cualitativo y cuantitativo del contexto del emprendedor para que tenga un crecimiento sostenible a largo plazo.

1.4.2. *Objetivos específicos*

Entender todo el proceso de logística de reclamos de garantía que tiene el emprendedor para la detección de mejoras.

Identificar el nivel de conocimiento de los emprendedores sobre el proceso de importación para el diseño de estrategias educativas y fortalecimiento de su comprensión.

Construir una guía detallando paso a paso todos los procedimientos arancelarios destinados al desarrollo del ámbito económico de un emprendedor.

1.5. Marco teórico

1.5.1. Teorías del comercio internacional

1.5.1.1. Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo

La conceptualización propuesta por David Ricardo constituye una respuesta fundamentada a las premisas planteadas por Adam Smith. La teoría de la ventaja comparativa, desarrollada por Ricardo, se centra en la explicación de cómo las naciones tienden a especializarse en la producción de bienes cuyos costos son relativamente más bajos en comparación con otros países. La ventaja comparativa se determina mediante el análisis del precio relativo de un bien o producto (y) en comparación con otro país, lo que lleva a la conclusión de que el país con una ventaja comparativa en dicho bien (y) debería especializarse en su producción y exportación, mientras que otros países se dedican a la producción de otro bien (x) (Economipedia, 2020). Este enfoque busca optimizar la eficiencia económica y promover el intercambio internacional basado en las disparidades de costos de producción entre naciones.

Lo que se puede inferir de la teoría de la ventaja comparativa es que cuando dos naciones exhiben disparidades en las producciones relativas de su trabajo, se inclinan a

especializarse en una sola industria. Una forma de entender el funcionamiento de esta especialización es proyectarla como una forma indirecta de producción. En lugar de embarcarse en la amplia fabricación de las diferentes gamas de productos, una nación puede generar mayor eficiencia concentrándose en la fabricación de un producto específico. Luego, puede vender el excedente de este producto en los mercados internacionales para así obtener mayor ganancia y no perder ese producto, con esto comprar los productos que necesita la nación pero que se encuentran en países aledaños. De esta manera, el país está efectuando la producción de estos productos de manera indirecta, maximizando su eficiencia y aprovechando su ventaja comparativa en la industria en la que es más competitiva.

Todas estas ideas respaldan que las importaciones son beneficiosas al permitir a los emprendedores a acceder a productos que no se encuentran en su país de origen o son escasos.

1.5.2. Balanza comercial

Cuando se habla de balanza comercial se refiere a la diferencia entre importaciones y exportaciones. Existen tres casos:

Superávit, déficit y comercio equilibrado.

El superávit es un resultado positivo y se refiere cuando un país, exporta más de lo que importa, el déficit es todo lo contrario, es cuando se importa más que lo que se vende, por ende, es un resultado negativo, y el comercio equilibrado es cuando ambas partes son iguales o la resta da igual a 0 (Software DELSOL, 2023).

En ese sentido, resulta imperativo adquirir conocimiento acerca de los determinantes que ejercen influencia sobre la balanza comercial. Entre los factores de relevancia, se pueden identificar los siguientes elementos:

1.5.3. Impacto del COVID-19 en las importaciones

Tras un lapso de tres años desde la irrupción del COVID-19, la situación ha retornado a la normalidad. No obstante, durante ese período, numerosas empresas experimentaron quiebras, ya sea debido a la insuficiencia de inversiones o a la depreciación de sus capacidades productivas, entre otros factores. Asimismo, China, principal proveedor de importaciones, suspendió sus exportaciones debido a contratiempos relacionados con la disponibilidad de contenedores, aumentos de precios y una productividad limitada en los productos demandados. Este contexto propició el crecimiento del sector tecnológico tras la normalización, con un notable aumento en la utilización de redes sociales para transacciones en línea. Paralelamente, el sector de importación a través de servicios de mensajería experimentó un incremento, y las empresas logísticas adoptaron medidas preventivas. Con el tiempo, las importaciones recuperaron su dinamismo hasta alcanzar niveles prácticamente equiparables a los valores FOB registrados en 2019.

1.5.4. Comportamiento del consumidor

Las pautas de consumo de la sociedad desempeñan un papel determinante que puede incidir en la inclinación hacia la adquisición de productos internacionales en contraposición a productos de origen nacional, posiblemente motivado por variables vinculadas con la formación académica u otros fundamentos. Este fenómeno se encuentra intrínsecamente ligado a diversos aspectos, tales como el estilo de vida, la cultura, la motivación, la edad, la personalidad, la percepción de marca, la calidad del producto, el precio, la valoración de otros consumidores y la facilidad de navegación de los sitios web. Cabe destacar que, entre estos factores, la consideración de los precios de los bienes importados emerge como un elemento crítico en las elecciones de compra, ejerciendo una influencia directa en la cantidad de productos extranjeros que son objeto de adquisición.

CAPÍTULO 2

2.1 Introducción de la metodología

En el presente trabajo se utilizaron tanto técnicas cuantitativas exploratorias como cualitativas para examinar un tópico que se encuentra en crecimiento exponencial, todo esto para recopilar la información necesaria y cumplir con los objetivos ya anteriormente especificados.

Partiendo desde técnicas como Design Thinking, lluvia de ideas, se creó un mapa de actores, que participan ya sea de manera directa o indirecta en el proceso de compra/venta, logística y transporte de productos importados. A partir de esta identificación, se emplearon entrevistas de tipo no estructuradas, recopilar información acerca de los pensamientos e ideologías que tienen sobre las importaciones y entender más a fondo el punto de vista de los diferentes actores.

2.2 Design Thinking

En el contexto de esta investigación, se exploró detalladamente las diferentes etapas del proceso de importación, desde la identificación de proveedores hasta la gestión logística, con el objetivo de proporcionar una comprensión completa de los desafíos y oportunidades que enfrentan los emprendedores en el comercio internacional.

En este proceso de innovación, no solo se buscó informar, sino proporcionar orientación práctica a los emprendedores que intentan expandir sus horizontes a través de la importación. Es por ello que se inició en el proceso de innovación, con énfasis en encontrar ideas y soluciones creativas que satisfagan las necesidades humanas.

Este itinerario creativo se despliega a través de cinco fases fundamentales que conforman un ciclo completo de desarrollo: empatizar, definir, idear, prototipar y evaluar. En estas etapas se exploró las complejidades de entender las experiencias y perspectivas de los

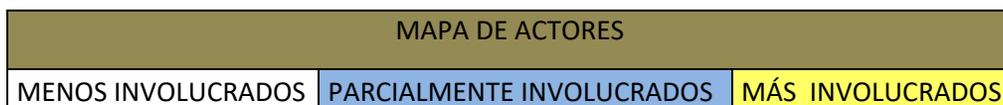
usuarios, definir problemas de manera precisa, concebir soluciones innovadoras, materializar conceptos en prototipos tangibles, y finalmente, someter estas soluciones a evaluaciones exhaustivas para garantizar su efectividad y relevancia.

2.3 Mapeo de actores

La fase inicial del proceso de Design Thinking se enfocó en “empatizar”, esta etapa demanda una comprensión profunda del problema que se está abordando. Para llevar a cabo esta elección, se identificó tres grupos distintos de personas: aquellos menos involucrados, los que están parcialmente involucrados, y aquellos que están más involucrados en dicha problemática. Esta segmentación estratégica permitió capturar una amplia gama de perspectivas, desde las más periféricas y generales, hasta las más centradas y específicas.

Es importante mencionar que, este proceso en dicha fase, sienta las bases para un diseño centrado en el usuario, donde las soluciones no solo resuelven problemas, sino que también se alinean precisamente con las experiencias y necesidades reales de las personas y actores involucrados.

Figura 2 Mapeo de actores



2.4 Identificación de actores

Luego de dibujar el cuadro de actores y saber cómo se iban a dividir, se emitieron ideas y se mencionaron nombres de los posibles actores que intervienen en este proceso, para esto se respondieron a las siguientes preguntas cómo las siguientes: ¿quiénes intervienen en la

compra/venta de un producto en otro país? ¿Y cómo fue el proceso para que el producto llegue a manos del cliente/emprendedor?

Esas fueron las principales preguntas y dudas que se tuvieron al momento de crear el brainstorming. Posteriormente, con las respuestas que se obtuvieron se hizo una tabla donde se observa detalladamente a los actores y sus cualidades/actividades en el proceso de importación.

Con este antecedente se pudo dividir a los actores en los grupos dependiendo del grado de vinculación, tal como se puede evidenciar en la Figura 3 y 4.

Figura 3 Actores involucrados

Actores involucrados
<ul style="list-style-type: none">• Importadores• Emprendedores• Proveedores extranjeros• Transportistas• Aduana• Entidades bancarias• Competidores locales• Distribuidores locales

Figura 4 Mapa de actores



2.5 Normativa Legal

Se investigó y se leyó sobre las normativas legales que intervienen en el proceso de importación desde la compra del producto en el exterior hasta el momento en el que se despache la mercadería.

Toda esta información es pública y se la puede encontrar en la página del SENA.

2.6 Entrevistas

Después de definir a los actores, se realizaron entrevistas no estructuradas a cada uno de los involucrados, cada uno en un día diferente. Esta entrevista fue una conversación y esto creó un ambiente de confianza entre los participantes.

Con esta información se pasó al siguiente punto que son las observaciones.

2.7 Observaciones

La información recopilada de las conversaciones que se mantuvieron con los actores permitió observar los diferentes puntos de vistas e ideologías que tienen sobre las importaciones, además se detectó los temores y deseos verdaderos de los entrevistados al ser una conversación abierta.

También se acudió a las instalaciones de HOGARE donde se conversó más de cerca con el cliente, además se pudo presenciar de forma directa cómo es el proceso de compra de sus productos y cómo llega a acuerdos con sus proveedores en relación al pago y problemas que se suscitan durante el proceso de compra.

2.8 Lluvia de ideas

Luego de haber anotado las observaciones y puntos más importantes de todas las entrevistas, se procedió a poner todas esas ideas en una hoja de Word, la cual sirvió de ayuda para el siguiente punto: matriz de impacto importancia.

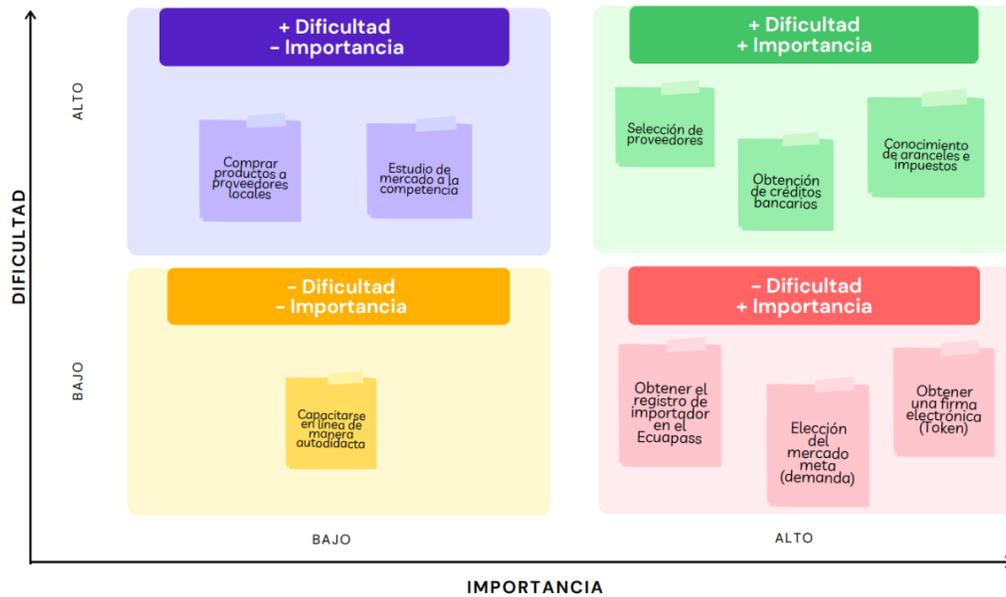
Esta es la tercera fase del Design Thinking que es idear o mejor dicho aportar con la mayor cantidad de ideas posibles.

2.9 Matriz de impacto importancia

Ya en la matriz de impacto importancia se dividió todas las ideas obtenidas según su grado de dificultad y relevancia. En la Figura 5 se pueden observar los 4 cuadrantes: dificultad baja importancia alta, dificultad alta importancia alta, dificultad baja importancia baja, dificultad alta importancia baja.

Figura 5 Matriz de dificultad importancia

Matriz Dificultad/Importancia



2.10 Encuestas

Las encuestas fueron creadas para ser utilizadas como medio de investigación, siendo respondidas por posibles clientes, es decir, personas que desean importar productos para sus negocios.

Se creó mediante la aplicación Google Forms, con el objetivo de identificar los problemas e inquietudes y así crear un manual para que los emprendedores lo puedan usar y ayudarse con esta guía didáctica.

La encuesta se formuló con preguntas cerradas con el objetivo de que al momento de realizar los cuadros en Excel y ver las estadísticas por pregunta sea más fácil visualizarla.

Se creó una matriz que resumió las principales ideas obtenidas de las encuestas.

2.11 Estructuración de la encuesta

El cuestionario o encuesta se la dividió en 5 secciones con 15 preguntas en total. La primera sección o sección filtro se la creó para conocer a qué candidatos le gustaría importar productos o materia prima para su emprendimiento y cuáles están satisfechos con los productos nacionales o simplemente tienen miedo de comenzar el proceso de importación.

La sección dos conecta a las personas que respondieron que no querían importar, esta sección se creó para conocer cuál es el motivo verdadero de estas personas o si, simplemente tienen algún miedo con respecto a que salga mal su importación.

Conocimiento del emprendimiento/emprendedor es la tercera sección, con esto se buscó comprender cuáles son los negocios de los emprendedores, conocer que tanto nivel de importaciones tienen, y su tiempo en el mercado nacional. Todas estas preguntas son de ámbito personal y laboral.

La cuarta sección es solo una pregunta relacionada al INCOTERM que le gustaría usar a la persona. Esta pregunta aparece a las personas que tienen conocimientos intermedios o avanzados de comercio exterior y conocen que, dependiendo de la mercadería, es mejor traerla con algún término comercial específico.

La última sección es referente a los pasos finales a importar, preguntas referentes a si la persona cuenta con RUC, qué clase de asesoramiento le gustaría recibir y si ellos mismos quisieran aprender a hacer sus propias declaraciones aduaneras o si quisieran quitarse ese peso de encima y que otra persona lo realice.

2.12 Tamaño de la población

Para determinar la cantidad de encuestados se buscó información sobre cuantos micro emprendedores existen en Guayaquil.

Se determinó como microempresas a negocios que sólo cuentan con menos de 9 personas registradas en el INEC. A partir de esto se determinó que la población.

Como se puede observar en la siguiente tabla (Tabla 1), las microempresas representan el 23.11% del total de plazas de empleo registrado en el Ecuador y hemos tomado a la provincia del Guayas como población objetivo.

Tabla 1 Cifras de tipo de empresa

Cifras de tipo de empresa y plazas de empleos registradas

Tamaño de empresa	Plazas de empleo registrado total	% Total
Total	2,815,857	100.00%
<i>Grande empresa</i>	1,257,512	44.66%
<i>Microempresa</i>	650,607	23.11%
<i>Pequeña empresa</i>	443,403	15.75%
<i>Mediana empresa "B"</i>	246,029	8.74%
<i>Mediana empresa "A"</i>	218,306	7.75%

Fuente: DIEE, INEC.

Figura 6 Distribución de empresas por provincia

Distribución de empresas por provincia.

Provincias	Cantidad de empresas	Porcentual
Guayas	162.375	19,19%
Otras provincias	683.890	80,81%
Total	846.265	100%

Fuente: DIEE, INEC.

Se estimó que en la provincia del Guayas existen 124,851 microempresas registradas por el INEC.

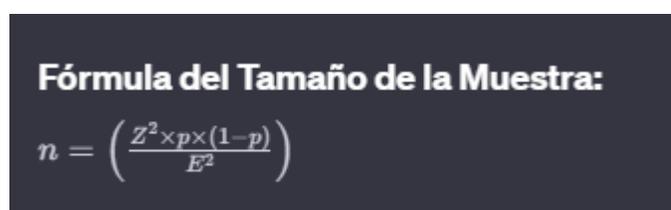
La encuesta fue dirigida a los micro emprendedores de Guayaquil y ciudades aledañas. Una de las dificultades que se sobrellevó fue lograr el contacto con los emprendedores, pues

no respondían las llamadas o no aceptaban responder la encuesta. Como resultado se limitó la población a 100, ya que era muy complicado obtener datos reales de todos los micro emprendedores que existen en la provincia del Guayas.

2.13 Tamaño de la muestra

Una vez definida la población se buscó una fórmula para sacar el tamaño de la muestra.

Figura 7 Fórmula del tamaño de la muestra



Fórmula del Tamaño de la Muestra:

$$n = \left(\frac{Z^2 \times p \times (1-p)}{E^2} \right)$$

Fuente: (Moreno, s.f.)

Donde:

- n es el tamaño de la muestra necesario.
- Z es el valor crítico de la distribución normal estándar correspondiente al nivel de confianza deseado.
- p es la proporción estimada de la población que tiene la característica de interés.
- E es el margen de error (error estándar).

Para calcular el tamaño de la muestra se escogió un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5% y una población de 100 emprendedores. Al dar click en calcular muestra de la página de estadísticas de QuestionPro dió como resultado 81 personas encuestadas (QuestionPro, s.f.).

2.14 Elaboración de prototipo

Ya luego de haber recopilado todos los resultados de las encuestas, se procedió a armar los diferentes gráficos que ayudaron para la comprensión de los resultados.

Dentro del prototipo se detallan los pasos para que una persona natural pueda convertirse en importador/exportador. También se encuentran links que guían al libro de nomenclaturas arancelarias. Dentro del prototipo se incluye un simulador donde la persona puede poner el código arancelario, la cantidad, valor unitario de su producto, costo de flete y mediante el link de las nomenclaturas poner sus respectivos aranceles para que automáticamente la aplicación despliegue el valor total de la importación.

2.15 Validación de prototipo

Ya en este último paso se procedió a validar el prototipo creado a los diferentes actores involucrados. Se procedió a corregir los errores presentados y se dio énfasis en la retroalimentación brindada por los actores para mejoras en el prototipo con el objetivo de que sea más fácil e interactivo.

2.16 Matriz de validación

A través de la utilización de la matriz proporcionada, se logró recopilar una diversidad de perspectivas y aportes de los diversos actores involucrados, quienes, desde sus respectivas áreas de conocimiento, compartieron valiosa información en retrospectiva al manual instructivo desarrollado. En el primer cuadrante de la matriz, se evidencia la presencia de comentarios positivos emitidos por los actores, resaltando aquellos aspectos del instructivo que les resultaron especialmente gratificantes o informativos. En contraste, en el segundo cuadrante, se registran comentarios que, desde la perspectiva de los participantes, sugieren la necesidad de modificaciones, cambios o señalan ideas que podrían requerir una estructuración más precisa.

El tercer cuadrante, por su parte, se convierte en el espacio focal para abordar interrogantes y dudas expresadas por los actores con respecto al contenido del manual, identificando posibles incongruencias y áreas de mejora. Este sector de la matriz sirvió como un terreno propicio para afinar la claridad informativa de la guía instructiva. Finalmente, en el cuarto cuadrante, cada actor, guiado por su experiencia y competencia en su área de trabajo, contribuyó con ideas innovadoras destinadas a mejorar la guía. En este espacio, se presentaron valiosas recomendaciones y aportes que enriquecieron sustancialmente el material instructivo, generando una colaboración significativa y una aprobación unánime del contenido final.

CAPÍTULO 3

3.1 Resultados de investigación cualitativa

Las observaciones que se encontraron durante la etapa de la investigación cualitativa permitieron entender el cómo y el porqué de los comportamientos de las personas y así mismo sus motivaciones y características del grupo objetivo.

Estas observaciones se dieron en primera instancia a través de entrevistas con cada uno de los actores involucrados. La entrevista fue realizada a 6 actores que intervienen en el proceso de compra/venta: un emprendedor, un importador, un agente de aduana, una persona del banco, un transportista y un comerciante nacional (competencia).

Entre los principales hallazgos de las entrevistas que se encontraron fueron:

1. El emprendedor ha sufrido estafas por parte de proveedores internacionales. Tal como nos comentó Joseph Veliz, emprendedor importador, lo cual en la entrevista revela una experiencia desafiante, donde un proveedor extranjero, carente de ética, lo estafó durante el proceso de importación y desapareció sin dejar rastro. Esta lamentable vivencia destaca la vulnerabilidad de los emprendedores ante proveedores poco confiables en el ámbito internacional. La desaparición repentina del proveedor subraya la importancia crucial de construir relaciones comerciales basadas en la transparencia y la integridad. Este hallazgo resalta la necesidad apremiante de ejercer una cautela extrema en cada etapa del proceso de importación, ya que la falta de ética de algunos actores en el mercado internacional puede acarrear consecuencias financieras y operativas severas para los emprendedores.
2. La entrevista con Joseph Veliz, emprendedor importador, desentraña un momento crítico en su travesía empresarial, marcado por la importación de una carga de productos que, lamentablemente, se vio impedida por problemas de propiedad intelectual de una marca reconocida. La aduana retuvo la mercancía,

generando una serie de complicaciones en el proceso de liberación. Este incidente recalca los riesgos inherentes al comercio internacional, destacando la importancia esencial de llevar a cabo investigaciones rigurosas y una selección minuciosa de proveedores. La experiencia de Joseph evidencia la necesidad crítica de un conocimiento profundo de las regulaciones y requisitos de importación para evitar consecuencias financieras y operativas significativas.

3. Es de suma importancia reconocer el papel crucial que desempeñan los créditos bancarios como elemento propulsor del crecimiento empresarial en el ámbito de la importación. Geovanna Hoey, colaboradora bancaria, destaca que el banco, al considerar la otorgación de créditos, implementa especificaciones rigurosas, con un énfasis significativo en el historial crediticio de los solicitantes. Este análisis incluye la evaluación de la consistencia en el pago de tarjetas en sus fechas de corte, siendo un factor crucial para determinar la capacidad crediticia de los emprendedores. Además, subraya la atención meticulosa que el banco dedica a la evaluación financiera de los empresarios, revisando estados financieros, salud económica, proyecciones de ventas e indicadores diversos. Este proceso exhaustivo tiene como objetivo mitigar el riesgo de incumplimiento de pago y respaldar financieramente a los emprendedores en su viaje de importación. En última instancia, estos créditos, solicitados por los clientes con el objetivo de fortalecer sus negocios, se presentan como herramientas estratégicas para el respaldo económico de las importaciones, el aumento de las ventas y la expansión de los locales físicos de los emprendedores, destacando la colaboración indispensable entre la banca y los emprendedores en la materialización de sus objetivos comerciales.
4. La entrevista con el agente aduanero de Siatigroup revela la existencia de dos regímenes primordiales para la importación por parte de personas naturales: el

régimen de consumo y el courier. Estos regímenes, que abarcan desde productos habituales como ropa y calzado hasta artículos más voluminosos como televisores y repuestos automotrices, ofrecen diversas categorías para la importación. Un punto esencial extraído de la entrevista es que los márgenes de ganancia al vender productos importados están intrínsecamente vinculados al tipo de producto y a la cantidad importada. La relación entre la cantidad de mercancía y las restricciones de peso en kilogramos se posiciona como un factor determinante, evidenciando que mayores volúmenes de mercadería pueden traducirse en menos limitaciones y, por ende, en potenciales márgenes de ganancia más amplios. Este insight destaca la importancia de considerar cuidadosamente la naturaleza y cantidad de los productos importados al evaluar la rentabilidad en el mercado local.

3.2 Resultados de investigación cuantitativa

Para la investigación cuantitativa se llevó a cabo el uso de diferentes herramientas tanto matemáticas como de estadística, todo esto con el objetivo de cuantificar el problema de investigación.

3.2.1 Metodología de recolección de datos

Para la recolección de datos, se tomó alrededor de 20 días en llegar a la cifra estimada de la muestra que es de 73 encuestas, desde el 9 al 29 de diciembre. Para completar este proceso se tomó en cuenta a emprendedores/emprendimientos de la provincia del Guayas, por el tema de dificultades tanto como la lejanía o que no respondieron a las llamadas y encuestas que se envió. El objetivo de la encuesta fue obtener datos reales para plasmarlos en gráficos y que sea de fácil comprensión para todos los lectores.

3.2.2 Diseño del cuestionario

La encuesta estuvo integrada por un total de 15 preguntas divididas en 5 secciones, dependiendo de la respuesta del encuestado.

- Primera sección orientada a si está o no interesado en importar.
- Segunda sección buscó las causas o razones por las cuáles no le gustaría importar.
- Tercera sección usada para conocer más a fondo sobre el emprendedor, su negocio y evaluar su nivel de conocimiento de importaciones.
- Cuarta sección para saber con qué INCOTERM le gustaría traer su producto/mercadería.
- Quinta sección fue creada con el fin de saber qué información le gustaría que tenga la guía didáctica para facilitar su comprensión.

3.2.3 Análisis de datos obtenidos

A continuación, se muestra la recopilación de los análisis descriptivos más relevantes a partir de las respuestas de las encuestas obtenidas. Se emplearon diagramas de barras y diagramas circulares para un mayor entendimiento. Las figuras mencionadas se encuentran en el Apéndice C.

Se destaca que el 82% de los participantes expresó su deseo de importar productos, mientras solo el 18% está satisfecho con comprar localmente en Ecuador. En la sección sobre el conocimiento del emprendimiento, se observa que el 55% de los encuestados tiene menos de seis meses emprendiendo, y más del 60% carece de conocimientos detallados sobre importaciones. Las preferencias de importación se centran principalmente en productos como ropa/accesorios y dispositivos electrónicos, representando el 60% de las respuestas. La mayoría desea importar productos de Estados Unidos y China. Además, el 68% no está

familiarizado con los INCOTERMS, resaltando una falta generalizada de comprensión en logística internacional. En la sección final sobre requisitos y requerimientos, se destaca que el 58% de los encuestados cuenta con RUC, mientras que el 42% aún no ha iniciado este proceso.

3.3 Prototipo y su validación

En la fase de prototipado, se trabajó con el objetivo de atender las necesidades de los emprendedores, tomando en consideración las respuestas recopiladas durante la encuesta. Se tomó como referencia la información de TJ CHINA FREIGHT para realizar la guía (Freight, 2022). El prototipo que se realizó es una guía en una página web, donde el emprendedor pueda aprender desde lo más básico hasta un nivel intermedio y pueda importar sus propios productos.

El nombre del sitio web se denominó “Ecu-Import & Shipping”, por lo que se diseñó un logotipo dinámico en el cual se muestra un barco con contenedores.

FIGURA 8 LOGOTIPO DE ECU-IMPORT & SHIPPING



3.3.1 Primer prototipo antes de validación

A continuación, se muestran las dos primeras partes del primer prototipo antes de la validación de los actores, el prototipo completo se lo encuentra en el apéndice E.

FIGURA 9 PAGINA PRINCIPAL DEL SITIO WEB



FIGURA 10 PASOS PREVIOS A IMPORTAR



El prototipo detalla los pasos previos a la importación para personas naturales en Ecuador, con requisitos iniciales y un enlace a la página oficial de Aduana. Se abordan los

regímenes de importación, los depósitos aduaneros y los INCOTERMS, destacando la seguridad en compras online, especialmente en Alibaba, con énfasis en el botón de Trade Assurance.

También se presenta una lista de agentes aduaneros reconocidos, con un enlace a la lista completa. La sección final incluye un cuadro para calcular tributos y se advierte que no se incluyen costos adicionales. Además, se proporciona una sección para preguntas.

3.3.2 Validación del primer prototipo

Se compartió el primer prototipo con los seis actores clave para recibir su validación, durante la cual contribuyeron con sugerencias y recomendaciones. Las matrices de validación de cada actor véanse en el apéndice D.

Tabla 2 Retroalimentación de la validación del primer prototipo

Actor	Nombre	Sugerencias y recomendaciones
Emprendedor	Vladimir Ponce	La guía está dinámica y se entiende, lo que veo que falta es detallar información acerca de cómo reaccionar en caso de contratiempos con la mercadería, por ejemplo, cuando hay productos defectuosos, cómo respondería el emprendedor ante esa carga importada.
Importador	Joseph Veliz	Según el objetivo del proyecto, falta plasmar información sobre los problemas con la garantía de los productos en la guía.
Entidad bancaria	Geovanna Hoey	Recomiendo investigar a fondo los requisitos legales para evitar contratiempos y asegurar un proceso de importación fluido y sin problemas.
Agente aduanero	Ana Chonillo	Con respecto a los incoterms, creo yo que los emprendedores necesitan conocer cuáles son cada uno de ellos y su nomenclatura, para entender mejor la guía.
Competidor local	Cristhian Valarezo	Ninguna
Transportista	Melanie Morales	Se puede enfatizar más en los nombres de los incoterms y su significado, que exista un apartado para que el emprendedor sepa de qué se tratan.

3.4 Segundo prototipo de baja fidelidad

Una vez analizadas las sugerencias y recomendaciones hechas por los diferentes actores, se procedió a corregir la guía para importaciones tomando en cuenta dos aspectos que predominaron: poner información acerca de la garantía de los productos que vienen defectuosos (trade assurance), y detallar el significado de cada incoterm con sus respectivas características.

A continuación, se muestran las mejoras realizadas en base a las recomendaciones hechas por los actores:

FIGURA 11 INFORMACIÓN DEL TRADE ASSURANCE

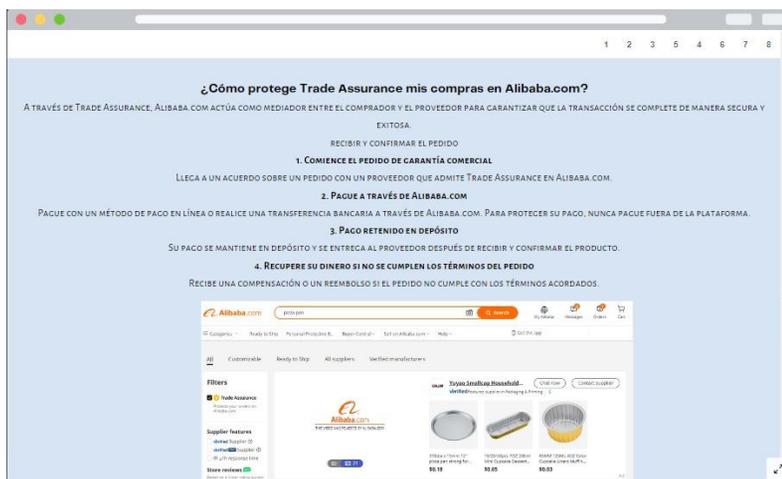


FIGURA 12 INFORMACIÓN DETALLADA DE LOS INCOTERMS

Grupo E	Grupo C
<ul style="list-style-type: none"> • EX WORKS - EN FÁBRICA (EXW): EL VENDEDOR NO ES RESPONSABLE DE NINGÚN COSTO DE TRANSPORTE O SEGURO, PERO DEBE PONER LA MERCANCÍA A DISPOSICIÓN DEL COMPRADOR EN LA FÁBRICA O ALMACÉN DEL VENDEDOR. 	<ul style="list-style-type: none"> • COSTO Y FLETE (CFR): EL VENDEDOR PAGA TODOS LOS COSTOS ASOCIADOS CON LA ENTREGA DE LAS MERCANCÍAS EN UN PUERTO DESIGNADO, PERO NO CON LA DESCARGA EN EL DESTINO. • COSTO, SEGURO Y FLETE- CIF: ESTO SIGNIFICA QUE EL VENDEDOR CUBRE EL COSTO DEL TRANSPORTE Y EL SEGURO HASTA QUE LA MERCANCÍA LLEGA AL PUERTO DE DESTINO. • CPT: EL VENDEDOR PAGA EL TRANSPORTE HASTA LA LLEGADA DE LA MERCANCÍA AL DESTINO. • CIP: EL VENDEDOR PAGA, ADÉMÁS DEL FLETE, EL SEGURO HASTA LA LLEGADA DE LA MERCANCÍA AL LUGAR DE DESTINO.
Grupo F	Grupo D
<ul style="list-style-type: none"> • FREE CARRIER - LIBRE TRANSPORTISTA - (FCA): EL VENDEDOR ES RESPONSABLE DE ENTREGAR LA MERCANCÍA A UN TRANSPORTISTA DESIGNADO, EN UN LUGAR CONVENIDO CON EL COMPRADOR, HACIÉNDOSE CARGO DE LOS COSTOS HASTA QUE LA MERCANCÍA LLEGA AL LUGAR SELECCIONADO. • FREE ALONGSIDE SHIP - LIBRE AL COSTADO DEL BARCO (FAS): EL VENDEDOR ENTREGA LA MERCANCÍA JUNTO AL BUQUE EN EL PUERTO DE CARGA ACORDADO. • FREE ON BOARD - LIBRE A BORDO (FOB): EL VENDEDOR ES RESPONSABLE DE CARGAR Y ENTREGAR LA MERCANCÍA EN EL PUERTO Y A BORDO DEL BUQUE DESIGNADO POR EL COMPRADOR. 	<ul style="list-style-type: none"> • DAT: ENTREGADO EN LA TERMINAL. EL VENDEDOR PAGA EL COSTO DEL TRANSPORTE DE LA MERCANCÍA HASTA LA TERMINAL INDICADA EN EL PUERTO O LUGAR DE DESTINO INDICADO. • DAP: ENTREGADO EN EL LUGAR. EL VENDEDOR PAGA EL COSTO DEL TRANSPORTE DE LA MERCANCÍA HASTA EL LUGAR DE ENTREGA ACORDADO. • DDP - ENTREGADO DERECHOS PAGADOS: EL VENDEDOR PAGA TODOS LOS COSTOS Y RIESGOS QUE CONLLEVA LLEVAR LA MERCANCÍA A SU DESTINO FINAL. EN ESTE CASO, LOS DERECHOS DE IMPORTACIÓN ESTÁN INCLUIDOS EN EL PRECIO DE COMPRA.

3.5 Análisis de costos

Para el respectivo análisis de costos se contactó a un ingeniero en sistemas con experiencia en realización de páginas webs, la entrevista que se realizó se puede encontrar en el Apéndice F.

Dentro de los costos pertinentes al diseño de la página web, se determinaron los siguientes rubros:

- Costo del desarrollador web
- Costo del diseño de la página
- Costo de mantener la página web subida en internet
- Costo de registrador de dominios
- Costo de actualizaciones del sitio web

Tabla 3 Costos iniciales de diseño del sitio web

Rubro	Valor Inicial
Presupuesto para diseñadores web	\$ 2000
Costo del diseño del sitio web	\$ 300

Tabla 4 Costos mensuales de diseño del sitio web

Rubro	Valor Mensual
Costo de mantener subido en internet el sitio web (hosting)	\$10
Actualizaciones del sitio web	\$100

Tabla 5 Costos anuales de diseño del sitio web

Rubro	Valor Anual
Costo de registro de dominio	\$277,88

Tabla 6 Presupuesto del sitio web

Rubro	Valor Inicial
Presupuesto inicial	\$ 2687,88
Presupuesto primer año	\$ 3897,88
Presupuesto tercer año	\$ 7093,64

Este proyecto innovador busca crear una guía educativa que sea asequible para todos, sin comprometer la calidad. La clave maestra para optimizar los recursos financieros radica en una elección estratégica: la guía se materializará exclusivamente en formato digital. Este enfoque estratégico elimina los costos vinculados a la producción física y la distribución, canalizando la inversión directamente hacia la creación de contenido y la compensación justa para los programadores que materializarán esta valiosa herramienta educativa.

Después de un análisis detenido de los diversos elementos involucrados, el costo total estimado para el desarrollo del sitio web asciende a \$2697.88. Este monto abarca áreas

cruciales como el desarrollo y diseño del sitio, el registro de dominio, alojamiento web, costo de hosting, y otros aspectos esenciales para la creación y mantenimiento exitoso de esta guía educativa digital. Este desglose permite una visión clara de la inversión y asegura la transparencia en el presupuesto asignado.

CAPÍTULO 4

4.1 Conclusiones

- En virtud de lo anterior, el propósito de este trabajo radica en la elaboración de una guía didáctica concebida a partir de los desafíos experimentados por nuestro público objetivo, conformado por pequeños emprendedores, con el fin de proporcionar orientación sobre cómo las importaciones pueden ser un recurso beneficioso en sus actividades comerciales.
- Más de la mitad de personas que no piensan importar es por el miedo a que el producto no sea rentable en el mercado ecuatoriano.
- El proyecto a nivel académico es muy rentable, no sólo ayudará a los emprendedores sino a cualquier estudiante que se interese por el comercio exterior y quiera comenzar su propio negocio.
- Un considerable número de individuos muestra interés en la importación de prendas de vestir y accesorios, no con la intención de establecer un negocio, sino más bien como una práctica de consumo. Esto se debe a que la indumentaria en otros países, como Estados Unidos, exhibe precios más accesibles y una calidad superior en comparación con la disponible en Ecuador.
- Se estima como tiempo promedio de dos meses con un solo programador para implementar la guía de importaciones en una página web.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda que antes de importar un producto se investigue por propia cuenta los requisitos tales como DCP (documentos de control previo), los aranceles que lleva el producto y haga una estimación de presupuesto.
- Es imprescindible contar con un agente aduanero en todo el proceso de importación para evitar retrasos con la mercadería y evitar tener que pagar una mayor cantidad de dinero por multas.
- A partir de los INCOTERMS mostrados, se recomienda a los emprendedores con conocimientos básicos de importación negociar el envío del producto en el grupo D, ya que tiene mayores beneficios para el importador como la facilidad, el riesgo y costos se hace cargo por parte del vendedor/exportador hasta que llegue al país de destino.
- Es de vital importancia revisar los datos de las empresas con las que se negocia, como sus años en el mercado, si se las han auditado, reseñas de otros compradores e historial de transacciones.
- Antes de comprar en páginas chinas se debe activar la opción de “Trade Assurance” si es Alibaba y de “Secure Trading Services” si es Made In China, para evitar estafas y en caso de problemas con el proveedor se pueda recuperar el dinero.
- Antes de importar un producto se tiene que investigar a su competencia y al nicho de mercado al cual quieren ofrecer el producto, para no tener problemas con falta de clientes cuando quieren venderlo.
- Se recomienda usar Couriers autorizados por la SENA en caso de que se quiera importar productos cuyo valor FOB sea menos o igual a \$400 y pese menos de 4kg, esto se lo conoce como CATEGORÍA B – 4x4.

BIBLIOGRAFÍA

- Bravin, C. (28 de Diciembre de 2023). *Neolo Web Hosting* . Obtenido de <https://www.neolo.com/blog/cuanto-cuesta-una-pagina-web-en-ecuador.php>
- (2022). *Comercio Exterior Septiembre 2022*. Guayaquil: Boletín de cifras.
- Company, G. O. (s.f.). *Go Daddy*. Obtenido de <https://www.godaddy.com/es/paginas-web/creador-de-paginas-web/planes-y-precios>
- Correa Castillo , A. V., Aguilar Ordoñez, L. R., & Zarango Espinoza, K. L. (2022). *Covid-19 y su impacto en el comercio Internacional de Ecuador*. Machala. Obtenido de <file:///C:/Users/Shirley/Downloads/Dialnet-Covid19YSuImpactoEnElComercioInternacionalDeEcuador-8331393.pdf>
- Datosmacro*. (13 de Mayo de 2023). Obtenido de Datosmacro: <https://datosmacro.expansion.com/comercio/importaciones/ecuador#:~:text=En%202021%20las%20importaciones%20en,de%20menor%20a%20mayor%20porcentaje>.
- Economipedia*. (1 de Julio de 2020). Obtenido de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-ventaja-comparativa.html#google_vignette
- Freight, T. C. (28 de Agosto de 2022). *TJ CHINA FREIGHT*. Obtenido de TJ CHINA FREIGHT: <https://es.tj-chinafreight.com/import-license-for-different-countries-the-ultimate-faq-guide/>
- Moreno, D. (s.f.). *Telencuestas*. Obtenido de <https://telencuestas.com/calculadora-de-tama%C3%B1o-de-muestra>
- QuestionPro*. (s.f.). Obtenido de QuestionPro: <https://www.ishares.com/us/products/239756/ishares-growth-allocation-etf>

Software *DELSOL*. (2023). Obtenido de Software *DELSOL*:

<https://www.sdelsol.com/glosario/balanza-comercial/>

APÉNDICE A

Entrevistas a profundidad

Actor: Emprendedor

Vladimir Ponce (Propietario de HOGARE)

Vladimir, una persona resuelta a enfrentar desafíos, es el dueño de HOGARE, un negocio que inició sus operaciones cinco meses antes del estallido de la pandemia del COVID-19 en 2019. Su decisión se fundamentó en su profundo involucramiento en el ámbito comercial, ya que sus padres también se dedican a las ventas puerta a puerta en diversas ciudades de Ecuador. A diferencia de sus progenitores, Vladimir optó por dar un giro a la situación y aventurarse en las ventas en línea dentro de Guayaquil. Inicialmente, su travesía como empresario implicaba tomar fotografías de productos para el hogar y compartirlas en sus redes sociales, logrando vender un máximo de cuatro productos por semana. Esta etapa inicial fue desafiante, pero con la llegada de la pandemia en 2020, sus ventas experimentaron un incremento significativo, pasando de cuatro ventas semanales a ventas diarias con una afluencia considerable, ya que las personas buscaban adquirir productos en línea sin salir de sus hogares.

Entre las complicaciones que ha enfrentado, Vladimir destaca el tema del volumen de ventas. Sus proveedores emiten cheques con un plazo específico de 90 días, lo que implica para él cubrir esos acuerdos y destinar recursos a la publicidad para obtener el capital necesario y cumplir con sus compromisos. Además, se enfrenta al desafío de productos defectuosos, que, cuando ocurren, HOGARE se encarga de reembolsar o reponer, buscando ofrecer soluciones excelentes a sus clientes y mantener un servicio de calidad.

Vladimir Ponce comparte que actualmente tiene cinco clientes a quienes les vende sus productos al por mayor, lo cual representa un crecimiento para su negocio. Esta situación le motiva a considerar la idea de importar sus propios productos, ampliando así sus oportunidades de venta y la distribución al por mayor de su mercancía.

Actor: Agente Aduanero

Ana Chonillo (Asesora Comercial de Siatigroup)

¿Qué se necesita para que una persona natural pueda importar?

Ana sostiene que en Siatigroup, se atiende a una amplia gama de personas y entidades, desde personas naturales y pymes hasta empresas grandes, gestionando importaciones y exportaciones con agilidad y seguridad, además de ofrecer servicios de transporte internacional de carga. En el ámbito de importaciones, ella enfatiza su compromiso con el proceso de nacionalización de las mercancías, ya sea para emprendedores o empresas consolidadas.

Con relación a las importaciones para personas naturales, menciona dos regímenes principales: el de consumo y el courier. La distinción entre ambos se basa en el valor y peso de la carga. Para el régimen courier, que aplica a cargas hasta 100 kg y un valor máximo de \$5000, las personas naturales pueden realizar importaciones sin dificultad. Estos regímenes se dividen en categorías específicas: la A para documentos, la B para compras personales habituales como ropa y calzado, y la C para artículos más grandes como televisores o repuestos automotrices, entre otros. Para importaciones por consumo, el valor debe superar los \$5000 y el peso ser mayor a 100 kg, lo que requiere que la persona cumpla con ciertos requisitos como poseer un RUC, un Token, así como un registro de importador, entre otros parámetros.

En cuanto a las importaciones de artículos para el hogar, Ana confirma que se llevan a cabo, como, por ejemplo, decoraciones del hogar provenientes de plataformas como Alibaba o AliExpress, bajo el régimen courier. Sin embargo, señala que existen estándares y costos adicionales, como el pago de una tarifa por la declaración de importación que aplica a cargas superiores a los \$2500, junto con otros impuestos por el proceso de nacionalización que se deben abonar.

Actor: Importador

Joseph Veliz (Emprendedor importador)

Joseph, un emprendedor decidido, ha optado por adentrarse en el mundo de la venta de dispositivos electrónicos como smartwatches, airpods y teléfonos móviles a través de su tienda digital en Instagram. Gestionando sus operaciones mediante envíos y el servicio de Servientrega, Joseph fundamenta su decisión de emprender en la observación de que los precios de los productos que planea vender son considerablemente más bajos al adquirirlos en otros países, especialmente en China. Esto le permite obtener un margen de utilidad significativo al comercializarlos en Ecuador.

Entre los desafíos que enfrenta al importar, Joseph destaca la competencia en Guayaquil, donde existen numerosos negocios dedicados a la misma actividad. Además, la aduana representa otro obstáculo, ya que se ve inmerso en procesos complicados y debe pasar por diversos filtros para obtener sus mercancías. Una experiencia negativa que ha marcado su trayectoria emprendedora es haber importado una carga en la que el producto no estaba permitido debido a problemas de propiedad intelectual de una marca, lo que generó dificultades en la liberación de dichos productos por parte de la aduana.

En cuanto a la selección de proveedores, Joseph se guía por los precios y tarifas que ofrecen, al mismo tiempo que verifica la confiabilidad de las fábricas mediante la cantidad de envíos registrados en sus páginas web.

Al final, señala que en sus inicios carecía de conocimientos detallados sobre importaciones, teniendo un entendimiento limitado del tema. Inició un proceso de autoeducación mediante la visualización de videos y la lectura de páginas en internet que proporcionaban información sobre importaciones, incluyendo normativas y requisitos vigentes para realizar pedidos internacionales. De esta manera, gradualmente, se fue adentrando en el conocimiento del tema, y a medida que adquiría experiencia práctica, logró comprenderlo a fondo y maniobrar en él con confianza.

Actor: Entidad Bancaria

Geovanna Hoey (Asesora en Banco del Pacífico)

Geovanna, colaboradora en el banco, despliega sus habilidades para ofrecer servicios al cliente a socios y clientes de la entidad. Destaca la estrecha relación en el ámbito financiero entre la banca y el comercio exterior, donde se llevan a cabo operaciones bancarias en conjunto con transacciones vinculadas a importaciones y exportaciones. Entre los beneficios que se proporcionan se encuentran las cartas de crédito, el financiamiento directo, así como instrumentos para gestionar riesgos y facilitar operaciones tanto a nivel nacional como internacional.

En el contexto de transacciones con el SENA, Geovanna menciona la presencia de mensajeros de empresas que acuden a las instalaciones del banco para llevar a cabo operaciones relacionadas con pagos de aranceles aduaneros, impuestos y otros cargos asociados a actividades de importación y exportación. Estas transacciones incluyen el pago de facturas emitidas por las entidades involucradas.

Abordando el tema de los créditos bancarios, destaca que el banco sigue especificaciones rigurosas al otorgar estos beneficios. El historial crediticio de la persona, evaluando la consistencia en el pago de tarjetas y fechas de corte, es un factor crucial. Para microempresarios, se considera su capacidad de pago, siendo un ejemplo el requisito de ingresos superiores a \$2000 para acceder a un crédito de consumo, entre otros tipos de créditos de más y menos valor. En general, el banco realiza un exhaustivo análisis de la información financiera de los empresarios, revisando estados financieros, salud económica, proyecciones de ventas, indicadores, y otros requisitos para mitigar el riesgo de incumplimiento de pago.

Estos préstamos son solicitados por los clientes para fortalecer sus negocios, aumentar las ventas mediante el respaldo económico de importaciones, o incluso para expandir sus locales físicos.

Actor: Competencia local

Cristhian Valarezo (Asistente de compras en TÍA)

Cristhian, trabajador de la empresa Tía, nos cuenta que se demora desde 30 a 45 días para que llegue su producto y mayormente de países como China y Turquía, las compras dependen de la necesidad del producto y hacen compras desde antes que se agote el producto.

Se realizan cotizaciones (todo de manera online o en páginas web) y luego realizan una preselección, para pedir muestras físicas y escoger la mejor opción, todo este proceso dura alrededor de 1 mes. Luego de esto se ven otros factores internos como el tiempo de la empresa, reseñas, un análisis más exhaustivo con sus métricas para ver si generan ingresos.

Luego de escoger el proveedor y producto se contactan con el departamento de importaciones para que se contacten con el proveedor y poder realizar la importación.

Tía realiza las importaciones mediante agentes aduaneros externos y compran todo en valor FOB.

Actor: Transportistas

Melanie Morales (Servicio al cliente en Modertransp S.A.)

Melanie Morales, trabajador en atención al cliente en Moderntransp S.A. Nos cuenta que es una empresa de transporte de carga por carretera constituida en 2015, contamos con una flota propia de vehículos y también subcontratan a terceros

Trabajan 24/7, actualmente solo en Guayaquil, Posorja y Durán por temas de seguridad. Es una empresa familiar donde ella trabaja con sus padres desde el 2022.

Los desafíos que enfrenta una empresa de transporte logístico son los siguientes:

- Posible contaminación de los contenedores.
- Encontrar personal confiable y responsable para el área logística (administrativos) y de transporte (choferes).
- Cumplir con los tiempos establecidos y el número de contenedores designados según la descarga.
- La delincuencia que acecha en todo momento.
- Dar pronta respuesta ante imprevistos que puedan darse durante el transporte de la carga.

Con respecto al tema de contenedores semanales nos cuenta que varía cada semana porque se trabaja directamente con los patios y son ellos quienes asignan el número de contenedores por semana.

APÉNDICE B

Cuestionario de encuesta a través de medios digitales

¿Son las importaciones directas clave para el desarrollo de los emprendimientos locales?

Bienvenido a nuestra encuesta de la materia integradora. Este formulario forma parte de un estudio académico acerca de cómo las importaciones directas benefician el desarrollo y productividad de los emprendedores locales. Tu respuesta contribuirá significativamente a nuestro proyecto. Todos los datos recopilados serán tratados de manera confidencial y se utilizarán exclusivamente para fines académicos.

¿Le gustaría a usted importar?

- Sí
- No

¿Cuál es el motivo de no querer importar?

- Que los productos salgan defectuosos
- Que salga estafado
- Que los productos no salgan de aduana por falta de documentación
- Que el producto no sea rentable

¿Cuánto tiempo lleva emprendiendo en su negocio?

- Menos de 6 meses
- Entre 6 meses a 1 año
- Entre 1 a 3 años
- Más de 3 años

¿Qué nivel de conocimientos de importaciones tiene?

- Básico
- Intermedio
- Avanzado
- No tengo conocimientos

¿Qué productos le gustaría importar?

- Dispositivos electrónicos
- Artículos para el hogar
- Ropa y accesorios
- Alimentos y bebidas
- Joyería
- Otro

¿Cuál es su motivación para importar?

- Tener un mayor margen de utilidad
- Acceder a productos de mejor calidad
- Ampliar la variedad de productos de mi negocio
- Competir al mismo nivel de otros negocios

¿Qué información le es prioritaria conocer al momento de importar un producto?

- Cálculo de aranceles
- Prohibiciones y/o documentación a presentar
- Costo por unidad del producto
- Presupuesto a invertir
- Solución frente a problemas con la garantía

¿De qué países le gustaría traer la mercadería?

- China
- Estados Unidos
- Colombia
- España
- India
- Otro

¿Conoce qué INCOTERM le gustaría usar?

- Sí
- No

¿Cuál de los siguientes INCOTERMS usaría?

- Grupo C
- Grupo D
- Grupo E
- Grupo F

¿Cuenta con un RUC?

- Sí
- No

Con respecto a la documentación y requisitos previo a importar, ¿le gustaría a usted gestionar el trámite por su cuenta o prefiere que un asesor/compañía lo ayude?

- Por mi cuenta
- Por medio de la ayuda de terceros

¿Qué tipo de asesoramiento es primordial para usted al momento de empezar a importar?

- Asesoramiento Legal
- Asesoramiento financiero
- Capacitación de trámites aduaneros

¿Qué criterio elegiría usted al momento de seleccionar los proveedores?

- Trayectoria y reputación del proveedor
- Calidad de sus productos
- Comodidad logística para recibir mercadería
- Precio de los productos

¿Consideraría útil contar con un manual completo que contenga información detallada para iniciar el proceso de importación?

- Sí, sería muy útil
- No estoy seguro
- No, no sería útil

APÉNDICE C

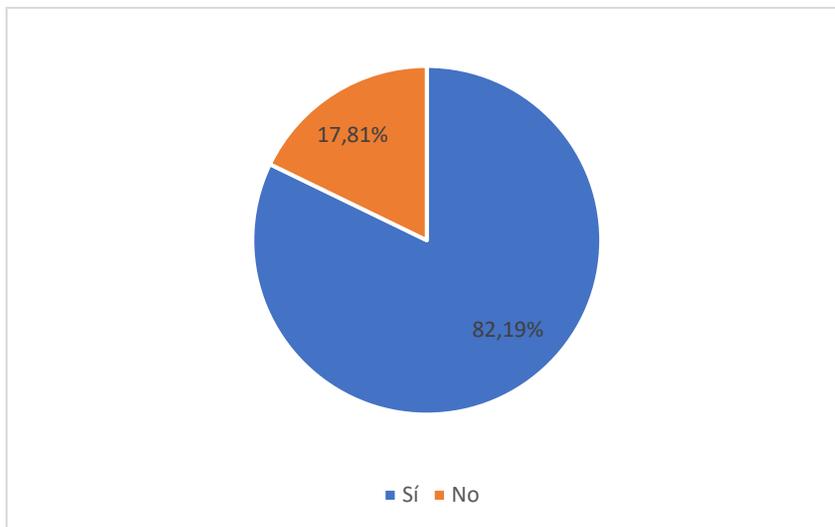
Gráficos de los resultados de la encuesta

Sección Filtro

En esta sección, lo que se buscó conocer fue la cantidad de personas que quieren importar sus productos, a lo que el 82% respondió que le gustaría importar y sólo el 18% está conforme con comprar sus productos en Ecuador.

GRÁFICO C.1

Pregunta: ¿Le gustaría importar?

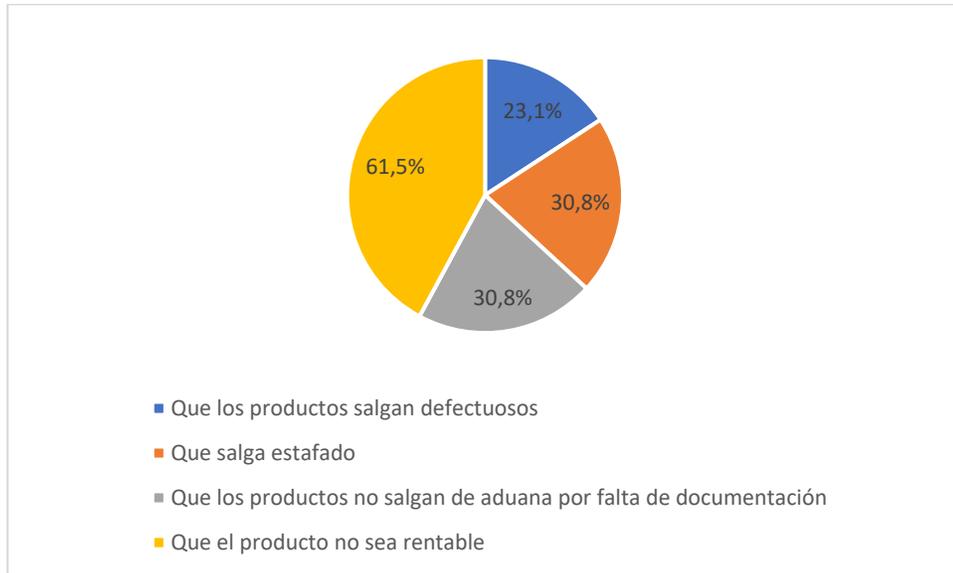


Sección Motivo del por qué no

La siguiente pregunta es en base a la pregunta anterior, es sólo para las 13 personas que respondieron que no les gustaría importar. Fue una pregunta dividida entre sus 4 opciones, pero más del 60% concluyó que tienen miedo de que el producto no sea rentable.

GRÁFICO C.2

Pregunta: ¿Cuál es el motivo de no querer importar?



Sección conocimiento de emprendimiento

En esta sección se realizaron 7 preguntas, todas de índole personal/laboral. Como se sabe es muy difícil emprender en Ecuador, la mayoría de emprendimientos quiebran en menos de 3 años y sólo un porcentaje pequeño dura más de 5. De todos los entrevistados el 55% lleva emprendiendo menos de 6 meses y un porcentaje equitativo se divide entre las otras tres opciones: entre 6 meses a 1 año, entre 1 a 3 años, más de 3 años, cada una con un 15%.

El 41% de los encuestados tienen conocimientos básicos de importaciones y el 20% no tiene nada de conocimientos, estos datos demuestran que más del 60% no saben cómo es el proceso de compra/venta de productos internacionales.

La pregunta: ¿Qué productos le gustaría importar?, fue la que obtuvo más respuestas por parte de los entrevistados ya que se puso opciones y también se dio la libertad para que el

emprendedor escriba su producto a importar. De los 73 encuestados el 60% se dividió entre ropa/accesorios y dispositivos electrónicos, las otras opciones tuvieron porcentajes variados.

La pregunta 15 tuvo la opción de que se pudiera escoger más de una sola opción, como era ya de esperar la mayoría de personas le gustaría traer productos de Estados Unidos y China respectivamente.

La última pregunta de esta sección era referente a si conoce los INCOTERMS y si sabe cuál usaría en su negocio, a lo que el 68% respondió que no conoce sobre este término, por ende, no saben cuál es el apropiado para traer su mercadería.

GRÁFICO C.3

Pregunta: ¿Cuánto tiempo lleva emprendiendo en su negocio?

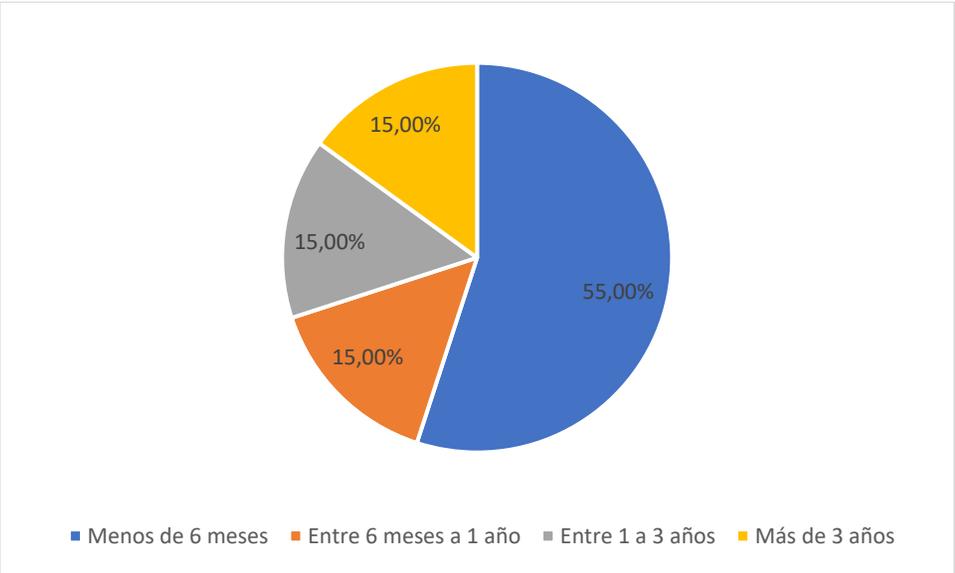


GRÁFICO C.4

Pregunta: ¿Qué nivel de conocimientos de importaciones tiene?

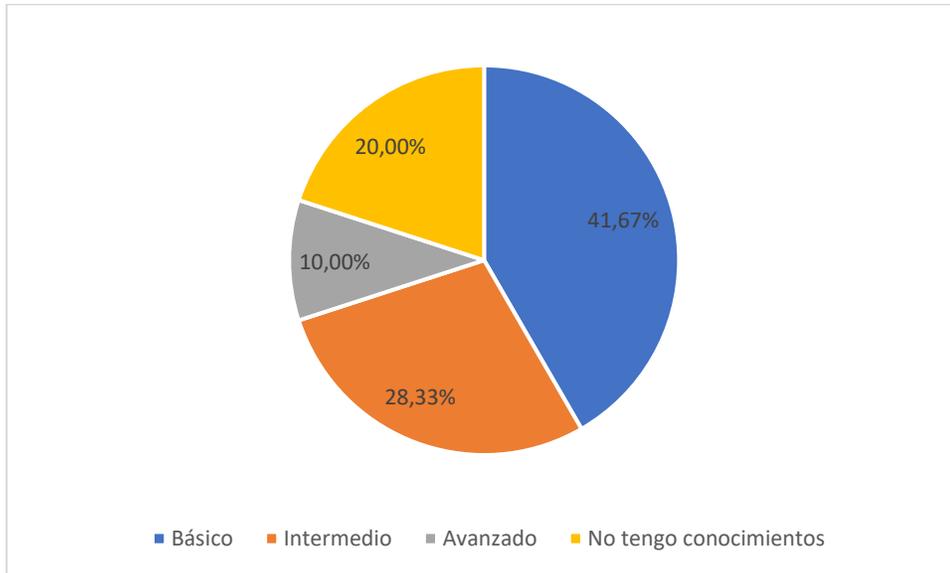


GRÁFICO C.5

Pregunta: ¿Qué productos le gustaría importar?

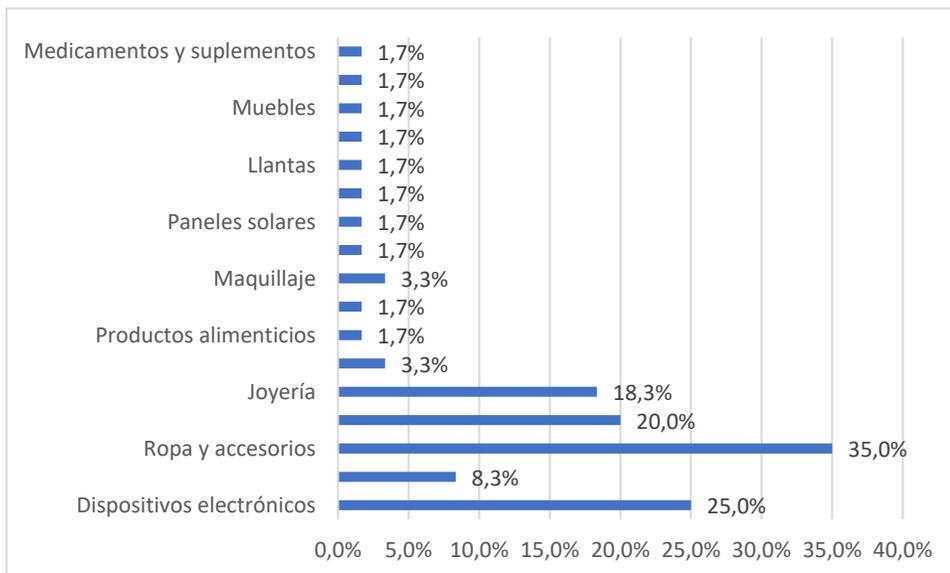


GRÁFICO C.6

Pregunta: *¿Cuál es su motivación para importar?*

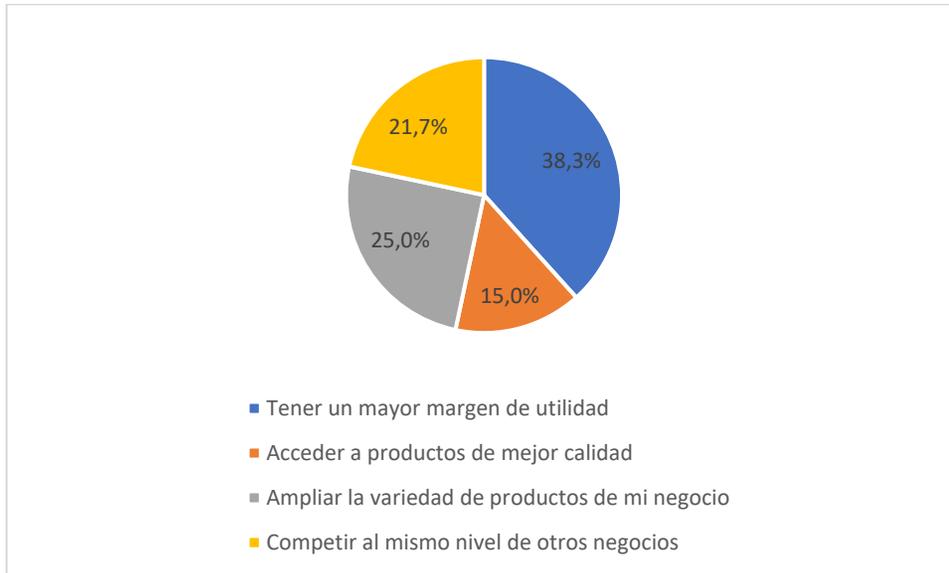


GRÁFICO C.7

Pregunta: *¿Qué información le es prioritaria conocer al momento de importar un producto?*

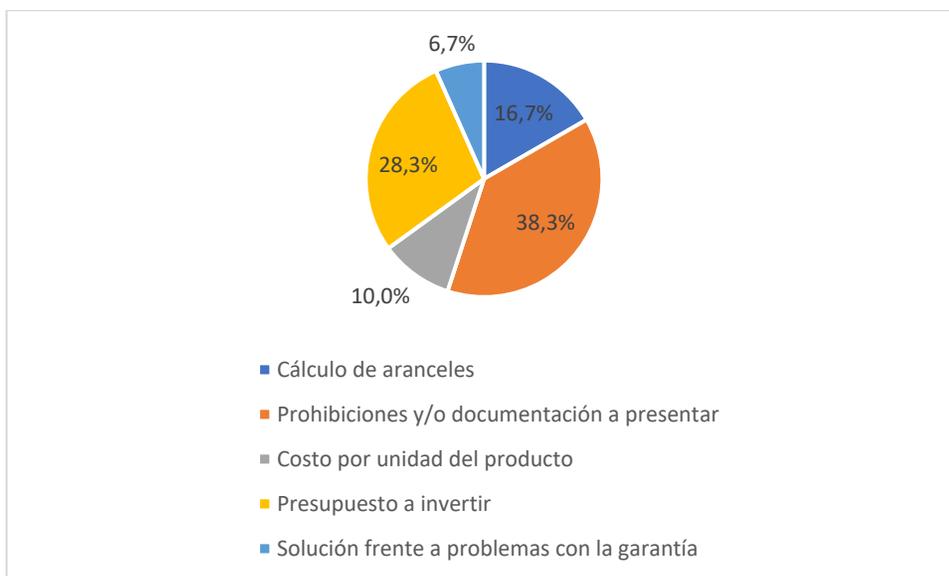


GRÁFICO C.8

Pregunta: ¿De qué países le gustaría traer la mercadería?

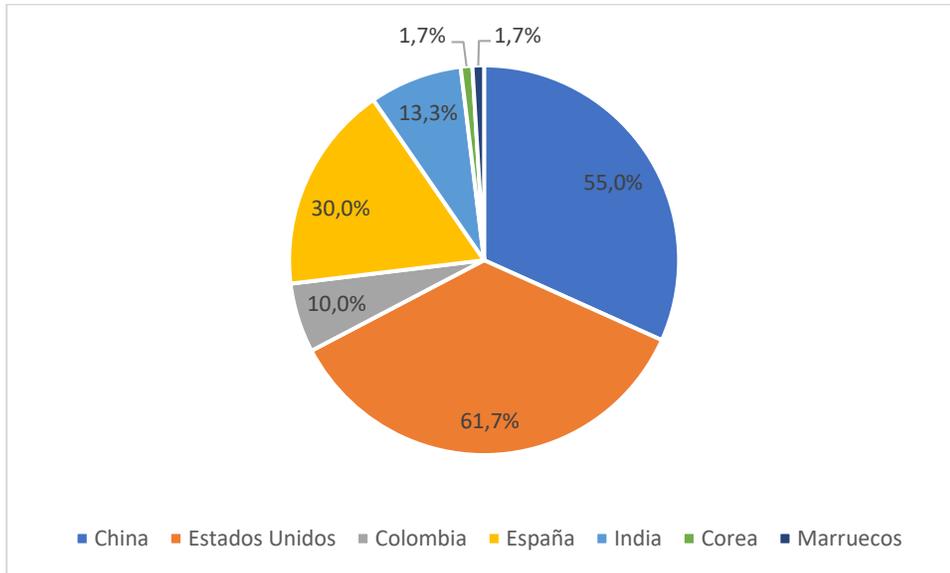
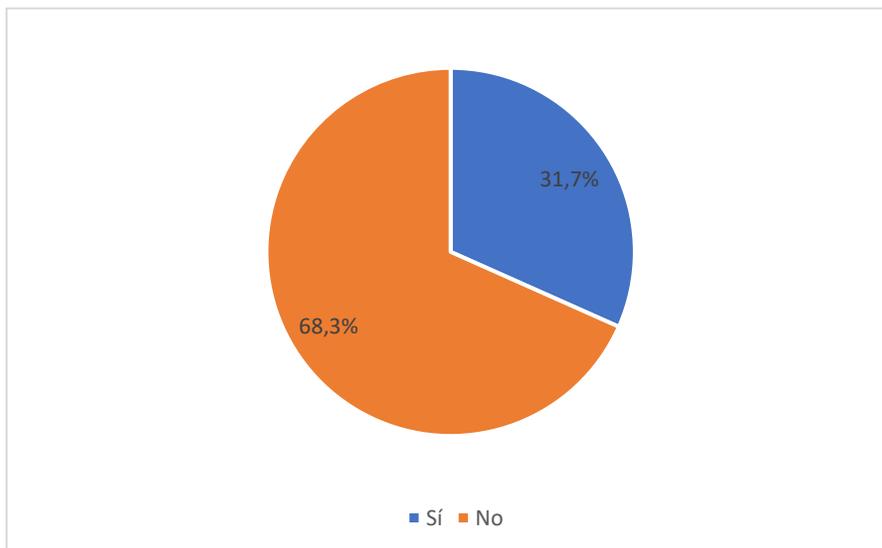


GRÁFICO C.9

Pregunta: ¿Conoce qué INCOTERM le gustaría usar?

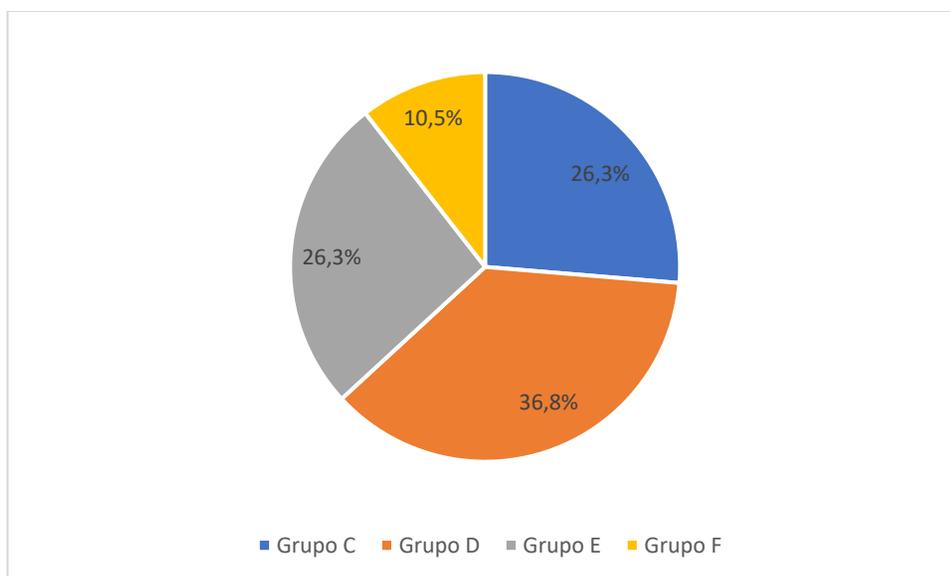


Sección INCOTERMS

La sección de INCOTERMS también contó con una sola pregunta que radicaba en si el encuestado tiene conocimientos de los contratos de compra de productos del exterior a lo que respondió la mayoría que le gustaría usar INCOTERMS del grupo D.

GRÁFICO C.10

Pregunta: ¿Cuál de los siguientes INCOTERMS usaría?



Sección Pasos Finales

En la sección final sobre requisitos y requerimientos, se destaca que el 58% de los encuestados cuenta con RUC, mientras que el 42% aún no ha iniciado este proceso.

GRÁFICO C.11

Pregunta: ¿Cuenta con un RUC?

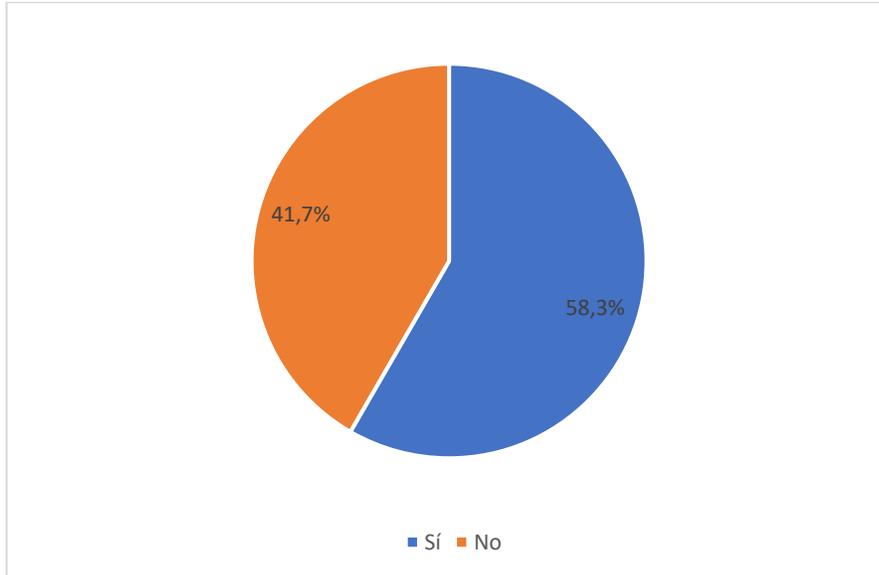


GRÁFICO C.12

Pregunta: Con respecto a la documentación y requisitos previo a importar, ¿le gustaría a usted gestionar el trámite por su cuenta o prefiere que un asesor/compañía lo ayude?

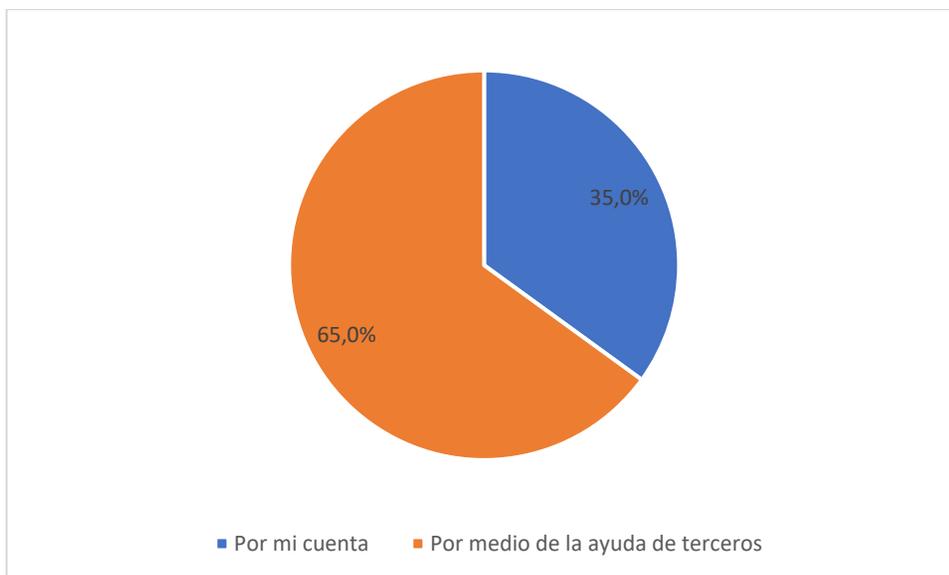


GRÁFICO C.13

Pregunta: ¿Qué tipo de asesoramiento es primordial para usted al momento de empezar a importar?

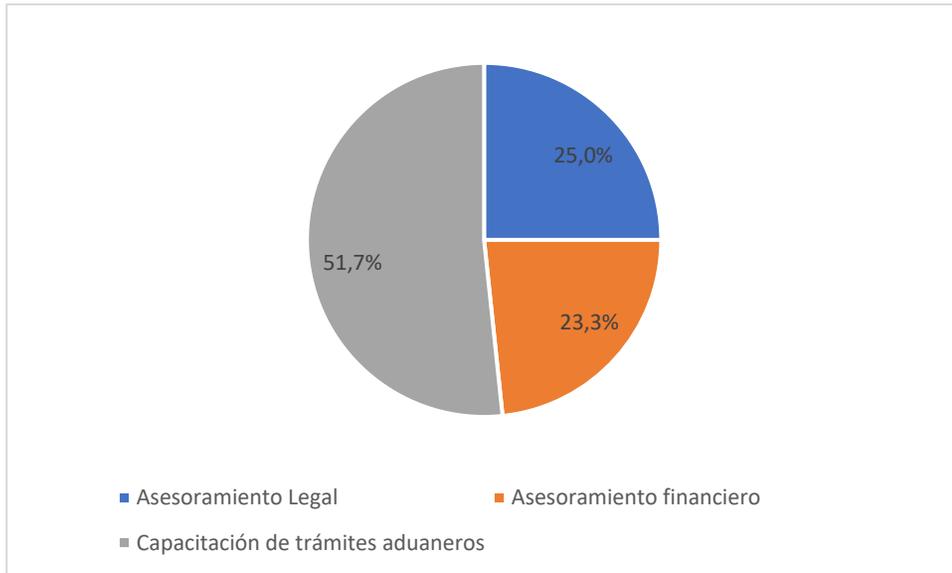


GRÁFICO C.14

Pregunta: ¿Qué criterio elegiría usted al momento de seleccionar los proveedores?

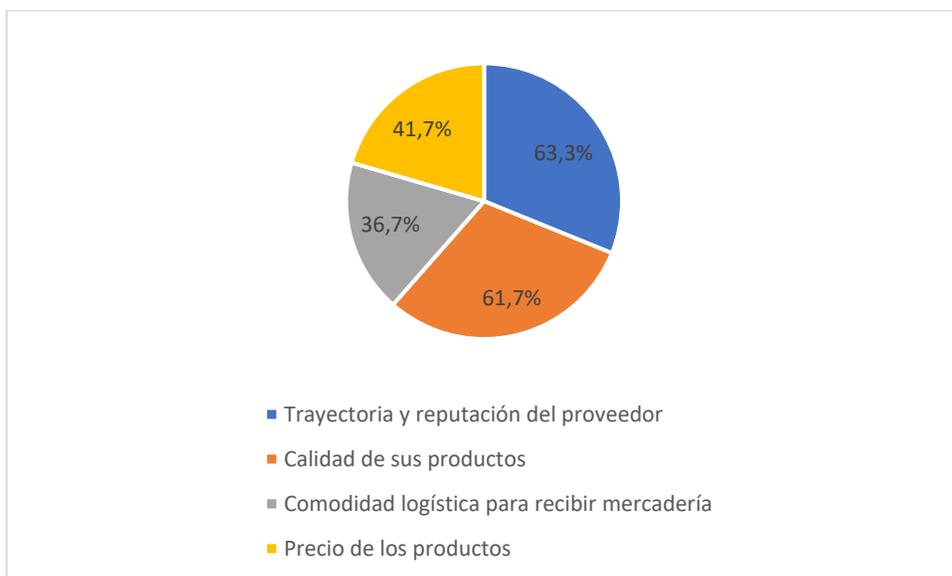
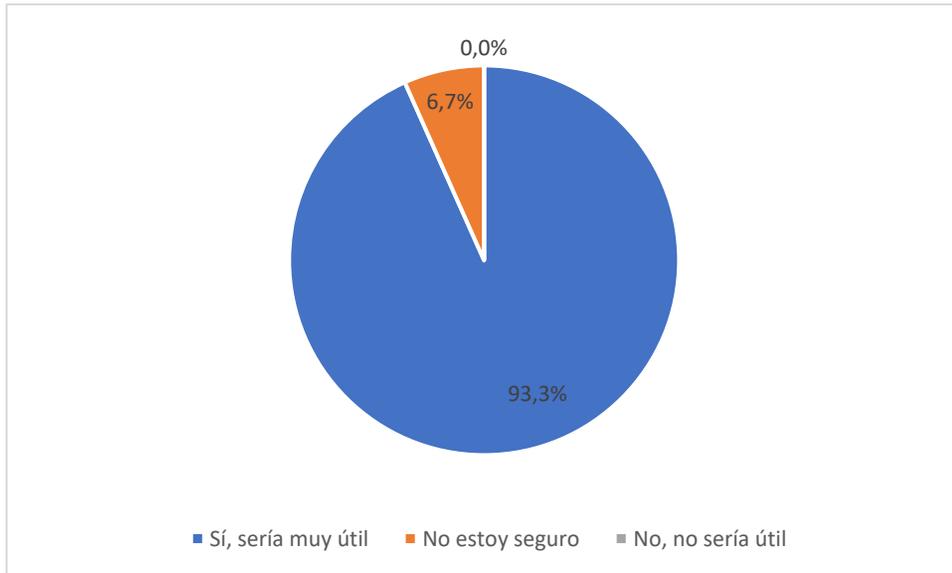


GRÁFICO C.15

Pregunta: ¿Consideraría útil contar con un manual completo que contenga información detallada para iniciar el proceso de importación?



APÉNDICE D

Matriz de validación del prototipo

Título del proyecto: ¿Son las importaciones directas clave para el desarrollo de los emprendimientos locales?

Objetivo de la investigación: Diseñar mecanismos para manejo de las logísticas de importaciones y reclamos de garantía mediante un análisis cualitativo y cuantitativo del contexto del emprendedor para que tenga un crecimiento sostenible a largo plazo.

Descripción del problema de investigación: Con la irrupción de la pandemia, se observó un notable auge en las ventas en línea, lo que propició el surgimiento de diversos emprendimientos. Aunque inicialmente prosperaron gracias a esta tendencia, con el transcurso del tiempo, muchos de estos proyectos enfrentaron dificultades como desafíos logísticos marcados por la elevada demanda, la limitación en los inventarios y la falta de diversificación en la oferta de productos.

Parámetros a validar	Puntaje				
	1	2	3	4	5
La guía de importaciones aborda la falta de conocimiento que enfrentan los emprendedores cuando desean realizar procesos de importación.			X		
La guía de importaciones resulta accesible y comprensible para aquellos emprendedores que están dando sus primeros pasos en este proceso.					X
La guía de importaciones presenta información precisa y auténtica, alineada con los estándares establecidos por organismos reguladores como el SENA.				X	
El desglose de los tributos se expone de manera transparente, incluyendo las fórmulas correspondientes para una comprensión más clara.					X
Observaciones y recomendaciones: - La guía está dinámica y se entiende, lo que veo que falta es detallar información acerca de cómo reaccionar en caso de contratiempos con la mercadería, por ejemplo, cuando hay productos defectuosos, cómo respondería el emprendedor ante esa carga importada.					

Actor:	Emprendedor
--------	-------------

Agradecemos su tiempo al validar nuestro prototipo.

Matriz de validación del prototipo

Título del proyecto: ¿Son las importaciones directas clave para el desarrollo de los emprendimientos locales?

Objetivo de la investigación: Diseñar mecanismos para manejo de las logísticas de importaciones y reclamos de garantía mediante un análisis cualitativo y cuantitativo del contexto del emprendedor para que tenga un crecimiento sostenible a largo plazo.

Descripción del problema de investigación: Con la irrupción de la pandemia, se observó un notable auge en las ventas en línea, lo que propició el surgimiento de diversos emprendimientos. Aunque inicialmente prosperaron gracias a esta tendencia, con el transcurso del tiempo, muchos de estos proyectos enfrentaron dificultades como desafíos logísticos marcados por la elevada demanda, la limitación en los inventarios y la falta de diversificación en la oferta de productos.

Parámetros a validar	Puntaje				
	1	2	3	4	5
La guía de importaciones aborda la falta de conocimiento que enfrentan los emprendedores cuando desean realizar procesos de importación.			X		
La guía de importaciones resulta accesible y comprensible para aquellos emprendedores que están dando sus primeros pasos en este proceso.					X
La guía de importaciones presenta información precisa y auténtica, alineada con los estándares establecidos por organismos reguladores como el SENA.					X
El desglose de los tributos se expone de manera transparente, incluyendo las fórmulas correspondientes para una comprensión más clara.					X

Observaciones y recomendaciones: - Según el objetivo del proyecto, falta plasmar información sobre los problemas con la garantía de los productos en la guía. - Con respecto a los pasos para importar, considero que están de una manera clara para el entendimiento del emprendedor.	
Actor:	Importador

Agradecemos su tiempo al validar nuestro prototipo.

Matriz de validación del prototipo

Título del proyecto: ¿Son las importaciones directas clave para el desarrollo de los emprendimientos locales?

Objetivo de la investigación: Diseñar mecanismos para manejo de las logísticas de importaciones y reclamos de garantía mediante un análisis cualitativo y cuantitativo del contexto del emprendedor para que tenga un crecimiento sostenible a largo plazo.

Descripción del problema de investigación: Con la irrupción de la pandemia, se observó un notable auge en las ventas en línea, lo que propició el surgimiento de diversos emprendimientos. Aunque inicialmente prosperaron gracias a esta tendencia, con el transcurso del tiempo, muchos de estos proyectos enfrentaron dificultades como desafíos logísticos marcados por la elevada demanda, la limitación en los inventarios y la falta de diversificación en la oferta de productos.

Parámetros a validar	Puntaje				
	1	2	3	4	5
La guía de importaciones aborda la falta de conocimiento que enfrentan los emprendedores cuando desean realizar procesos de importación.				X	
La guía de importaciones resulta accesible y comprensible para aquellos emprendedores que están dando sus primeros pasos en este proceso.					X

La guía de importaciones presenta información precisa y auténtica, alineada con los estándares establecidos por organismos reguladores como el SENA.				X	
El desglose de los tributos se expone de manera transparente, incluyendo las fórmulas correspondientes para una comprensión más clara.					X
Observaciones y recomendaciones: - Como guía para emprendedores en importaciones, es fundamental familiarizarse con las regulaciones aduaneras y documentación necesaria. Recomiendo investigar a fondo los requisitos legales para evitar contratiempos y asegurar un proceso de importación fluido y sin problemas. - Iniciar importaciones exitosas implica establecer relaciones sólidas con proveedores confiables. Recomiendo seleccionar cuidadosamente a tus socios comerciales, comunicarte de manera efectiva y negociar términos claros. Construir una red de proveedores confiables contribuirá a la sostenibilidad y éxito a largo plazo.					
Actor:	Entidad bancaria				

Agradecemos su tiempo al validar nuestro prototipo.

Matriz de validación del prototipo

Título del proyecto: ¿Son las importaciones directas clave para el desarrollo de los emprendimientos locales?

Objetivo de la investigación: Diseñar mecanismos para manejo de las logísticas de importaciones y reclamos de garantía mediante un análisis cualitativo y cuantitativo del contexto del emprendedor para que tenga un crecimiento sostenible a largo plazo.

Descripción del problema de investigación: Con la irrupción de la pandemia, se observó un notable auge en las ventas en línea, lo que propició el surgimiento de diversos emprendimientos. Aunque inicialmente prosperaron gracias a esta tendencia, con el transcurso del tiempo, muchos de estos proyectos enfrentaron dificultades como desafíos logísticos marcados por la elevada demanda, la limitación en los inventarios y la falta de diversificación en la oferta de productos.

Parámetros a validar	Puntaje				
	1	2	3	4	5
La guía de importaciones aborda la falta de conocimiento que enfrentan los emprendedores cuando desean realizar procesos de importación.				X	
La guía de importaciones resulta accesible y comprensible para aquellos emprendedores que están dando sus primeros pasos en este proceso.					X
La guía de importaciones presenta información precisa y auténtica, alineada con los estándares establecidos por organismos reguladores como el SENA.					X
El desglose de los tributos se expone de manera transparente, incluyendo las fórmulas correspondientes para una comprensión más clara.					X
Observaciones y recomendaciones: - En mi experiencia, para una persona que recién quiere importar, la guía está práctica ya que contiene lo fundamental para adentrarse en ese mundo. - Con respecto a los incoterms, creo yo que los emprendedores necesitan conocer cuáles son cada uno de ellos y su nomenclatura, para entender mejor la guía.					
Actor:	Agente aduanero				

Agradecemos su tiempo al validar nuestro prototipo.

Matriz de validación del prototipo

Título del proyecto: ¿Son las importaciones directas clave para el desarrollo de los emprendimientos locales?

Objetivo de la investigación: Diseñar mecanismos para manejo de las logísticas de importaciones y reclamos de garantía mediante un análisis cualitativo y cuantitativo del contexto del emprendedor para que tenga un crecimiento sostenible a largo plazo.

Descripción del problema de investigación: Con la irrupción de la pandemia, se observó un notable auge en las ventas en línea, lo que propició el surgimiento de diversos emprendimientos. Aunque inicialmente prosperaron gracias a esta tendencia, con el transcurso del tiempo, muchos de estos proyectos enfrentaron dificultades como desafíos logísticos

marcados por la elevada demanda, la limitación en los inventarios y la falta de diversificación en la oferta de productos.

Parámetros a validar	Puntaje				
	1	2	3	4	5
La guía de importaciones aborda la falta de conocimiento que enfrentan los emprendedores cuando desean realizar procesos de importación.					X
La guía de importaciones resulta accesible y comprensible para aquellos emprendedores que están dando sus primeros pasos en este proceso.					X
La guía de importaciones presenta información precisa y auténtica, alineada con los estándares establecidos por organismos reguladores como el SENA.					X
El desglose de los tributos se expone de manera transparente, incluyendo las fórmulas correspondientes para una comprensión más clara.				X	
Observaciones y recomendaciones: - Ninguna					
Actor:	Competidor local				

Agradecemos su tiempo al validar nuestro prototipo.

Matriz de validación del prototipo

Título del proyecto: ¿Son las importaciones directas clave para el desarrollo de los emprendimientos locales?

Objetivo de la investigación: Diseñar mecanismos para manejo de las logísticas de importaciones y reclamos de garantía mediante un análisis cualitativo y cuantitativo del contexto del emprendedor para que tenga un crecimiento sostenible a largo plazo.

Descripción del problema de investigación: Con la irrupción de la pandemia, se observó un notable auge en las ventas en línea, lo que propició el surgimiento de diversos emprendimientos. Aunque inicialmente prosperaron gracias a esta tendencia, con el transcurso del tiempo, muchos de estos proyectos enfrentaron dificultades como desafíos logísticos

marcados por la elevada demanda, la limitación en los inventarios y la falta de diversificación en la oferta de productos.

Parámetros a validar	Puntaje				
	1	2	3	4	5
La guía de importaciones aborda la falta de conocimiento que enfrentan los emprendedores cuando desean realizar procesos de importación.					X
La guía de importaciones resulta accesible y comprensible para aquellos emprendedores que están dando sus primeros pasos en este proceso.					X
La guía de importaciones presenta información precisa y auténtica, alineada con los estándares establecidos por organismos reguladores como el SENA.				X	
El desglose de los tributos se expone de manera transparente, incluyendo las fórmulas correspondientes para una comprensión más clara.					X
Observaciones y recomendaciones: - Se puede enfatizar más en los nombres de los incoterms y su significado, que exista un apartado para que el emprendedor sepa de qué se tratan.					
Actor:	Transportista				

Agradecemos su tiempo al validar nuestro prototipo.

Apéndice E

Prototipo de baja fidelidad

El prototipo final se encuentra en el siguiente link:

<https://ecuimportandshipping.my.canva.site/>

A continuación, se detallan las características de cada sesión de la guía:

Como se puede observar en el gráfico E.1 la guía desplegará sus 6 temas a tratar, en los que se encuentran: pasos previos, regímenes, aranceles, prohibiciones/documentos, agentes de aduana y por último cálculo.

Si la persona da clic al cuadro lo llevará más adelante a la información solicitada.

GRÁFICO E.1



Como primera opción tenemos los pasos previos a importar, en esta sección de la guía se mostrará los requisitos que necesita una persona natural para importar por primera vez, y también se adjunta un link dónde te lleva a la página oficial de la Aduana y puedes ver la información más detallada.

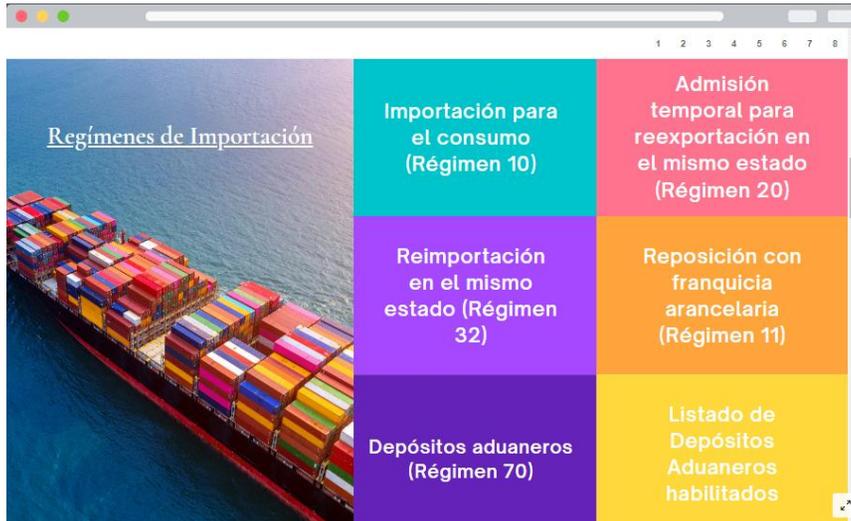
GRÁFICO E.2



En el gráfico E.3 se muestran los tipos de regímenes de importación, con el click derecho se despliega un cuadro con la información solicitada y la lista oficial de depósitos

aduaneros disponibles. Toda esta información se actualiza a medida que existan cambios por parte del SENA, el cuál es el encargado de proveer toda esta información.

GRÁFICO E.3



Los siguientes dos gráficos que encontramos a continuación muestran información sobre los INCOTERMS, desde quién es la persona que asume el riesgo y coste de la mercadería y hasta dónde se lleva esa responsabilidad. En el gráfico E.5 se muestra el concepto de cada INCOTERM.

GRÁFICO E.4



GRÁFICO E.5

Grupo E	Grupo C
<ul style="list-style-type: none">EX WORKS - EN FÁBRICA (EXW): EL VENDEDOR NO ES RESPONSABLE DE NINGÚN COSTO DE TRANSPORTE O SEGURO, PERO DEBE PONER LA MERCANCÍA A DISPOSICIÓN DEL COMPRADOR EN LA FÁBRICA O ALMACÉN DEL VENDEDOR.	<ul style="list-style-type: none">COSTO Y FLETE (CFR): EL VENDEDOR PAGA TODOS LOS COSTOS ASOCIADOS CON LA ENTREGA DE LAS MERCANCÍAS EN UN PUERTO DESIGNADO, PERO NO CON LA DESCARGA EN EL DESTINO.COSTO, SEGURO Y FLETE- CIF: ESTO SIGNIFICA QUE EL VENDEDOR CUBRE EL COSTO DEL TRANSPORTE Y EL SEGURO HASTA QUE LA MERCANCÍA LLEGA AL PUERTO DE DESTINO.CPT: EL VENDEDOR PAGA EL TRANSPORTE HASTA LA LLEGADA DE LA MERCANCÍA AL DESTINO.
<ul style="list-style-type: none">FREE CARRIER - LIBRE TRANSPORTISTA - (FCA): EL VENDEDOR ES RESPONSABLE DE ENTREGAR LA MERCANCÍA A UN TRANSPORTISTA DESIGNADO, EN UN LUGAR CONVENIDO CON EL COMPRADOR, HACIÉNDOSE CARGO DE LOS COSTOS HASTA QUE LA MERCANCÍA LLEGA AL LUGAR SELECCIONADO.FREE ALONGSIDE SHIP - LIBRE AL COSTADO DEL BARCO (FAS): EL VENDEDOR ENTREGA LA MERCANCÍA JUNTO AL BUQUE EN EL PUERTO DE CARGA ACORDADO.FREE ON BOARD - LIBRE A BORDO (FOB): EL VENDEDOR ES RESPONSABLE DE CARGAR Y ENTREGAR LA MERCANCÍA EN EL PUERTO Y A BORDO DEL BUQUE DESIGNADO POR EL COMPRADOR.	<ul style="list-style-type: none">CIP: EL VENDEDOR PAGA, ADÉMÁS DEL FLETE, EL SEGURO HASTA LA LLEGADA DE LA MERCANCÍA AL LUGAR DE DESTINO.
	<ul style="list-style-type: none">Grupo DDAT: ENTREGADO EN LA TERMINAL. EL VENDEDOR PAGA EL COSTO DEL TRANSPORTE DE LA MERCANCÍA HASTA LA TERMINAL INDICADA EN EL PUERTO O LUGAR DE DESTINO INDICADO.DAP: ENTREGADO EN EL LUGAR. EL VENDEDOR PAGA EL COSTO DEL TRANSPORTE DE LA MERCANCÍA HASTA EL LUGAR DE ENTREGA ACORDADO.DDP - ENTREGADO DERECHOS PAGADOS: EL VENDEDOR PAGA TODOS LOS COSTOS Y RIESGOS QUE CONLLEVA LLEVAR LA MERCANCÍA A SU DESTINO FINAL. EN ESTE CASO, LOS DERECHOS DE IMPORTACIÓN ESTÁN INCLUIDOS EN EL PRECIO DE COMPRA.

La página más famosa y más segura para hacer compras online es Alibaba por eso hemos detallado los pasos a seguir para que cuando exista una compra de algún producto por esa página el comprador no sea estafado, es por eso que se requiere oprimir el botón de Trade Assurance el cuál le permitirá efectuar un reembolso en caso de algún problema con el producto o vendedor ya sea de tipo estafa o si el producto viene defectuoso.

GRÁFICO E.6

¿Cómo protege Trade Assurance mis compras en Alibaba.com?

A TRAVÉS DE TRADE ASSURANCE, ALIBABA.COM ACTÚA COMO MEDIADOR ENTRE EL COMPRADOR Y EL PROVEEDOR PARA CARANTIZAR QUE LA TRANSACCIÓN SE COMPLETE DE MANERA SEGURA Y EXITOSA.

- RECIBIR Y CONFIRMAR EL PEDIDO
- 1. COMIENCE EL PEDIDO DE GARANTÍA COMERCIAL**
LLEGA A UN ACUERDO SOBRE UN PEDIDO CON UN PROVEEDOR QUE ADMITE TRADE ASSURANCE EN ALIBABA.COM.
- 2. PAGUE A TRAVÉS DE ALIBABA.COM**
PAGUE CON UN MÉTODO DE PAGO EN LÍNEA O REALICE UNA TRANSFERENCIA BANCARIA A TRAVÉS DE ALIBABA.COM. PARA PROTEGER SU PAGO, NUNCA PAGUE FUERA DE LA PLATAFORMA.
- 3. PAGO RETENIDO EN DEPÓSITO**
SU PAGO SE MANTIENE EN DEPÓSITO Y SE ENTREGA AL PROVEEDOR DESPUÉS DE RECIBIR Y CONFIRMAR EL PRODUCTO.
- 4. RECUPERE SU DINERO SI NO SE CUMPLEN LOS TÉRMINOS DEL PEDIDO**
RECIBE UNA COMPENSACIÓN O UN REEMBOLSO SI EL PEDIDO NO CUMPLE CON LOS TÉRMINOS ACORDADOS.

The screenshot shows the Alibaba.com interface with a search bar, navigation menu, and product listings. The Trade Assurance section is highlighted, showing the steps from order confirmation to payment and delivery, with a focus on the deposit and refund process.

El gráfico E.7 despliega

GRÁFICO E.7

ECUAPASS

Descripción de elemento

Búsqueda en resultados Subpartida

Consultar

Resultado : 1000

Tipo de Elemento	Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de Elemento	Código de Unidad Física	Fecha de Vigencia
SUBPARTIDA ARIAN	0106.19.90.10	0000	0000	----PERROS	NUMERO DE UNIDADES	17/Di
SUBPARTIDA ARIAN	0106.19.90.10	0000	0000	----PERROS	NUMERO DE UNIDADES	23/Ju
SUBPARTIDA ARIAN	0106.19.90.10	0000	0000	----PERROS	NUMERO DE UNIDADES	09/Di
SUBPARTIDA ARIAN	0106.19.90.90	0000	0000	----LOS DEMÁS	NUMERO DE UNIDADES	09/Di
SUBPARTIDA S.A.	0106.20.00.00	0000	0000	-REPTILES (INCLUIDAS LAS SERPIENTES Y TORTUGAS)	NUMERO DE UNIDADES	01/Ab
SUBPARTIDA S.A.	0106.20.00.00	0000	0000	-- Reptiles (incluidas las serpientes y tortugas de n...	NUMERO DE UNIDADES	01/Se
SUBPARTIDA S.A.	0106.20.00.00	0000	0000	-Reptiles (incluidas las serpientes y tortugas de m...	NUMERO DE UNIDADES	01/Se
SUBPARTIDA S.A.	0106.20.00.00	0000	0000	-REPTILES (INCLUIDAS LAS SERPIENTES Y TORTUGAS)	NUMERO DE UNIDADES	17/Di
SUBPARTIDA S.A.	0106.30.00.00	0000	0000	-AVES:		01/En

Exportar Excel

Adm. de nomenclatura y características de mercancías

Tipo de Información Asociada a la Mercancía

Tipo de Información Asociada a la Mercancía

- Consulta de detalle de CUPOS
- Consulta de porcentaje de liberación y preferencias
- Adm. de correlación de nomenclatura arian con otras nomenclaturas
- Consulta de las mercancías de restricción y prohibición
- Consulta de tributos fijos de mercancías
- Adm. de tributos variables de mercancías

En el siguiente gráfico se despliega una lista de agentes aduaneros, se puso los agentes de aduana más reconocidos y también está el link que lleva directamente a la lista completa de todos los agentes de aduana en el Ecuador con su respectivo número de RUC y correo para poder ser contactados.

GRÁFICO E.8

RUC	NOMBRE	CORREO
092123566549	GRUPO TORRES & TORRES	@GMAIL.COM
092123566549	CORNEJO & IGLESIAS	@GMAIL.COM
092123566549	GRUPO CALDERON	@GMAIL.COM
092123566549	RAUL COKA BARRIGA	@GMAIL.COM
092123566549	GRUPO TORRES & TORRES	@GMAIL.COM

EN EL SIGUIENTE LINK SE ENCUENTRAN TODOS LOS AGENTES DE ADUANA CERTIFICADOS EN EL ECUADOR:

Como última sección se despliega un cuadro dónde se podrá hacer el respectivo cálculo de los tributos a pagar, es por esto que se necesitan llenar las líneas de cantidad de productos

a importar, el precio unitario, el valor del flete luego de contactar a la empresa exportadora o si uno lo quiere hacer por su propia cuenta, pero lo que se necesita principalmente es el código HS (código de producto a importar), el cual permitirá calcular automáticamente los aranceles y con esto llegar al total a pagar.

Cabe destacar que no se muestran valores añadidos como el pago que cobra el agente de aduana y lo que se debe pagar cuándo el producto llegue a tierra ecuatoriana por pesaje y cargo administrativo.

GRÁFICO E.9

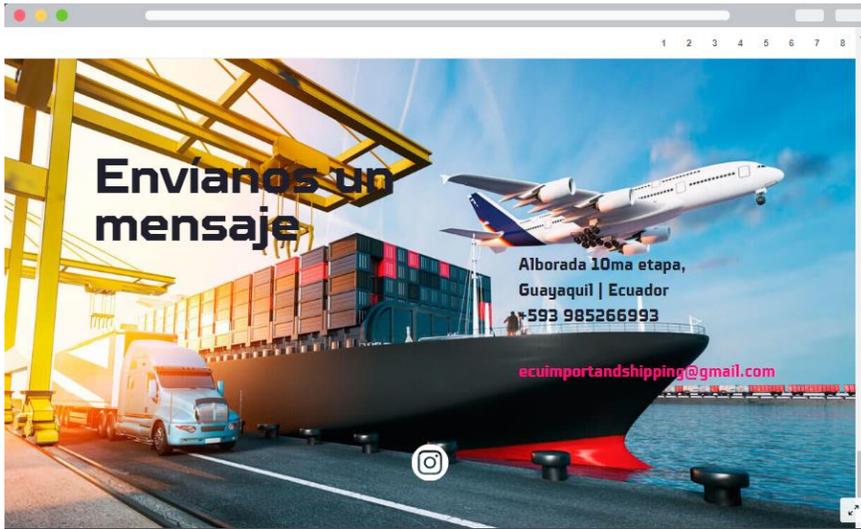


The image shows a screenshot of a web application interface. At the top, there is a title bar with standard window controls and a tab labeled '1 2 3 4 5 6 7 8'. The main content area has a dark blue background and features a table titled 'CÁLCULO DE TRIBUTOS A PAGAR'. The table has three columns: 'CÓDIGO HS DE PRODUCTO', 'NOMBRE', and 'FÓRMULAS'. The rows of the table are as follows:

CÓDIGO HS DE PRODUCTO	NOMBRE	FÓRMULAS
CANTIDAD	400	=
COSTO UNITARIO	4 €	=
FLETE	31 €	=
FOB	1600 €	=
BASE IMPONIBLE	1631€	=
TOTAL DE ARANCELS	1398.16 €	=
SUBTOTAL	2704.61 €	=
IVA	324.55 €	=
TOTAL A PAGAR	3029.16 €	=

Por último, se añadió una sección para que el usuario puede contactarse con nosotros si tiene alguna pregunta referente a esta guía.

GRÁFICO E.10



Apéndice F

Franklin Ordóñez (Ingeniero en sistemas)

Franklin, ingeniero en sistemas graduado de la ESPOL nos comenta un poco acerca de los costos de tener una guía en un sitio web.

En este caso es una página web estática y no consume recursos de servidores, el presupuesto sería de \$2000 para una sola persona o en el caso que el ingeniero lo requiera se pueda añadir otro integrante al mismo presupuesto.

El tiempo estimado es de 2 meses y luego cada cierto tiempo hay que actualizar la página web a lo que el costo sería de \$100 por actualización. El costo del hosting es de \$10 mensual y hay que pagar un valor anual de \$277.88 que es para tener registrado el dominio. Y por último el costo del diseño web es de \$300 que se lo pagaría al mismo al finalizar el trabajo.

Este monto abarca áreas cruciales como el desarrollo y diseño del sitio, el registro de dominio, alojamiento web, costo de hosting, y otros aspectos esenciales para la creación y mantenimiento exitoso de esta guía educativa digital.

Apéndice G

Guayaquil, 3 de enero del 2024

Vladimir Ponce
Hogare

Mediante la presente, se deja constancia de su recepción del prototipo de la tesis de grado remitido por los estudiantes Ethiel Eduardo Cajas Zárata y Daniel Alexander Velasco Delgado. Asimismo, se confirma que dicho prototipo ha sido objeto de validación y retroalimentación en concordancia con su especialización y área de conocimiento.

Expresamos nuestro sincero agradecimiento por su valiosa colaboración a lo largo de este procedimiento.

A handwritten signature in black ink, enclosed in a large, loopy oval. The signature appears to be 'Vladimir Ponce'.

Vladimir Ponce