

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Importación de partes y piezas para el sector de la construcción y la expansión de la empresa SERVITEC en el Distrito Metropolitano de Quito.”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciado en Comercio Exterior

AUTOR: Castillo Castillo Kenny Anderson

TUTOR: MSc. Julio Iván López Cadena

Tulcán, 2026.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que el estudiante Castillo Castillo Keny Anderson, con el número de cédula 1004499974, respectivamente ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular con enfoque en emprendimiento tipo A: "Importación de partes y piezas para el sector de la construcción y la expansión de la empresa SERVITEC en el Distrito Metropolitano de Quito."

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en la Codificación del Reglamento de Régimen Académico y de Estudiantes de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



Firmado electrónicamente por:
**JULIO IVAN LOPEZ
CADENA**
Validar únicamente con FirmaEC

Ing. Julio Iván López Cadena, MSc.

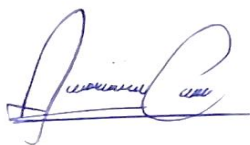
TUTOR

Tulcán, marzo de 2026.

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular con enfoque en emprendimiento tipo A constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciado en la Carrera de comercio exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Castillo Castillo kenya Anderson, con cédula de identidad número 1004499974, respectivamente declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



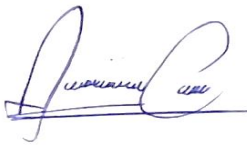
Castillo Castillo Kenny Anderson

AUTOR

Tulcán, marzo de 2026.

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, Castillo Castillo Kenny Anderson declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular con enfoque en emprendimiento tipo A: "importación de partes y piezas para el sector de la construcción y la expansión de la empresa SERVITEC en el distrito Metropolitano de Quito" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Castillo Castillo Kenny Anderson

AUTOR

Tulcán, marzo de 2026.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, por ser mi guía y fortaleza a lo largo de este proceso académico. Su presencia ha sido mi refugio en los momentos de dificultad y mi luz en los momentos de incertidumbre. Gracias por brindarme la sabiduría, la perseverancia y la fe necesaria [ara culminar esta etapa tan importante de mi formación profesional.

De manera especial, expreso mi más profundo agradecimiento a mis amados padres, José Elías Castillo Cabascango y María Rosario Castillo Cuascota, quienes han sido el pilar fundamental de mi vida. Gracias por su amor incondicional, por su apoyo constante y por cada uno de los sacrificios realizados para que pudiera alcanzar mis metas. Sus enseñanzas, consejos y valores han sido la base que me ha permitido avanzar con esfuerzo, responsabilidad y humildad.

Su confianza en mí, su motivación permanente y su ejemplo de trabajo y perseverancia han sido, el motor que me impulso a continuar incluso en los momentos más desafiantes. Este logro no solo representa la culminación de una etapa académica, sino también el resultado del amor. La dedicación y el respaldo que siempre me han brindado.

A ustedes dedico este logro con todo mi cariño, respeto y eterna gratitud.

Keny Anderson Castillo Castillo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primero lugar, a mi madre María Rosario Castillo Cuascota, quien ha sido siempre mi pilar fundamental de mi vida. Gracias, mama, por tu amor incondicional, por tu apoyo constante y por cada palabra de aliento que me ha impulsado a seguir adelante. Tu fortaleza, tu ternura y tu fe han sido una inspiración permanente en mi camino, enseñándome que con esfuerzo, perseverancia y amor es posible alcanzar cualquier meta. Todo lo que soy y lo que he logrado lleve siempre una parte de ti.

A mi padre, José Elías Castillo Cabascango, por ser un ejemplo, responsabilidad y valentía. Gracias por tus enseñanzas, por tu apoyo silencioso y por demostrarme que la constancia y la honestidad son la base por construir los sueños. Tu confianza en mí ha sido una fuente de motivación para continuar avanzado con determinación y compromiso.

Keny Anderson Castillo Castillo

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
I. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	18
1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA	18
1.1.1. DISEÑO CORPORATIVO	18
1.1.2. LOGOTIPO	18
1.1.3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA EMPRESA	19
1.2. HISTORIA DE LA EMPRESA	19
1.3. CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.....	21
1.4. DEL PROBLEMA A LA OPORTUNIDAD (JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE POTENCIACIÓN)	
22	
1.5. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA	24
II.ANÁLISIS DEL MERCADO	33
2.1. COMPETENCIA	33
2.3. MERCADO OBJETIVO.....	39
2.4. VALIDACIÓN DE LA DEMANDA.....	45
III.PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO	60
3.1. ANÁLISIS FODA	60
3.2. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	61
3.3. ALIANZAS ESTRATEGICAS	66
VI. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	115

6.1. INSUMOS	115
6.2. PROYECCIÓN EN VENTAS.....	115
6.3. PRODUCCIÓN	118
6.4. VENTAS EN DOLORES	119
6.6. INVERSIONES	122
ESTADO DE RESULTADO	123
6.8. PUNTO DE EQUILIBRIO	123
6.9. FLUJO DE CAJA.....	125
12.10. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	127
6.11. EVALUACIÓN FINANCIERA	128
VII. MODELO DE NEGOCIO	129
VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	131
8.1. CONCLUSIONES	131
8.2. RECOMENDACIONES	133
IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	134
X. ANEXOS	135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción geográfica de la ubicación de la empresa	19
Tabla 2. Competidores de la empresa SERVITEC	33
Tabla 3. Matriz de evaluación de la competencia	35
Tabla 4. Matriz de la empresa servitec	35
Tabla 5. Proveedores de la empresa SERVITEC	37
Tabla 6. Mercado objetivo de la empresa SERVITEC	39
Tabla 7. Matriz de evaluación.....	44
Tabla 8. Género.....	47
Tabla 9. Evaluación de los servicios de la empresa	48
Tabla 10. Satisfacción del servicio	49
Tabla 11. Accesibilidad a los precios.....	49
Tabla 12. Tiempo de entrega del servicio	50
Tabla 13. Profesionalismo del servicio.....	51
Tabla 14. Evaluación de la calidad del servicio	52
Tabla 15. Factor que toma en consideración la demanda.....	53
Tabla 16. Disponibilidad de la adquisición del servicio.....	54
Tabla 17. Frecuencia del servicio.....	55
Tabla 18. Medios de publicidad	56
Tabla 19 .Tipos de promoción	57
Tabla 20. Matriz FODA de la empresa SERVITEC.....	60
Tabla 21. Matriz de estrategias.....	61
Tabla 22. Estrategia de precios	62
Tabla 23. Seguro de trabajadores	64

Tabla 24. Costo de materiales.....	73
Tabla 25. Fijación de precios en metros cuadrados	75
Tabla 26. Promoción y publicidad de la empresa Servitec.....	77
Tabla 27. Funciones del gerente general.....	85
Tabla 28. Funciones de la contadora.....	85
Tabla 29. Funciones de los operarios	86
Tabla 30. Manual de funciones.....	86
Tabla 31. Clasificación arancelaria.	106
Tabla 32. Productos para la prestación del servicio	115
Tabla 33. Servicios que ofrece la empresa	115
Tabla 34. Ventas mensuales	115
Tabla 35. Proyecciones de ventas anuales	117
Tabla 36. Producción mensual por metros cuadrados.....	118
Tabla 37. Compras para la prestación del servicio en dolores.....	119
Tabla 38. Gastos en la prestación del servicio.....	119
Tabla 39. Proyección de gastos.....	119
Tabla 40. Otros gastos	120
Tabla 41. Proyección de otros gastos.....	120
Tabla 42. Cobranzas.....	121
Tabla 43. Pagos	121
Tabla 44. Inversión del proyecto	122
Tabla 45. Estado de resultados	123
Tabla 46. Punto de equilibrio en unidades y dolares	123
Tabla 47. Flujo de caja	125
Tabla 48. Estado de resultados	127

Tabla 49. Flujo de fondos	127
Tabla 50. Flujo del proyecto	128
Tabla 51. Indicadores rentabilidad	128
Tabla 52. Modelo Canva	129

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Logotipo de la empresa	18
Figura 2. Ubicación geográfica de la empresa SERVITEC	19
Figura 3. Registro Único del Contribuyente	21
Figura 4. Sostenibilidad del proyecto	31
Figura 5. Fuerzas de PORTER	42
Figura 6. posibilidad	47
Figura 7. Evaluación de los servicios de la empresa	48
Figura 8, Satisfacción del servicio	49
Figura 9. Precios accesibles	50
Figura 10. Servicios contratados	51
Figura 11. Profesionalismo del servicio	52
Figura 12. Evaluación de la calidad del servicio	53
Figura 13. Factores para la adquisición del servicio	54
Figura 14. Disponibilidad de adquirir el servicio	55
Figura 15. Frecuencia de adquisición del servicio	56
Figura 16. Medio de publicidad	57
Figura 17. Tipo de promoción	58

Figura 18. Mapa de empatía	59
Figura 19. Infografía de los servicios de la empresa SERVITEC.	72
Figura 20. Cadena de distribución	76
Figura 21. Organigrama de la empresa.....	84
Figura 22. Procesos de importación	90
Figura 23. Contratación de firma electrónica	91
Figura 24. Registro en ECUAPASS	92
Figura 25. Identificación de proveedores	94
Figura 26. Productos ofrecidos	95
Figura 27. Importación del producto.....	96
Figura 28. Maquina pulidora	97
Figura 29. Aspa metálica	98
Figura 30. Disco.....	98
Figura 31. Negociación internacional	99
Figura 32. Packing list	102
Figura 33. Factura.....	103
Figura 34. Factura de disco	104
Figura 35. Facturas de importación	105
Figura 36. Seguro de transporte	106
Figura 37. Clasificación arancelaria	107
Figura 38. Liquidación	108
Figura 39. Llegada de la mercancía	109
Figura 40. Mercadería en el almacén.....	110
Figura 41. Fachada frontal y posterior.....	111
Figura 42. Fachada lado derecho.....	112

Figura 43. Plantas arquitectónicas.....	113
Figura 44. Instalaciones de la bodega.....	114
Figura 45. Punto de equilibrio	124

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa de TIC.....	135
Anexo 2. Certificado del Abstract por parte de idiomas	136
Anexo 3. Encuesta a clientes	138
Anexo 4. Encuesta a la demanda de la construcción.....	140
Anexo 5. Evidencia fotográfica del servicio de alisado	142
Anexo 6. Levantamiento de información a empresas productoras	143

RESUMEN EJECUTIVO

El presente Trabajo de Integración Curricular emprendimiento tipa A, analiza la importación de partes y piezas para el sector de la construcción como estrategia para fortalecer y expandir la empresa SERVITEC en el Distrito Metropolitano de Quito. SERVITEC se especializa en servicios de alisado y pulido de pisos en proyectos como bodegas industriales, edificios, galpones industriales, aeropuertos, puertos etc. La empresa opera en un entorno muy competitivo con presencia de organizaciones similares en el mercado local. A partir del análisis de mercado y la validación de la demanda, se evidencia una percepción positiva del servicio, destacando niveles de valoración muy bueno y excelente, así como la satisfacción general de los clientes que trabajan con la empresa SERVITEC. Esto respalda la pertinencia de reforzar la operación mediante el acceso a insumos y repuestos provenientes del mercado internacional, considerando que la empresa trabaja con un número limitado de proveedores nacionales y mantiene dependencia de abastecimiento externo. El estado financiero, el proyecto incorpora proyecciones y evaluación de rentabilidad mediante indicadores como Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN). Los resultados reportan una TIR de 35,8% y un VAN positivo de \$976, lo cual indica que el proyecto supera la tasa mínima requerida y genera valor, concluyéndose su viabilidad y rentabilidad para SERVITEC dentro del horizonte de evaluación.

Palabras clave: Importación, construcción, SERVITEC, Alisado de pisos y rentabilidad

ABSTRACT

The present Curricular Integration Project, Type A (Entrepreneurship), analyzes the importation of parts and components for the construction sector as a strategy to strengthen and expand the company SERVITEC in the Metropolitan District of Quito. SERVITEC specializes in floor leveling and polishing services for projects such as industrial warehouses, buildings, industrial sheds, airports, ports, among others. The company operates in a highly competitive environment, with the presence of similar organizations in the local market. Based on market analysis and demand validation, a positive perception of the service is evidenced, highlighting very good and excellent evaluation levels, as well as overall customer satisfaction among clients working with SERVITEC. This supports the relevance of strengthening operations through access to supplies and spare parts from the international market, considering that the company works with a limited number of national suppliers and maintains dependence on external sourcing. From a financial standpoint, the project incorporates projections and profitability evaluation through indicators such as the Internal Rate of Return (IRR) and Net Present Value (NPV). The results report an IRR of 35.8% and a positive NPV of \$976, indicating that the project exceeds the minimum required rate and generates value, leading to the conclusion that it is viable and profitable for SERVITEC within the evaluation horizon.

Keywords: Profitability, Internal Rate of Return (IRR), Net Present Value (NPV), importation of parts and components, financial evaluation.

INTRODUCCIÓN

Actualmente la importación se ha convertido en un proceso que permite a las organizaciones adquirir productos de mercado extranjeros a un mejor costo o con la calidad requerida para la producción y comercialización; desde esta perspectiva, la globalización ha sido una herramienta capaz de realizar oportunidades que permita mejorar la competitividad en la importación y comercialización de productos, entre ello, aquellos materiales construcción que se han caracterizado por la calidad e innovación sobre su utilización (Paccha, 2023). Por tal motivo, mediante la llegada de estos productos al mercado de la construcción se han establecido como influyente sobre la economía nacional, es por esta razón, que las organizaciones tienden a expandirse de forma amplia en el mercado y de esta manera generar una renovación en la economía.

En virtud de ello, la importación de piezas y partes para el sector de la construcción se ha convertido en una estrategia que les permite innovar y crecer en el mercado, esto debido a la calidad de los productos que cumple con las necesidades y expectativas de la demanda, por esa razón, el presente estudio tiene como finalidad diagnosticar la importación de partes y piezas para el sector de la construcción y la expansión de la empresa SERVITEC en el distrito metropolitano de Quito; por tal motivo, en el capítulo I, se detalla la descripción de la empresa, en donde se exhibe los antecedentes, la razón social, su constitución legal.

Mientras tanto, en el capítulo II, se muestra el análisis del mercado, en donde se muestra la competencia, los proveedores, el mercado objetivo y la validación de la demanda para identificar el posicionamiento de esta empresa en el mercado de construcción; posteriormente en el capítulo III, se lleva a cabo el planteamiento estratégico, en donde se muestra la matriz FODA para posteriormente realizar las respectivas estrategias que permitirá mejorar la comercialización y el posicionamiento de la empresa.

En el capítulo IV, se expone el plan de marketing y ventas para llevar a cabo la comercialización de los productos de construcción en la ciudad de Quito. Por su parte, en el capítulo V presenta el modelo operativo de la propuesta es decir un diagnóstico sobre su infraestructura y gestión; posteriormente en el capítulo VI, se muestra un diagnóstico y evaluación sobre la situación financiera de la organización.

Ahora bien, en el capítulo VII se presenta el modelo de negocio planteado que permitió identificar un plan para mejorar la importación y la comercialización de productos de construcción, y finalmente en el capítulo VIII se muestran de forma objetiva las respectivas conclusiones y recomendaciones para finalmente exponer las referencias bibliográficas y los anexos.

I. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

SERVITEC

1.1.1. DISEÑO CORPORATIVO



Figura 1. Logotipo de la empresa

1.1.2. LOGOTIPO

Servicios técnicos para la construcción

- colores: azul y blanco, transmiten confianza, profesionalismo y solidez.

SERVITEC es una empresa que brinda servicios de alisados de pisos, losas, galpones industriales, bodegas entre otros, la empresa fue creada por José Elías Castillo Cabascango como primer grado de consanguinidad. Para potenciar la empresa con importación y brindar un buen servicio dentro del distrito metropolitano de Quito con segundo grado de consanguinidad Keny Anderson Castillo; actualmente esta organización se ha caracterizado por la brindar servicios para la construcción de acabados, destacándose en el mercado de construcción gracias a sus productos innovadores, para ello, esta organización cuenta con un servicio técnico que se enfoca en las necesidades de la demanda de construcción, se encuentra ubicada en la ciudad de Quito.

1.1.3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA EMPRESA

Tabla 1. Descripción geográfica de la ubicación de la empresa

País	Ecuador
Ciudad	Quito
Región	Sierra
Zona	2
Altitud	2.850 m.s.n.m.
Clima	Oceánico de montaña Cfb 15 °C
Coordenadas	0°13'12"S 78°30'45"O / -0.22, -78.5125
Dirección	Panamericana Norte Av. Leónidas Proaño junto al conjunto San Camilo



Figura 2. Ubicación geográfica de la empresa SERVITEC
Fuente: Google Maps (2024)

1.2. HISTORIA DE LA EMPRESA

SERVITEC fue fundada en año 2013 en Quito, Ecuador con el propósito de ofrecer servicios técnicos para el sector de la construcción, especializados en alisados de pisos, pulido y desgaste del hormigón. Desde sus inicios, la empresa se ha caracterizado por el uso de maquinaria adecuado para cualquier tipo de edificaciones como galpones

industriales, edificios, locales comerciales, residencias, centros comerciales, aeropuertos entre otros, y un equipo de trabajo altamente capacitado en el ámbito laboral. Con el crecimiento de la industria de la construcción en el distrito metropolitano de Quito, SERVITEC ha evolucionado para trabajar y cubrir proyectos públicos y privadas de gran magnitud como bodegas industriales para corporación favorita, aeropuerto Mariscal Sucre, coca codo Sinclair, Bodegas para PF GROUP, consolidando como un aliado estratégico para empresas constructoras, ingenieros, arquitectos.

Misión: "Brindar soluciones de alisado de pisos de alta calidad, utilizando técnicas innovadoras y materiales sostenibles, para transformar espacios y satisfacer las necesidades de nuestros clientes con un servicio excepcional y personalizado".

Visión: "Ser reconocidos como líderes en el sector de alisados de pisos en la región, destacando por nuestra innovación, calidad y compromiso con la satisfacción del cliente, contribuyendo a un entorno más estético y funcional".

- Valores institucionales

Calidad: Compromiso inquebrantable con la excelencia en cada proyecto.

Orientación al cliente: Escuchar y entender las necesidades del cliente y ofrecer soluciones personalizadas.

Innovación: Fomentar un ambiente donde se promueva la creatividad y se busquen nuevas técnicas y materiales.

Responsabilidad social: Contribuir al bienestar de la comunidad y el medio ambiente mediante practicas sostenibles.

Integridad: Actuar con honestidad y transparencia en todas las interacciones.

1.3. CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

La constitución legal de empresa SERVITEC está registrado como una empresa de actividad económica F410020001. Construcción de todo tipo de edificios no residenciales, edificios de producción industrial, ejemplo. Edificios de oficinas, hoteles, almacenes, centros comerciales, bodegas, restaurantes, observatorios, iglesias, museos, incluye remodelaciones o rehabilitación de estructuras existentes en el Distrito Metropolitano de Quito. Cumpliendo con los requisitos establecidos en la ley de compañías en el Ecuador; desde esta perspectiva, a continuación, en la figura 3 se muestra el Registro Único del Contribuyente emitido por el Servicio de Rentas Internas como se muestra a continuación:

RUC 1715546394001		Razón social CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS	
Estado contribuyente en el RUC ACTIVO		Actividad económica principal CONSTRUCCIÓN DE TODO TIPO DE EDIFICIOS NO RESIDENCIALES: EDIFICIOS DE PRODUCCIÓN INDUSTRIAL, EJEMPLO. EDIFICIOS DE OFICINAS, HOTELES, ALMACENES, CENTROS COMERCIALES, BODEGAS, RESTAURANTES, OBSERVATORIOS, IGLESIAS, MUSEOS, INCLUYE REMODELACIÓN, RENOVACIÓN O REHABILITACIÓN DE ESTRUCTURAS EXISTENTES	
Contribuyente fantasma NO		Contribuyente con transacciones inexistentes NO	
Tipo contribuyente PERSONA NATURAL		Régimen GENERAL	
Obligado a llevar contabilidad NO		Agente de retención NO	
		Contribuyente especial NO	
Fecha inicio actividades 2009-09-15		Fecha actualización 2022-10-19	
		Fecha reinicio actividades 2013-11-04	

Figura 3. Registro Único del Contribuyente
Fuente: SRI (2024)

1.4. DEL PROBLEMA A LA OPORTUNIDAD (JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE POTENCIACIÓN)

Durante varios años, la empresa SERVITEC ha enfrentado diversas dificultades relacionadas con el abastecimiento de maquinaria y piezas especializadas utilizadas en los procesos de pulido y alisado de pisos industriales. Entre estos insumos se incluyen aspas metálicas, platos de flotación, discos de resina, discos de diamante, maquina pulidora y aspiradora industrial. Históricamente, la adquisición de estos productos se ha realizado a través de proveedores nacionales, lo cual ha generado costos elevados y, en consecuencia, una rentabilidad limitada para la organización.

En esta situación se origina principalmente por el desconocimiento de los procesos de importación de maquinaria e insumos desde mercados internacionales. La falta de experiencia en comercio exterior y la limitada asesoría técnica, han dificultado la identificación de proveedores internacionales confiables y el acceso a productos de mejor calidad a precios competitivos. Como resultado, la empresa ha dependido del mercado local para adquirir la materia prima necesaria para sus operaciones, lo que ha restringido su crecimiento dentro del sector de la construcción para la prestación de servicios de la empresa.

Asimismo, SERVITEC no contaba con proveedores certificados que garanticen estándares adecuados de calidad en los productos adquiridos, lo que evidencia un limitado conocimiento del mercado internacional y de los acuerdos comerciales que Ecuador mantiene con diferentes países. Esta situación ha impedido aprovechar oportunidades de importación que podrían mejorar la eficiencia operativa y competitividad de la organización.

Por otra parte, las empresas dedicadas a los servicios de pulido y alisado de pisos enfrentan actualmente diversos desafíos relacionados con el comercio internacional. Entre los principales problemas se encuentran los altos costos logísticos, las restricciones comerciales, la necesidad de cumplir con requisitos técnicos. además, desde enero de 2025, la importación de maquinaria se encuentra sujeta al pago de impuestos a la salida de divisas (ISD) del 5%, lo cual incrementa los costos de adquisición de estos equipos y reduce la rentabilidad de las empresas del sector (Villagómez et al., 2024).

Adicionalmente, la empresa SERVITEC ha experimentado dificultades logísticas y operativas relacionados con el soporte técnico de la maquinaria importada, especialmente aquella proveniente de China. Entre estas dificultades se encuentran la falta de manuales técnicos adecuados, la ausencia de servicios de mantenimiento especializados a nivel local y la limitada disponibilidad de repuestos, lo que dificulta la correcta instalación y funcionamiento de los equipos.

A esto se suman inconvenientes relacionados con los sistemas informáticos utilizados en los procesos aduaneros como el sistema ECUAPASS, lo que ha generado retrasos en los tiempos de despacho y respuesta de los trámites aduaneros. En consecuencia, la empresa se ha visto en la necesidad de planificar con mayor anticipación sus pedidos internacionales de acuerdo con el país de origen de las mercancías.

Desde una perspectiva logística y comercial, la importación de estos productos también se ve afectado por factores externos como el incremento de los costos de transporte, la inseguridad que impacta las operaciones logísticas, Los procesos aduaneros que pueden resultar prolongados y el aumento de los costos de almacenamiento o bodegaje. Asimismo, persisten barreras arancelarias, restricciones comerciales para determinados productos, inestabilidad política y dificultades relacionadas con la disponibilidad de divisas, lo que genera incertidumbre en las operaciones de comercio internacional.

En este contexto, los conocimientos adquiridos en la carrera de Comercio Exterior representan una oportunidad para fortalecer los procesos de importación de partes y piezas destinadas al sector de la construcción de la empresa SERVITEC. A través de la aplicación de herramientas técnicas y estratégicas propias de esta disciplina, es posible optimizar la cadena logística de importación, identificar proveedores internacionales y aprovechar los acuerdos comerciales vigentes entre Ecuador y los principales productores de maquinaria y equipos especializados.

Por lo tanto, resulta necesario analizar y diseñar un proceso eficiente de importación que incluya las etapas de planificación, documentación, transporte internacional y gestión aduanera, con el fin de garantizar la llegada oportuna de los productos en las condiciones y cantidades requeridas. De esta manera, la empresa SERVITEC podrá mejorar su competitividad, optimizar sus costos operativos y expandir su participación en

el mercado de la construcción en la ciudad de Quito mediante la prestación de servicios de alisados de pisos, pulido y desgaste de hormigón.

1.5. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

Para llevar a cabo la importación de partes y piezas en el sector de la construcción para la prestación de servicios de alisados y pulidos en el Distrito Metropolitano de Quito, fue fundamental aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de Comercio Exterior.

En este contexto, la asignatura de Teoría del Comercio Internacional permitió comprender los principios que sustentan el intercambio de bienes y servicios entre países, así como el funcionamiento de los flujos comerciales y las ventajas que se generan a través del comercio global. Estos fundamentos facilitaron la identificación de oportunidades para abastecer de material prima y maquinaria desde mercados internacionales, optimizando el proceso de importación.

De igual manera, la materia de Acuerdos Comerciales resulto relevante para analizar los tratados y mecanismos de integración que influyen en el comercio exterior. A partir de este conocimiento fue posible identificar las condiciones arancelarias, las barreras comerciales y las regulaciones que intervienen en la importación de productos, elementos que influyen directamente en la competitividad de las operaciones comerciales.

Asimismo, la asignatura de Comercio Electrónico aportó herramientas importantes para la búsqueda, evaluación y selección de proveedores internacionales. A través del uso de plataformas digitales especializadas, como Alibaba, fue posible establecer contacto directo con fábricas, analizar cotizaciones en tiempo real, comprar características técnicas de los productos y agilizar las negociaciones comerciales, lo que permitió optimizar el proceso de abastecimiento internacional.

Por otra parte, el conocimiento de los incoterms fue esencial para definir de manera adecuadas las responsabilidades, riesgos y costos entre compradores y vendedores durante el transporte internacional de las mercancías. La correcta selección del término de negociación permitió planificar de forma eficiente la logística de importación, reducir posibles contingencias y mantener un mayor control sobre la cadena de suministros.

En relación con los Procedimientos aduaneros, estos fueron determinantes para cumplir con la normativa vigente en el Ecuador. El proceso inicio con la inscripción de la empresa como importador y exportador OCES en el sistema ECUAPASS y la obtención del certificado de firma electrónica Token, requisitos indispensables para realizar operaciones de comercio exterior. Posteriormente, se gestionó la documentación necesaria para la nacionalización de las mercancías, como la factura comercial, lista de empaque y conocimiento de embarque, además d verificar las regulaciones aplicables y la necesidad de permisos de control previo.

Desde una perspectiva estratégica, la asignatura de Marketing contribuyo al análisis del mercado local, permitiendo identificar la demanda existente dentro del sector de la construcción en la ciudad de Quito. Este análisis facilito el diseño de estrategias comerciales orientadas a posicionar los productos importados y a fortalecer la participación de la empresa en un mercado caracterizado por una creciente demanda de maquinaria y herramientas especializadas.

De igual manera, la asignatura de Contabilidad proporciono las bases necesarias para realizar el control financiero de operación comercial. A través del análisis de costos gastos logísticos, tributos de importación y proyecciones de rentabilidad, fue posible evaluar la viabilidad económica del proyecto y establecer una planificación financiera adecuada para la empresa.

- Justificación operativa de la importación realizada en el año 2025

La importación de maquinaria e insumos destinados a las actividades de pulido y alisado de pisos industriales realizada por la empresa SERVITEC en el año 2025 respondió a una estrategia de abastecimiento planificada con el objetivo de optimizar los costos de adquisición y garantizar la disponibilidad de materiales durante un periodo prolongado de operación.

En lugar de realizar múltiples importaciones de menor volumen, la empresa opto por efectuar una importación consolidada, lo cual permitió reducir significativamente los costos logísticos asociados al transporte internacional, seguros, gastos portuarios y trámites aduaneros. Esta estrategia también permitió aprovechar economías de escala en la compra de maquinaria e insumos provenientes del mercado chino, donde los

fabricantes ofrecen mejores condiciones comerciales al adquirir mayores volúmenes de productos.

Una vez nacionalizado la mercancía en el Ecuador, la empresa implementó un sistema de gestión de inventarios, el cual permitió administrar de manera eficiente el uso de los materiales importados y garantizar el abastecimiento continuo para la prestación de servicios de alisado y pulido de pisos durante el periodo comprendido entre el 2025 y 2026. La adecuada planificación de inventarios permitió distribuir progresivamente los insumos en los diferentes proyectos ejecutados por la empresa dentro del mercado de la construcción.

Este modelo de abastecimiento también contribuyó a la estabilidad operativa de la empresa, ya que permitió mantener la continuidad de los servicios ofrecidos sin interrupciones en la disponibilidad de maquinaria y materiales especializados. Como resultado, la empresa pudo conservar su cartera de clientes y mantener el flujo de proyectos dentro del sector de la construcción.

Asimismo, la disponibilidad de los insumos importados permitió sostener las actividades productivas y preservar las fuentes de empleo dentro de la empresa, garantizando la continuidad laboral de los trabajadores que participan en las operaciones de alisado y pulido de pisos. La estabilidad en el suministro de materiales fue un factor clave para asegurar la ejecución de los contratos de servicio y mantener la operatividad del personal técnico.

Por lo tanto, la ejecución de este estudio permite aplicar de manera integral los conocimientos adquiridos en el ámbito administrativo y del comercio exterior, demostrando la capacidad de diseñar y gestionar un proceso de importación eficiente desde mercados internacionales hacia el Ecuador.

- Perfil de egreso de la carrera de comercio exterior

El desarrollo del presente proyecto de importación de maquinaria e insumos para el sector de la construcción desde China hacia Ecuador, aplicado a la empresa SERVITEC, permitió poner en prácticas las competencias establecidas en el perfil de egreso de la carrera de comercio exterior de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Estas

competencias se evidencian en las diferentes etapas del proyecto, desde el análisis del mercado hasta la gestión logística y el cumplimiento de la normativa aduanera.

- Relación de aspectos éticos y culturales

Este componente del perfil de egreso se desarrolló desde el momento en que se analizó la realidad de la empresa SERVITEC y su interacción con el entorno económico y comercial. La importación no se planteó únicamente como una operación de compra internacional, sino como una estrategia empresarial responsable, orientada a mejorar la prestación de servicios de construcción, generar mayor eficiencia operativa y aportar al desarrollo económico del entorno donde opera la empresa.

En la práctica, este aspecto se aplicó al establecer relaciones comerciales basadas en la transparencia, la honestidad y el cumplimiento de compromisos con proveedores internacionales, operadores logísticos, agentes aduaneros y clientes finales. Durante la selección del proveedor en China se valoró no solo el precio, sino también la formalidad del fabricante, la calidad de los productos, la calidad de la información técnico y la seguridad en las condiciones de negociación. Esto permitió que la importación se realice bajo criterios éticos y profesionales, reduciendo riesgos comerciales y fortaleciendo la confianza entre las partes involucradas.

Asimismo, desde la perspectiva organizacional, la importación contribuyó a mejorar la estructura operativa de SERVITEC, lo que impactó positivamente en su capacidad de atender al mercado local con mejores insumos y equipos, beneficiando indirectamente al sector de la construcción y a los clientes que demandan servicios de mayor calidad.

- Interculturalidad e inclusión

Esta competencia se evidenció en el proceso de negociación e interacción con proveedores internacionales, particularmente con empresas del mercado chino. La importación exigió comprender que el comercio internacional no solo involucra operaciones económicas, sino también relaciones interculturales en las que intervienen diferencias de idioma, costumbres de negociación, tiempos de respuestas, formas de comunicación empresarial y estilos de cierre comercial.

Además, esta competencia se relaciona con la formación integral del profesional de comercio exterior, quien debe desenvolverse en entornos diversos y globalizados. En el

proyecto, esta visión permitió asumir y el entendimiento de otras realidades comerciales fortalecen, las oportunidades de negocio y la sostenibilidad de las relaciones internacionales.

- Desarrollo del comercio internacional

Aunque este componente parece más vinculado al desarrollo social y territorio, dentro del proyecto se puede relacionar con el aporte que genera la importación al fortalecimiento del tejido productivo local. La ejecución de la importación permitió dotar a SERVITEC de maquinaria e insumos especializados que mejoran la calidad del servicio en obras de construcción.

Desde esta perspectiva, el proyecto no solo tuvo un enfoque empresarial, sino también territorial, ya que al mejorar la competitividad de SERVITEC se favorece la generación de empleo, la continuidad operativa de la empresa y la oferta de servicios especializados en el mercado de Quito. En consecuencia, el conocimiento adquirido en la carrera se orientó a resolver una necesidad real del entorno productivo, aportando al desarrollo socioeconómico mediante una propuesta técnica de comercio exterior.

- Analiza el área de estudio y la profesión para el desempeño óptimo en ámbito de comercio exterior y la investigación

Este perfil de egreso se evidencia en el enfoque investigativo que sustenta el desarrollo del proyecto. Lo cual requirió la aplicación de conocimientos teóricos y técnicos relacionados con el comercio internacional, la logística, la legislación aduanera y la gestión empresarial, lo que permitió analizar de manera integral la viabilidad de la importación propuesta.

Durante el proceso de investigación se realizó un estudio del sector de la construcción, se identificaron las necesidades de la empresa SERVITEC y se evaluaron las condiciones necesarias para desarrollar una operación de importación eficiente. Este análisis permitió integrar el conocimiento académico con una problemática empresarial concreta, para investigar, analizar y proponer soluciones dentro del ámbito del comercio internacional.

- Resolución de problemas profesionales mediante estrategias de comercio exterior

El proyecto también evidencia la capacidad del profesional de Comercio Exterior para identificar problemas empresariales y plantear estrategias que contribuyan al

fortalecimiento de las organizaciones. En este caso, el proyecto surge a partir de la necesidad de mejorar el abastecimiento de partes y piezas especializadas para el sector de la construcción, lo cual representa un desafío para la empresa SERVITEC en términos de competitividad y capacidad operativa.

La propuesta de importación fue planteada como una estrategia empresarial que permite optimizar los procesos de abastecimiento, mejorar la disponibilidad de productos y fortalecer la posición de la empresa dentro del mercado. De esta manera, la investigación demuestra que el comercio exterior puede convertirse en una herramienta estratégica para resolver problemas empresariales.

- Transformación de la matriz productiva mediante el conocimiento interdisciplinario

El perfil de egreso también contempla la capacidad de comprender el comercio exterior desde una perspectiva interdisciplinaria, integrando conocimientos de diferentes áreas para contribuir al desarrollo económico y productivo. En el desarrollo del proyecto se aplicaron conceptos de comercio internacional, logística, administración, finanzas y legislación aduanera, lo que permitió analizar la importación desde un enfoque integral.

La importación de partes y piezas para el sector de la construcción no solo implica una operación comercial, sino también un proceso que involucra planificación logística, análisis de costos, cumplimiento normativo y evaluación de la viabilidad empresarial.

- Selección de información especializadas para la gestión de negocios internacionales

En el desarrollo del proyecto fue necesario recopilar información técnica sobre las características de las partes y piezas a importar, los mercados internacionales disponibles, los proveedores potenciales y los costos asociados a la operación de importación.

Este proceso permitió identificar oportunidades de negocio y evaluar las condiciones necesarias para que la importación sea viable desde el punto de vista comercial y financiero.

- Aplicación de sistemas logísticos integrales en el intercambio comercial de mercancías

La logística contribuye uno de los elementos más importantes dentro del comercio internacional, ya que permite coordinar el traslado de mercancías desde el país de origen hasta el país de destino. En el proyecto se realizó un análisis de la cadena logística que interviene en la importación de las partes y piezas requeridas por la empresa SERVITEC, considerando aspectos como el transporte internacional, los costos de flete, los tiempos de tránsito y el seguro de la mercancía.

La planificación logística permitió evaluar diferentes alternativas de transporte y determinar la opción, mas eficiente para garantizar que los productos lleguen al país de destino en condiciones adecuadas y dentro de los plazos establecidos.

- Evaluación de la normativa aduanera en la gestión de procesos de comercio exterior

La evaluación de la normativa aduanera constituye uno de los componentes más relevantes del perfil de egreso de la carrera de comercio exterior. En el desarrollo de la tesis se realizó un análisis detallado de la legislación que regula las operaciones de importación en el Ecuador, incluyendo la clasificación arancelaria de los productos, los tributos aplicables y lo documentos necesarios para el proceso de nacionalización de las mercancías.

El cumplimiento de estos requisitos permitió determinar la viabilidad legal de la operación de importación y garantizar que la propuesta se ajuste a las disposiciones establecidas por las autoridades aduaneras.

- Comercio internacional y aporte al desarrollo socioeconómico territorial

Aunque este componente parece más vinculado al desarrollo social y territorial, dentro del proyecto se puede relacionar con el aporte que genera la importación al fortalecimiento del tejido productivo local. La ejecución permitió dotar a SERVITEC de maquinaria e insumos especializados que mejoran la calidad de servicio en obras de construcción, contribuyendo a dinamismo económico de territorio y al fortalecimiento de actividades productivas vinculadas a infraestructura, vivienda y acabados.

- Sostenibilidad del proyecto

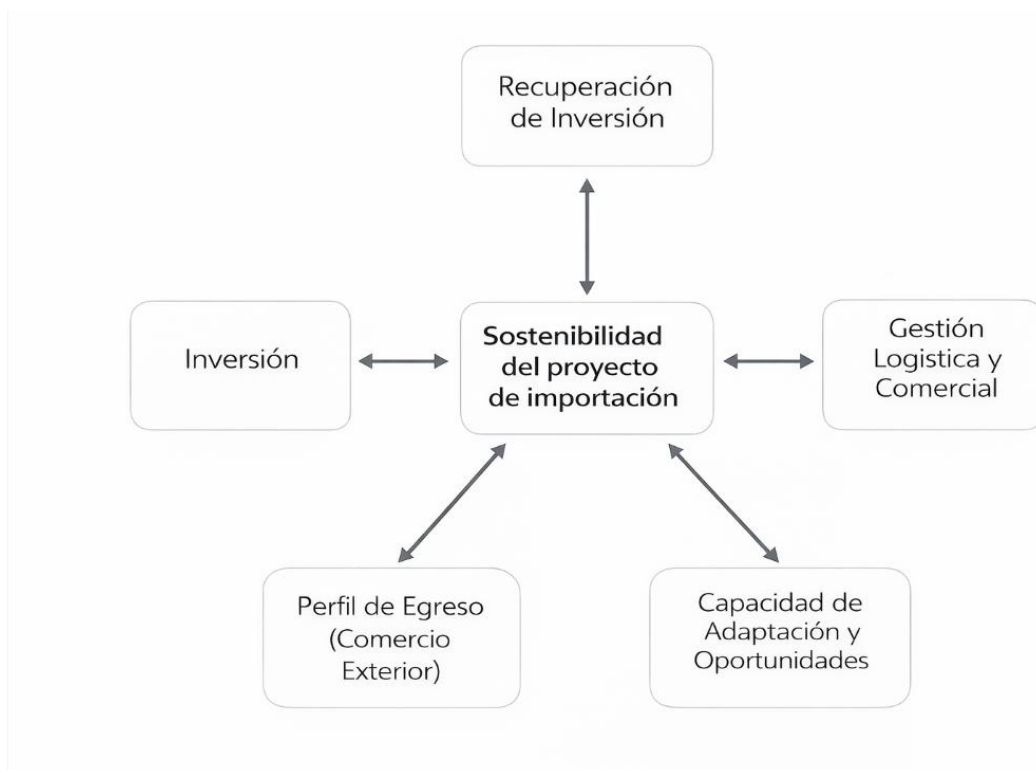


Figura 4. Sostenibilidad del proyecto

El presente análisis evalúa la sostenibilidad del proyecto de importación realizado por la empresa SERVITEC, el cual consistió en la adquisición de maquinaria e insumos para el sector de la construcción para la prestación de servicios en el Distrito Metropolitano de Quito. Se enfoca en los aspectos claves de la gestión financiera, operativa y estratégica, determinando como estos factores, alienados con las competencias adquiridas en la carrera de Comercio Exterior, han garantizado la viabilidad y la rentabilidad del proyecto a corto y largo plazo.

La inversión inicial para la importación fue de \$9,126.62 USD realizado en enero de 2025 es uno de los aspectos más cruciales del proyecto, ya que representa el capital inicial destinado a la importación de maquinaria e insumos necesarios para mejorar los servicios de la empresa.

Al final del 2025, los ingresos totales generados ascendieron a \$124,740.00, lo que no solo cubrió la inversión inicial, sino que superó ampliamente, mostrando que el proyecto ha sido altamente rentable.

Este éxito está vinculado a las competencias adquiridas en la carrera de Comercio Exterior tales como gestión financiera, análisis de viabilidad y optimización de recursos, que fueron fundamentales para garantizar el retorno de la inversión. Además, las habilidades en planificación financiera y gestión de proyectos son esenciales para evaluar y ajustar continuamente las decisiones económicas, lo que contribuye a una gestión eficiente del capital en proyectos internacionales.

II. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. COMPETENCIA

Actualmente la competencia se ha establecido como aquella rivalidad de las empresas u organizaciones que ofertan productos o servicios similares en un mercado determinado, cabe destacar que la competencia puede ser de forma directa o indirecta, de hecho, su variación puede establecer sobre la calidad del producto, precio, alcance o tamaño, por esta razón, la competencia de la empresa SERVITEC ubicada en la ciudad de Quito son todas las organizaciones que ofertan servicios de alisados de pisos, losas, galpones industriales, bodegas entre otros materiales de construcción; en la siguiente tabla se muestran los competidores directos e indirectos de la empresa SERVITEC

Tabla 2. *Competidores de la empresa SERVITEC*

Competidores directos	Competidores indirectos
Grupo tecnipisos Rinol Ecuador Polykret Alisados de Pisos Industriales H.A. Endurexppisos S.A.	Todas las organizaciones que se dedican a la prestación de servicios de alisados de pisos, losas, galpones industriales

En relación a la empresa Grupo tecnipisos se puede identificar que cuenta con un mayor presupuesto, sin embargo, no cuenta con un proceso de importación de los productos y acabos, esto debido que los proveedores de esta organización son nacionales, sin embargo, cuenta con sucursales en la ciudad de Ambato en donde se ha ampliado su mercado para ofrecer sus servicios, cuenta con una estructura organizacional y tiene más de 10 años de trayectoria en el mercado, consolidándose como una empresa líder en el mercado, por esta razón, es considerada como una competencia fuerte.

Con respecto a la empresa Rinol Ecuador se ha diferenciado con la empresa SERVITEC en la adquisición de los productos, puesto que esta empresa cuenta con precios altos en sus proveedores, mientras que la empresa SERVITEC presenta un precio de adquisición

inferior, además esta competencia se diferencia de los productos que no son de carácter internacional, puesto que lo realiza de forma nacional.

Por su parte, la empresa Polykret es una competencia fuerte por la variedad de sus servicios, sin embargo, el costo de estos servicios en los últimos años ha estado en constante crecimiento, lo cual ha facilitado establecer estrategia de precios, además su ubicación es estratégica debido que se encuentra en un área comercial que facilita a la demanda la adquisición de los productos.

Mientras tanto, la empresa Alisados de Pisos Industriales H.A. se ha convertido en una competencia fuerte en los últimos años, puesto que a diferencia de la empresa SERVITEC en los últimos 4 años esta empresa se ha caracterizado por ofertar servicios innovadores que no se encuentran comúnmente en el mercado, en relación a sus precios son similares a los ofertados por la empresa de estudio, adquiere una organización sólida y su posicionamiento en el mercado ha ido en constante crecimiento.

Finalmente, la empresa Endurexppisos S.A. es considerada una competencia débil debido que es considerada una pequeña organización que no se encuentra posicionada en los grandes mercados, su crecimiento ha sido limitado en los últimos años, de hecho, los precios de los productos son superiores a la empresa SERVITEC, su ubicación se encuentra en la ciudad de Quito en un sector comercial.

Tabla 3. Matriz de evaluación de la competencia

Empresa	Calidad del producto			Precio			Experiencia en el mercado			Redes sociales			Ubicación			Total
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo	
Grupo tecnipisos	3				2		3					1	3			12
Rinol Ecuador		2		3			3			2				2		12
Polykret		2		3				2		2				2		11
Alisados de Pisos Industriales H.A.		2			2				1	3						11
Endurexppisos S.A.			1		2				1	2				2		8

Tabla 4. Matriz de la empresa servitec

Empresa	Calidad de producto		Precio		Experiencia de mercado		Redes sociales		Ubicación		Total
Servitec	3		2		3		2		3		13

Como se puede identificar en tabla 3 y 4 el análisis corporativo entre la empresa SERVIEC y sus competidores destaca principalmente en la calidad del servicio y la experiencia laboral en el mercado con una calificación de 3 puntos, lo que coloca al mismo nivel al Grupo Tecnipisos y Rinol Ecuador. En cuanto a precio la empresa SERVITEC tiene una calificación media (2) lo que se muestra una estrategia competitiva. Si bien su presencia en redes sociales es media (2), hay una oportunidad para mejorar esta área y expandir su visibilidad digital, algo que la empresa Rinol Ecuador y Polykret ya están haciendo. Finalmente, su ubicación estratégica en Quito le otorga una ventaja competitiva al acceder a mercados claves obteniendo una calificación alta (3).

En contexto SERVITEC tiene fortalezas claras en calidad, experiencia y ubicación, pero podría mejorar su presencia digital y optimizar sus estrategias de precios para consolidar su posición frente a sus competidores.

2.2. PROVEEDORES

Si bien es cierto, los proveedores son considerados como aquellas empresas o personas que suministran de materiales o servicios a las organizaciones, considerándose puntuales sobre el funcionamiento de las organizaciones, debido que le proporciona todos los recursos necesarios que les permita producir o llevar a cabos sus actividades; desde esta perspectiva, en la siguiente tabla se muestran los proveedores de la empresa SERVITEC nacionales e internaciones

2.2.1. PROVEEDORES DE SERVITEC

Tabla 5. Proveedores de la empresa SERVITEC

Proveedor	Calidad (1-5)	Precio (1-5)	Cumplimiento (1-5)	Solidez financiera (1-5)	Capacidad de distribución (1-5)	Evaluación cualitativa
JINING SIHOK MACHINERY LTD	5	4	5	2	4	Alta calidad, tiempos de entrega exactos (15 días), exportador experimentado, no presta garantías financieras a sus clientes. Y posee la capacidad de exportar grandes volúmenes a diferentes países.
HENAN IDEAL MACHINERY CO.,LTD	5	4	4	2	4	Proveedor serio con una alta demanda en servicio y calidad, tiempos de entrega exactos (7-15 días), no ofrece garantías financieras a sus clientes. Amplia experiencia exportando maquinaria.
ADITIVOS Y PISOS	3	3	4	4	1	Cumple entregas locales rápidos, ofrece financiamiento parcial a clientes recurrentes, sin capacidad logística de distribución nacional e internacional.
CADEDCO Y ADITIVOS	3	3	4	2	1	Buen cumplimiento y productos adecuados, pero exige pago total al momento de la compra. No cuenta con logística para una distribución a nivel internacional.

Como se puede identificar en la tabla 5 la empresa Servite solamente cuenta con 2 proveedores nacionales, en donde se puede identificar que la mayoría de sus proveedores son internacionales, es decir, la materia prima proviene del mercado extranjero. Para la selección de los proveedores internacionales se tomó como referencia la calidad de los productos, para ello, se partió de un análisis de los proveedores, sus precios, calidad de los productos y jerarquía en el mercado internacional.

Entre los proveedores internacionales se ha tomado como referencia la calidad de sus productos, es decir, la empresa JINING SIHOK MACHINERY., LTD tiene una alta calidad en sus productos cuentan con equipo profesional, capacidad de producción y Servicio postventa 24/7, tasa de respuesta del 100%, tiempo de entrega garantizado, precio directo de fábrica; también por las disponibilidades de entrega de los productos y los acuerdos comerciales, en donde se seleccionó este proveedor por cumplir con la calidad requerida en productos acabados para la construcción.

Mientras tanto, la empresa HENAN IDEAL MACHINERY EQUIPMENT CO., LTD se ha caracterizado por ser un proveedor altamente certificado y con experiencia en el mercado de la construcción, por lo tanto, cuenta con más de 10 años de fabricante y 6 años de experiencia en exportación, proveedor de máquinas de construcción; por esta razón, se seleccionó a este proveedor puesto que cumple con los parámetros de calidad y la disponibilidad de los productos para la importación y de esta manera cumplir con todas las necesidades de la demanda de la construcción. Además, la empresa se distingue por cumplir con estándares internacionales como CE, ROHS, FCC y UL, garantizando la calidad de sus productos.

En el contexto nacional SERVITEC cuenta con proveedores que cumplen con las necesidades del sector de la construcción, para ello, esta empresa tiene 2 proveedores que se encuentran ubicados en la ciudad de Quito como auditivos y pisos y Cadeco aditivos que son los principales proveedores a nivel nacional, estas empresas han sido seleccionadas por ser unicas en el mercado y que cumple con productos de calidad que satisfagan las necesidades del sector de la construcción.

2.3. MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo o también denominado target o mercado meta es considerado como aquel conjunto de personas para las cuales son dirigidos los productos o servicios; cabe mencionar que los individuos que se integran en este grupo suelen presentar similares características, es decir, por su edad, ubicación geográfica, nivel de ingresos, género y las conductas de cada individuo.

En este sentido, el mercado objetivo de la empresa SERVITEC es la población del Distrito Metropolitano de Quito, especialmente arquitectos albañiles o cualquier persona que realizan actividades industriales, esto debido que esta empresa se dedica a la comercialización y distribución de partes y piezas para las maquinas alisadoras y abrillantadoras de piso industrial, fortaleciendo a la empresa SERVITEC y comercializando.

Tabla 6. Mercado objetivo de la empresa SERVITEC

Segmento	Descripción									
Segmentación demográfica	Población Total: Aproximadamente 2.186.827 habitantes, según proyecciones recientes									
	División Geográfica: Quito está organizada en ocho administraciones zonales: Calderón, Manuela Sáenz, Valle de los Chillos, Eloy Alfaro, La Delicia, Eugenio Espejo, Quitumbe y Tumbaco									
	Edad Mayores de 18 años por el poder adquisitivo de adquirir estos productos									
	Genero La población está compuesta por una proporción equilibrada entre hombres y mujeres, aunque algunos estudios indican que hay predominancia femenina en ciertos grupos etarios y actividades									
	Estado civil Las categorías incluyen solteros, casados, en unión libre y divorciados, lo cual influye en el tipo de hogar y las decisiones de consumo.									
	Nivel socioeconómico <table> <tr> <td>Clase alta:</td><td>1.9%</td></tr> <tr> <td>Clase media alta:</td><td>11.2%</td></tr> <tr> <td>Clase media:</td><td>22.8%</td></tr> <tr> <td>Clase media baja:</td><td>49.3%</td></tr> <tr> <td>Clase baja:</td><td>14.9%</td></tr> </table>	Clase alta:	1.9%	Clase media alta:	11.2%	Clase media:	22.8%	Clase media baja:	49.3%	Clase baja:
Clase alta:	1.9%									
Clase media alta:	11.2%									
Clase media:	22.8%									
Clase media baja:	49.3%									
Clase baja:	14.9%									
	Tipo de hogar Jóvenes (con hijos menores de 18 años) Adultos (con hijos universitarios)									

Maduro (sin hijos o con hijos solteros mayores de 25 años). (DATOS MACRO, s.f.)

Segmentación geográfica

División general: Norte, centro, sur, áreas suburbanas Cumbayá Tumbaco los chillos.

El Distrito Metropolitano de Quito está dividido en 10 administraciones zonales, cada una de las cuales tiene la responsabilidad de gestionar y coordinar servicios en su área.

El distrito cuenta con un total de 65 parroquias, divididas en:

32 parroquias Urbanas: Estas son parte del área metropolitana y están completamente urbanizadas, con acceso a infraestructura y servicios

33 parroquias Rurales: Estas parroquias se encuentran en áreas menos urbanizadas y suelen tener características más rurales. (DATOS MACRO, s.f.)

Un estudio realizado sobre los hábitos de ocio en las parroquias rurales de Quito identificó varios ocios tipos, que son grupos de personas con características y preferencias similares en sus actividades recreativas. Algunos de este ocio tipos son:

Indagadores Culturales:

Motivaciones: Prefieren actividades culturales como fiestas populares, danzas tradicionales y visitas a museos.

Rechazos: No les atraen actividades como ir a discotecas o participar en grupos religiosos.

Vacaciones: Utilizan su único período vacacional para visitar la costa ecuatoriana, principalmente Atacames, con familiares. (DATOS MACRO, s.f.)

Segmentación conductual

Hábitos de consumo

Los hábitos de consumo en Quito están influenciados por el nivel socioeconómico y las preferencias culturales. Algunos aspectos destacados incluyen:

Presupuesto para Ocio: La mayoría destina un bajo porcentaje de sus ingresos al ocio, especialmente los jóvenes que ganan el salario mínimo.

Transporte: Prefieren el transporte público para actividades recreativas y turísticas, aunque algunos utilizan transporte privado cuando es necesario.

Seguridad y Accesibilidad: La seguridad es un factor crucial al elegir actividades de ocio; la infraestructura disponible también influye en sus decisiones.

Actitudes sociales

Los habitantes de Quito muestran actitudes diversas hacia la participación comunitaria:

Interés por Actividades Comunitarias: Existe un bajo interés por asociarse a grupos políticos o religiosos, lo que refleja una preferencia por actividades más recreativas y culturales.

Participación en Eventos Culturales: Hay un alto interés en participar en eventos culturales y festividades locales, lo que resalta la importancia del patrimonio cultural en la vida cotidiana. (DATOS MACRO, s.f.)

Segmentación industrial**Industria Manufacturera:**

Comprende 329 empresas que producen bienes diversos, desde alimentos hasta productos textiles.

Comercio

Incluye tanto el comercio al por mayor como al por menor, con aproximadamente 1,303 empresas dedicadas a la venta de productos y servicios.

Servicios de Alojamiento y Alimentación:

Este sector cuenta con alrededor de 710 empresas, reflejando la importancia del turismo en la ciudad.

Actividades Profesionales, Científicas y Técnicas:

Hay aproximadamente 500 empresas en este sector, que incluye consultorías y servicios especializados.

Construcción:

Un sector clave para el desarrollo urbano, con un número creciente de proyectos debido al crecimiento poblacional.

Parques industriales

Uno de los desarrollos más significativos en la infraestructura industrial es el Parque Industrial de Quito (PIQ). Este parque está diseñado para albergar diversas industrias y ofrece:

Infraestructura adecuada: Dotado de servicios básicos como electricidad y agua potable.

Regulación centralizada: Para el manejo de residuos y cumplimiento normativo.

Beneficios para empresas: Incentivos para trasladar operaciones al parque, asegurando estabilidad a largo plazo.

En la tabla 7 se puede identificar el mercado objetivo para la empresa SERVITEC, en donde se ha establecido por segmentos, es decir, esta organización tiene diferentes mercados que se encuentran distribuidos de manera geográfica, conductual e industrial, por tal motivo, el mercado objetivo para la empresa SERVITEC son los arquitectos, albañiles, ingenieros industriales y todo el sector la construcción.

- Análisis del microentorno para la empresa SERVITEC mediante las 5 fuerzas de Porter
- Kotler y Armstrong (2013) afirman "El microentorno incluye a todos los actores cercanos a la empresa que afectan, tanto positiva como negativamente, su capacidad para crear valor para los clientes y relaciones con ellos" (p. 67). Es importante analizar esta situación para identificar como se encuentran todos los factores cercanos a la empresa. A continuación, se presenta el análisis del microentorno sobre el producto de estudio. Mediante este modelo estratégico se puede analizar el nivel de competitividad que tiene la empresa, y de esta manera desarrollar estrategias de negocio. Villacampa (2018) menciona "las cinco fuerzas de Porter dibujan un entorno en el que cualquier

empresa tiene la capacidad de ser competitiva. Todo ello gracias a una estrategia correcta" (párr. 1). Dicho de esta manera, para que una organización pueda ser competitiva se debe llevar a cabo el análisis de los clientes, proveedores, competencia, productos sustitutos y la rivalidad que existe entre los competidores.

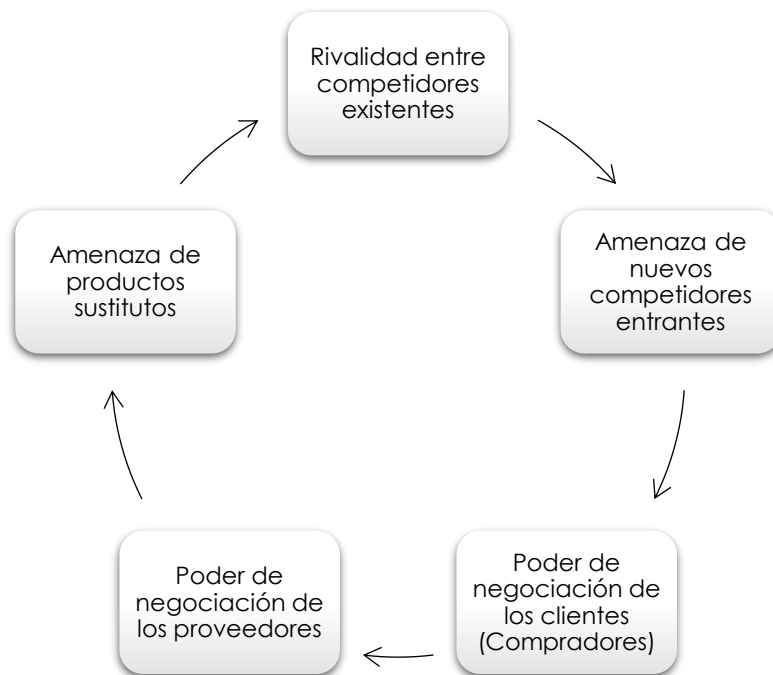


Figura 5. Fuerzas de PORTER

- Rivalidad entre competidores existentes

La rivalidad entre los competidores es alta debido que actualmente existen varias empresas que se dedica a la misma actividad comercial, es decir, prestan servicios de alisado de piso, especialmente en grandes obras en donde se crean convenios para la prestación de diferente servicios que presta la empresa SERVITEC, especialmente en nuevas construcciones que requieren de acabados, por esta razón, la rivalidad entre los competidores existente el atal debido que varias empresas utilizan estrategias de precio, innovación y publicidad, sin embargo, es importante considerar que la empresa SERVITEC adquiere ventaja en sus servicios a diferencia de sus competidores, esto debido que la importación de productos contribuye en realizar un servicio especializado y personalizado según las necesidades de la demanda de la construcción.

- Amenaza de nuevos competidores entrantes

Con respecto a la amenaza de nuevos competidores es entrante, esto debido a la innovación de los servicios de acabo, especialmente por los convenios internacionales que permite a los competidores adquirir productos para prestar servicios de alisado innovadores. Por tal motivo, existen barreras bajas, debido que la inversión en maquinaria de resinas y pulidos actualmente es moderada y no requiere de licencias complejas; también por la facilidad de entrada, es decir, varias técnicas de alisados que se han independientes pueden entrar al mercado con un poco experiencia que ofrezcan precios bajos y contribuyan en las necesidades de la demanda de la construcción

- Poder de negociación de los clientes

Cabe considerar que la demanda en la construcción es susceptible al precio, debido que lo comparan con el precio y la calidad e los acabados, para ello, tienen una diversificación de servicios que varía en función de los gustos y preferencias en las empresas de la construcción, por tal motivo, los clientes pueden mostrar un diferente comportamiento debido a la variedad d acabados que actualmente existe, siendo un punto a favor para la empresa SERVITEC; debido que los productos y piezas exportadas del mercado internacional permiten la prestación de un mejor servicio. Por tal motivo, el poder de negociación de los clientes el alto, puesto que un cliente puede seleccionar a otra empresa con similares características a una cotización mejor.

- Poder de negociación con los proveedores

En relación a la negociación con los proveedores es alta debido que existen varios proveedores en la ciudad de Quito que se dedican a la misma actividad comercial, es decir, al acabado y pulido de pisos, sin embargo, es importante considerar que existe un bajo poder visto desde el punto de vista de importación, debido que la mayoría de las empresas de acabado de pisos no tiene proveedores internacionales, sin embargo, al importa las piezas y partes los proveedores imponen diferentes reglas para la exportación, dependiendo de medidas arancelarias y acuerdos comerciales entre las naciones, puesto que tienen el poder de imponer precios y cantidad exportada.

- Amenaza de productos sustitutos

Este factor es considerado alto en la ciudad de Quito debido que existe servicios similares para la construcción y acabado de piso, consideradnos como una amenaza para la empresa SERVITEC, esto debió que la demanda de acabados de pisos puede seleccionar otros servicios que cumplan con las mismas funciones, por esta razón, los clientes pueden optar por soluciones más económicas o tradicionales, como cerámica, alfombras, piso flotante o alfombrado, en lugar de un alisado de resina de alto estándar.

Tabla 7. Matriz de evaluación

Indicador	Fortaleza		Debilidad	
Negociación con los proveedores	Impacto	Pts.	Impacto	Pts.
Existencia de proveedores	Medio	2		
Acuerdos comerciales y aranceles	Medio	2		
Cambio de proveedor	Bajo	1		
	Suma	5		
	Promedio	1,66		
Poder de los clientes	Impacto	Pts.	Impacto	Pts.
Cientes sensibles al precio	Alto	3		
Adquisición en grandes volúmenes	Medio	2		
Cantidad de demanda	Alto	3		
Interés en adquirir servicios de alisado	Medio	2		
	Suma	10		
	Promedio	2,5		
Productos sustitutos	Impacto	Pts.	Impacto	Pts.
Presencia de servicios sustitutos		0	Alto	3
Variedad de servicios sustitutos	Medio	2		0
Propensión del comprador de sustituir		0	Alto	3
	Suma	2		6
	Promedio	0,66		2
Posibles entrantes	Impacto	Pts.	Impacto	Pts.
Empresas de acabados de pisos	Medio	2		
Nuevas organizaciones con similares servicios	Alto	3		
Nuevos convenios internacionales para importar piezas de construcción	Medio	2		
	Suma	7		
	Promedio	2,33		
Nivel de competitividad	Impacto	Pts.	Impacto	Pts.
Empresas similares en la ciudad	Medio	2		
Crecimiento del sector constructivo		0	Alto	3
Tamaño de la competencia		0	Medio	2
	Suma	2		5
	Promedio	0,66		1,66

Como se puede observar en la tabla 7, una vez identificado el análisis del microentorno mediante las 5 fuerzas de Porter se puede identificar que las principales debilidades de esta organización se encentra en los productos sustitutos debido que actualmente en

sector de la construcción se encuentra en constante crecimiento, por lo tanto, se puede observar que existe un crecimiento en los productos sustitutos o productos que cuenten con similares servicio, también se encuentra el nivel de competitividad, debido que existe un crecimiento de la competencia desleal.

Mientras tanto, entre las principales fortalezas de la empresa SERVITEC se puede observar el poder de los clientes, debido que lo servicio de esta empresa satisfacer sus necesidades y expectativas, mientras que los proveedores también se ha convertido en una fuerza de suma importancia para esta organización, debido que los principales proveedores de los productos para la prestación del servicio provienen del mercado internacional, siendo un factor que permite afrontar a la competencia por la calidad del servicio.

2.4. VALIDACIÓN DE LA DEMANDA

2.4.1. Técnica de TAM SAM SOM

- TAM (Mercado total)

En este apartado se podrá en consideración todo el mercado de la construcción a nivel nacional, puesto que su comercialización se lo puede realizar en todo el territorio ecuatoriano, debido que el mercado de la construcción es considerado un amplio mercado por la constante remodelación de infraestructuras en donde se tomó como referencia la población a nivel nacional, puesto que los productos pueden ser comercializados no solamente dentro de la ciudad de Quito, sino a nivel nacional, en donde según cifras del INEC en Ecuador existen 17.98 millones de habitantes.

En este contexto, según el Banco Central del Ecuador como se cita en Ecuavisa (2024) afirma que el sector de la construcción en Ecuador registra una contracción del 17% sobre el segundo trimestre del 2024; puesto que la reducción de los créditos hipotecarios, además de la difícil situación económica de la población incide directamente sobre una compra menor de viviendas; desde esta perspectiva, en el tercer trimestre de 2024 el PIB sobre la construcción en Ecuador fue de 978,615 millones de dólares; de hecho, se puede identificar que entre enero y marzo del 2024 el PIB en la construcción tuvo un decrecimiento del 4,3% sobre el mismo periodo del 2023; puesto que en el primero

semestre del 2024 se obtuvo que la inversión en la obra pública ha disminuido con tan solo \$ 38,2 millones invertidos.

- SAM (Mercado disponible)

El mercado disponible se lo ha caracterizado por el ser mercado que actualmente se encuentra aperturado en la ciudad de Quito, para ello, se tomó como referencia datos estadísticas; puesto que según cifras del INEC en la ciudad de Quito existen 2.872.351 habitantes según el último censo nacional; en este sentido, es importante mencionar que según cifras del portal Quito informa (2024) menciona que en la ciudad de Quito en el 2024 en la ciudad de Quito se invirtieron 630 millones de dólares en obras de la construcción; por su parte el alcalde de Quito Pabel Muñoz afirmó que este monto se suma a los 730 millones que se han invertido en los primeros meses del 2023, obteniendo un total de 1.369 millones de dólares invertido en el sector de la construcción de la ciudad.

- SOM (Mercado objetivo)

Ahora bien, el mercado objetivo es todo el sector de la construcción como arquitectos, albañiles, ingenieros industriales radicados en la parroquia Calderón de la ciudad de Quito; además de la demanda de esta parroquia según cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos es de 250.877 habitantes; para ello, la empresa SERVITEC cuenta con dos cortadores de hormigón en donde cada cortadora está valorada en 7000 dólares, además de 8 alisadoras simples, el precio de cada una es de 5000 dólares también cuenta con 2 alisadoras dobles en donde cada una cuesta a 15000 dólares gracias a estos equipos se obtiene un aproximado de 84000 que les permite competir en varios proyectos de la ciudad. La cantidad de mercado que la empresa SERVITEC ha captado en el último año aproximadamente el 0,01%.

- Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda fue necesario aplicar encuestas a los clientes y la población de la construcción para identificar sus necesidades y expectativas frente a los acabados de construcción, para ello, se tomó como referencia a 50 personas entre clientes y personal externos como arquitecto, albañiles. Por tal motivo, a continuación, se muestra los gustos y preferencias de la demanda.

- Encuesta a los clientes de la empresa SERVITEC

Para identificar la perspectiva de los clientes sobre el servicio prestado por la empresa se aplicó un cuestionario que permitió identificar que tan satisfecho se encuentra la demanda con los servicios de esta organización, para ello, se tomó como referencia a 20 clientes de los últimos meses permitiendo obtener información actual, pertinente y directamente relacionado con el desempeño reciente de la empresa. Al trabajar con la totalidad de los clientes atendidos en ese lapso, la muestra se considera censal, es decir, abarca el 100% de la encuesta en ese periodo, lo que garantiza que los resultados reflejen de exacta y representativa la percepción real de los usuarios. Por lo tanto, a continuación, se exhiben los siguientes hallazgos:

¿Considera que actualmente la calidad del servicio ofertado en el mercado es adecuada?

Tabla 8. Género

Respuesta	Frecuencia
Si	15
No	0
Puede ser	5
Respuesta	Frecuencia

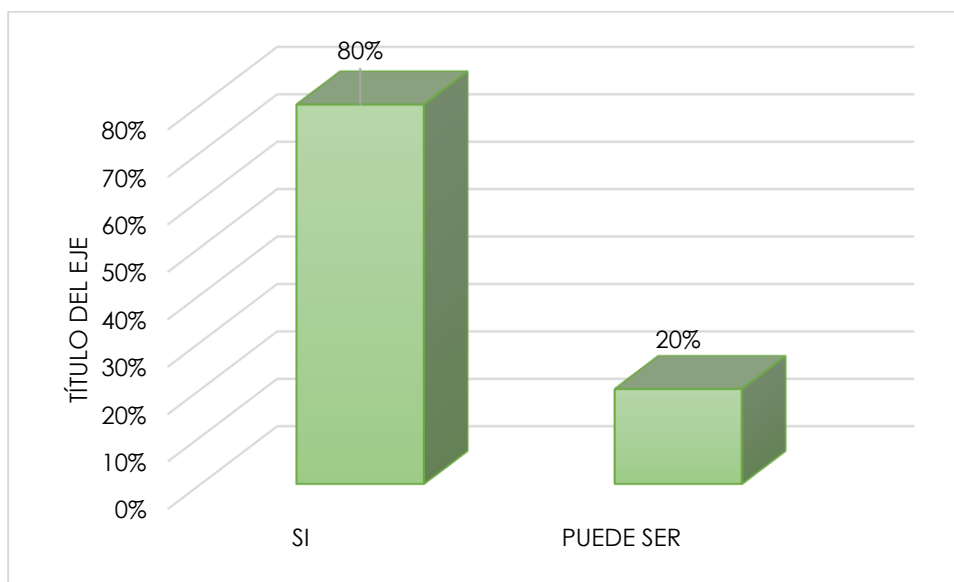


Figura 6. posibilidad

Como se puede identificar en la figura 4 la mayoría de los clientes de la empresa SERVITEC es de género masculino, representando el 80% de su demanda, a diferencia

del 20% que pertenece a género femenino; por lo tanto, el género masculino predomina en los principales clientes de la organización.

¿Como evaluaría los servicios de la empresa SERVITEC?

Tabla 9. Evaluación de los servicios de la empresa

Respuesta	frecuencia
Excelente	6
Muy bueno	12
Bueno	2
Total	20

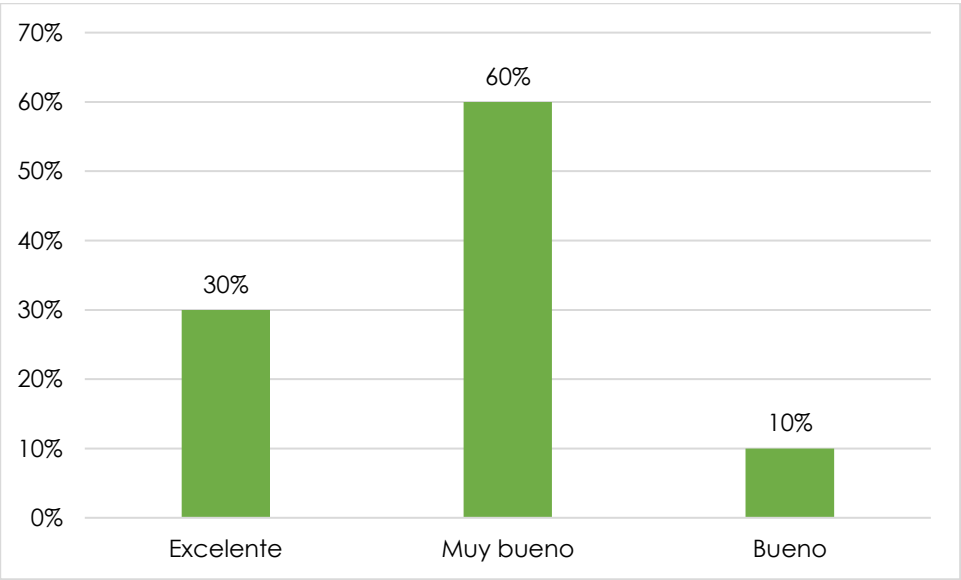


Figura 7. Evaluación de los servicios de la empresa

Según los clientes de la empresa SERVITEC en su mayoría mencionaron que el servicio que presta esta organización es muy bueno, representados por el 60%, seguido de un inferior porcentaje que afirmo ser excelente, mientras tanto, son escasos los clientes que señalaron sr buenos los servicios que presta esta empresa, obteniendo como conclusión que la demanda se encuentra satisfecha por los servicios de alisados y pulidos de pisos, puesto que mantienen altas expectativas sobre sus servicios.

¿Qué tan satisfecho se encuentra sobre los servicios prestados por la empresa SERVITEC?

Tabla 10. Satisfacción del servicio

Respuesta	Frecuencia
Totalmente satisfecho	8
Satisfecho	12
Total	20

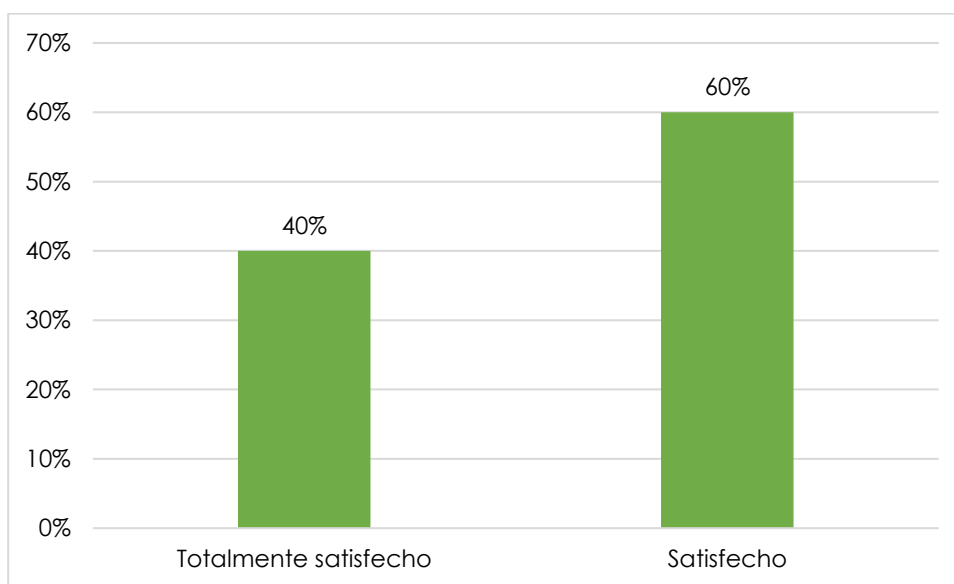


Figura 8, Satisfacción del servicio

Con respecto a la satisfacción de los servicios prestados por la empresa SERVITEC se puede identificar que la mayoría de los clientes que percibieron servicios de alisados o pulidos de pisos están satisfechos, es decir, 6 de cada 10 personas mencionaron que se sienten conformes con los servicios prestados por esta organización; seguido de un inferior porcentaje que señalo estar totalmente satisfecho. Por lo tanto, se puede determinar que la empresa SERVITEC si presta su servicio en función de las necesidades y expectativas de los clientes.

¿Con respecto a los precios del servicio le parecen accesibles?

Tabla 11. Accesibilidad a los precios

Respuesta	Frecuencia
Si	14
No	6
Total	20

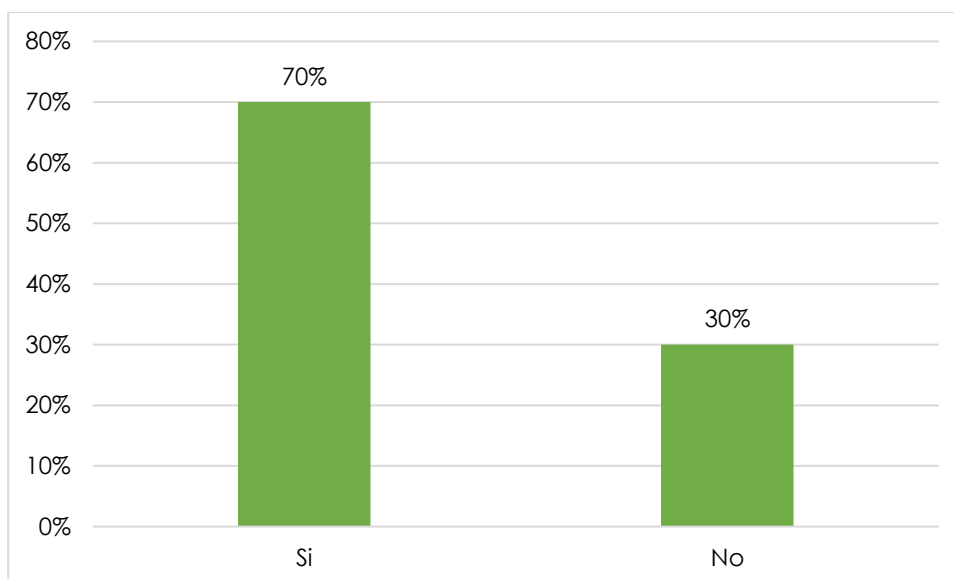


Figura 9. Precios accesibles

En relación de los precios por los servicios de alisado y pulido de piso según los clientes de esta organización afirmaron que, si son accesibles, representando un 70%, es decir, 7 de cada 10 personas están conforme con los precios por los diferentes servicios que presta esta organización; seguido de un inferior porcentaje que señalo no ser accesible, obteniendo como conclusión que la demanda de esta organización está satisfecha con los precios en sus diferentes servicios.

¿Cuáles de los 5 servicio contrata usted más a la empresa SERVITEC?

Tabla 12. *Tiempo de entrega del servicio*

Respuesta	Frecuencia
Alisado de piso	10
Alisado de piso liso	4
Paletizado de piso	4
Pulido de hormigón	1
Desgaste de hormigón	1
Total	20

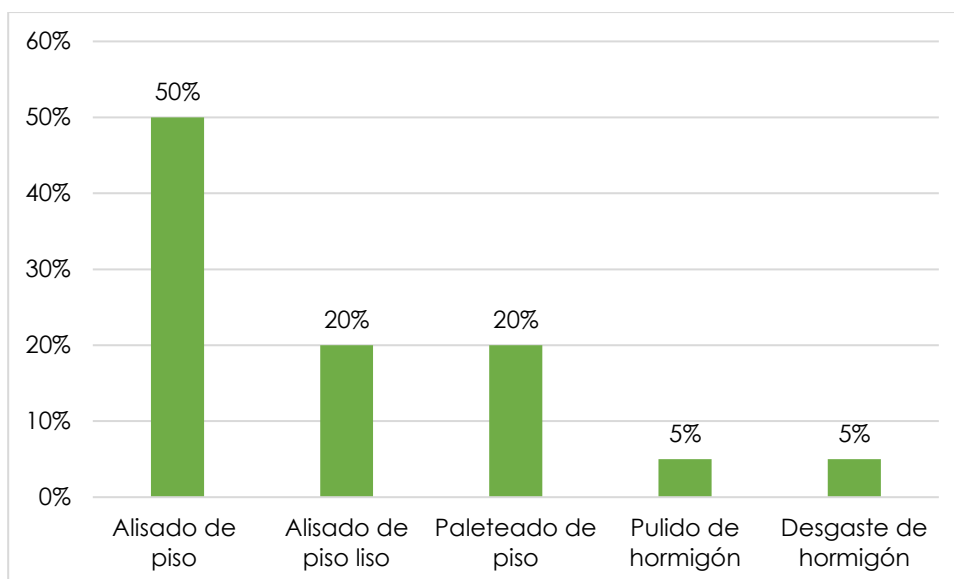


Figura 10. Servicios contratados

Mientras tanto, en los servicios contratados según los clientes de la empresa SERVITEC mencionaron en su mayoría que demandan los servicios de alisados de pisos con el 50%, es decir, 1 de cada 2 clientes de esta organización requieren del servicio de alisado de pisos, seguido de un inferior porcentaje que afirmó el alisado de piso liso y el paletizado de piso, mientras que son escasos los clientes que requieren de servicios de pulido de hormigón y el desgaste de hormigón.

¿Como evalúa el profesionalismo de los trabajadores en la prestación del servicio?

Tabla 13. Profesionalismo del servicio

Respuesta	frecuencia
Excelente	4
Muy bueno	12
Bueno	4
Total	20

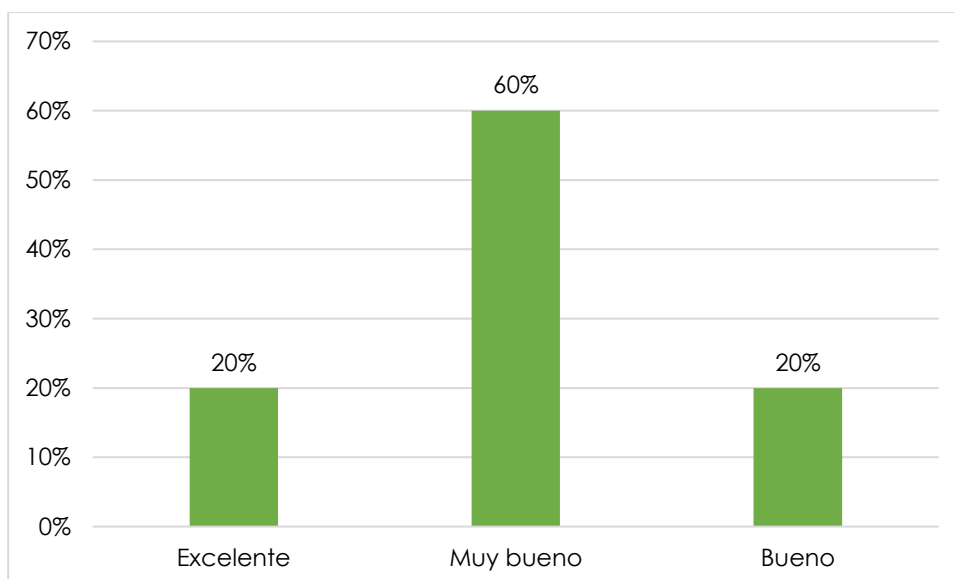


Figura 11. Profesionalismo del servicio

Por su parte, desde la perspectiva de los clientes de la empresa SERVITEC en su mayoría mencionaron que es muy bueno el profesionalismo de los trabajadores sobre la prestación del servicio, representado por el 60%, mientras que un inferior porcentaje sostuvo que es excelente y bueno, obteniendo como conclusión que el profesionalismo de los trabajadores que prestan el servicio de aliso y pulido cumplen las expectativas de los clientes, esto debido por la experiencia y conocimiento de los trabajadores.

¿Cómo calificaría la calidad del servicio recibido?

Tabla 14. Evaluación de la calidad del servicio

Respuesta	Frecuencia
Excelente	8
Muy Bueno	12
Total	20

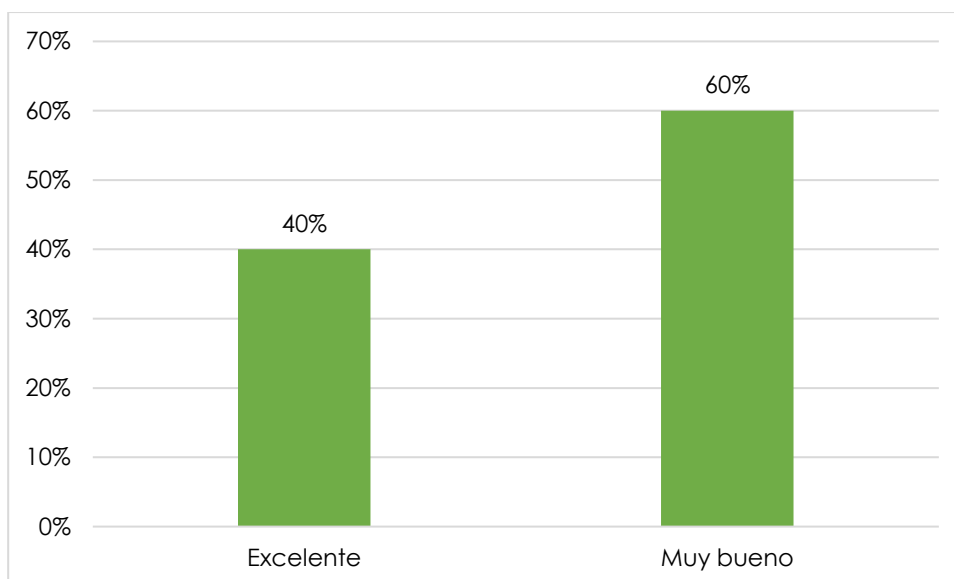


Figura 12. Evaluación de la calidad del servicio

Finalmente, en relación de la calidad del servicio recibido los clientes de la empresa SERVITEC mencionaron que es muy buena, esto debido que la organización cumple con las necesidades y exigencia del cliente, seguido de un porcentaje inferior, es decir, el 40% afirmó ser excelente, siendo un punto favorable para la capacitación de nuevos clientes de la organización, cabe destacar que ningún cliente presenta insatisfacción por la calidad de atención.

¿Cuáles son los factores que usted toma en cuenta para adquirir los servicios para los acabos de construcción?

Tabla 15. Factor que toma en consideración la demanda

Respuesta	Frecuencia
Calidad	8
Precio	6
Variedad	4
Promoción	2
Total	20

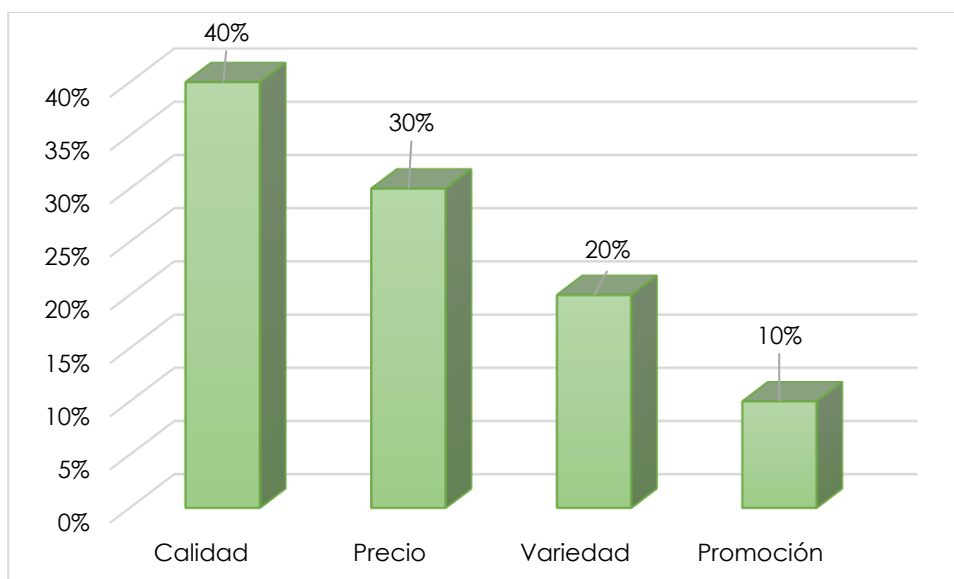


Figura 13. Factores para la adquisición del servicio

En relación de los factores que toman en cuenta sobre la adquisición de los servicios de acabados de construcción se puede identificar que el personal de la construcción toma como referencia la calidad del servicio y los productos, representando un superior porcentaje; mientras tanto, un grupo inferior menciona que toma como referencia el precio de los productos y el servicio; mientras tanto, apenas el 30% afirmó que toma como referencia la variedad y la promoción que existe en el servicio y los productos de acabados para la construcción.

¿Recomendaría los servicios de empresa SERVITEC a otras personas?

Tabla 16. Disponibilidad de la adquisición del servicio

Respuesta	Frecuencia
Si	100
No	0
Total	

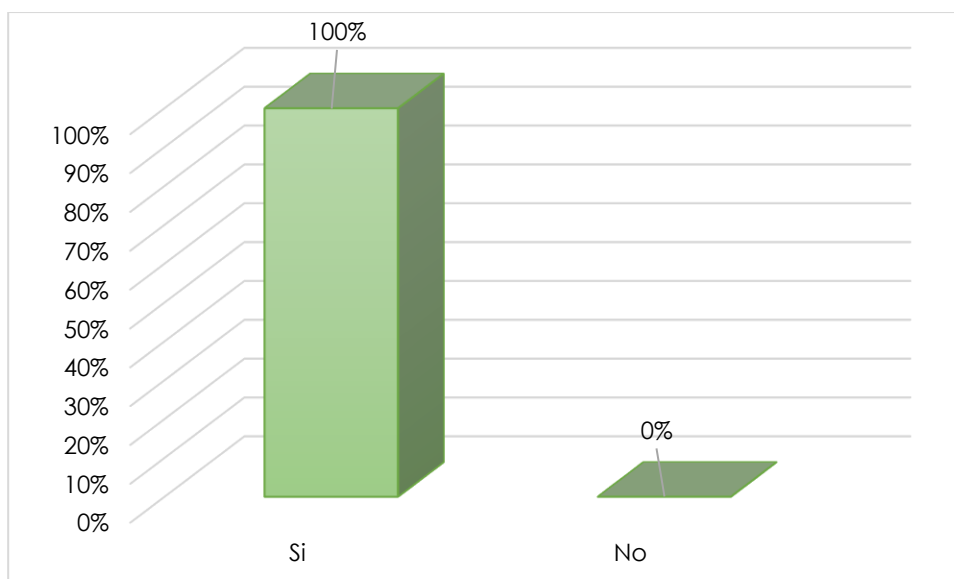


Figura 14. Disponibilidad de adquirir el servicio

Con respecto a la recomendación por el servicio prestado es buena ya que el 100% de nuestros clientes recomiendan nuestros servicios

¿Con que frecuencia recomendaría nuestros servicios?

Tabla 17. Frecuencia del servicio

Respuesta	Frecuencia
Siempre	6
Casi siempre	8
A veces	4
Rara vez	2
Total	20

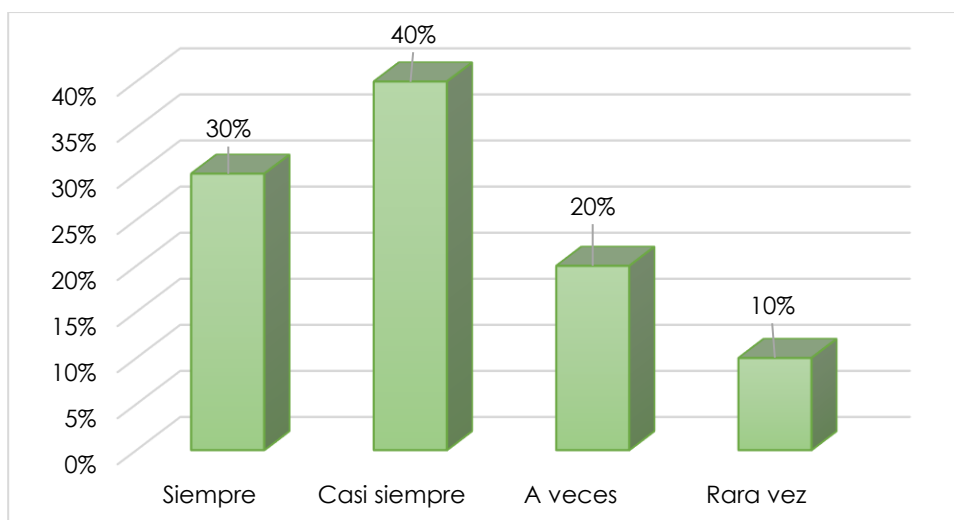


Figura 15. Frecuencia de adquisición del servicio

Con respecto a la frecuencia que estaría dispuesta la demanda a la adquisición de los servicios de la empresa Servite, la mayoría menciona que lo haría casi siempre, es decir, 4 de cada 10 personas adquiriría los servicios de esta organización con frecuencia, seguido de un inferior porcentaje que afirmó hacerlo siempre, en donde se puede identificar que la frecuencia de la adquisición del servicio sería con mayor frecuencia. Mientras tanto, son escasas las personas que mencionaron hacerlo a veces y rara vez, esto quizá porque la población conoce la calidad del servicio de esta empresa.

¿Poque medio le gustaría informarse sobre los servicios de la empresa SERVITEC?

Tabla 18. Medios de publicidad

Respuesta	frecuencia
Televisión/radio	4
Redes sociales	12
Prensa	2
Vallas publicitarias	2
Total	20

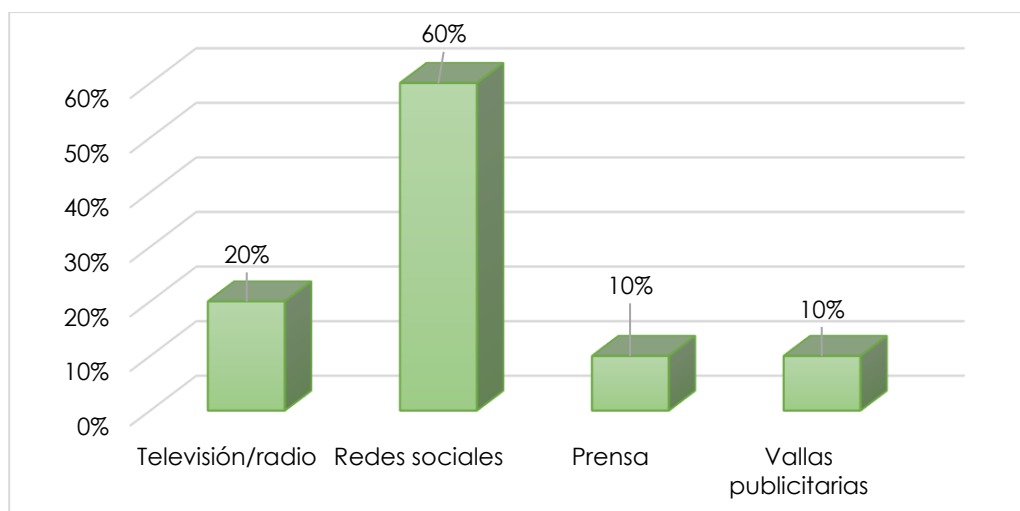


Figura 16. Medio de publicidad

En relación al medio de comunicación que le gustaría a la demanda informarse sobre los servicios que ofrece la empresa SERVITEC la mayoría menciona que el medio de difusión de su preferencia sería las redes sociales, representando un porcentaje significativo, esto debido que estas plataformas se han constituido como espacios que les permite interactuar de manera directa con la empresa, e incluso por el fácil acceso mediante un dispositivo electrónico; seguido de un inferior porcentaje que afirmó preferir la televisión y radio. Mientras tanto, la prensa y las vallas publicitarias son los medios con menor preferencia.

¿El trabajo realizado cumplió con sus expectativas?

Tabla 19 .Tipos de promoción

Respuesta	frecuencia
Si, completamente	20
Si, en partes	0
No cumplió	0
Total	20

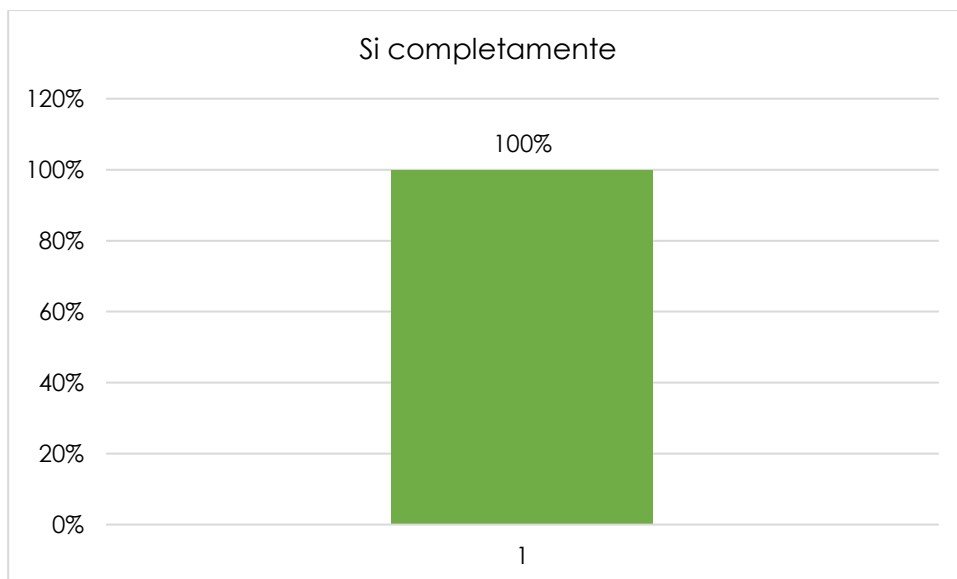


Figura 17. Tipo de promoción

Con respecto al cumplimiento de las expectativas de la demanda sobre los servicios de la empresa SERVITEC se puede identificar que todos los clientes de esta organización mencionaron que, si han cumplido con sus expectativas de manera completa, esto contribuye en el incremento de la demanda.

Mapa de Empatía



Figura 18. Mapa de empatía

Como se puede observar en figura ofrece una visión detalla sobre las necesidades, pensamientos, sentimientos y comportamientos del cliente potencial de la empresa SERVITEC. Este análisis tiene como objetivo entender mejor al cliente a lo largo de su proceso para contratar el servicio alisados de pisos y pulido de hormigón, lo cual es esencial ya que optimiza las estrategias comerciales y marketing de la empresa.

III. PLANTEAMIENTO ESTRATEGICO

3.1. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA se ha establecido como una técnica que es utilizada para identificar las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas de una organización, esto permite identificar los principales problemas que tiene una empresa para establecer acciones de mejora, por tal motivo, a continuación, se muestra el FODA de la empresa SERVITEC.

Tabla 20. Matriz FODA de la empresa SERVITEC

Fortalezas	Oportunidades
1. Experiencia y profesionalismo en el sector de construcción 2. Conocimiento del mercado 3. Equipos especializados 4. Reputación en el mercado de la construcción 5. Equipo de transporte de equipos propio 6. Capacitación a los empleados	1. Crecimiento del mercado 2. Llegada de nuevos clientes 3. Crecimiento urbano 4. Accesos financieros 5. Participación en proyectos estatales 6. Alta perspectiva del cliente 7. Precios accesibles a la economía del cliente 8. Incremento de nuevos productos y servicios
Debilidades	Amenazas
1. Falta de inversión 2. Deficientes estrategias de posicionamiento 3. Dependencia de grandes proyectos 4. Sistema de publicidad limitado	1. Competencia desleal 2. Productos sustitutos 3. Incremento del costo de los productos 4. Incremento del costo de mano de obra 5. Competencia con mejor financiamiento 6. Posicionamiento de la competencia

Como se puede observar en la tabla 8 se presenta la matriz FODA de la empresa SERVITEC, en donde se puede identificar que entre sus principales fortalezas es el conocimiento del mercado de la construcción, su relación con los proveedores, reputación en el mercado, mientras que entre las principales debilidades se encuentran la falta de recursos e inversión, dependencia de grandes proyectos dentro de la ciudad

de Quito, sistema de publicidad limitado, por lo tanto, es necesario tomar como referencia estas debilidades para convertirlas en fortalezas.

3.2. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

Actualmente las estrategias de crecimiento empresarial se han constituido como el diseño de un plan que permite llevar a cabo varias acciones o actividades para ponerlas en marcha y de esta manera impulsar la presencia de una empresa en un mercado determinado, siendo su propósito impulsar su participación y mejorar su competitividad.

Desde esta perspectiva, en la siguiente tabla se muestran las estrategias que es necesario llevar a cabo en la empresa SERVITEC, para ello, se ha tomado como referencia la matriz de FODA de la empresa.

Tabla 21. Matriz de estrategias

Aspectos	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	F.O. (Fortalezas + Oportunidades)	D.O. (Debilidades + Oportunidades)
O1: Crecimiento del mercado	F1-O1: Aprovechar la experiencia y profesionalismos para crecer en el mercado de la construcción	D1-O1: Buscar accionistas para invertir en la adquisición de productos y crecer en el mercado de la construcción
O2: Captación de nuevos clientes	F2-O2: Realizar un estudio de mercado para cumplir con las necesidades del cliente.	D2-O2: Incrementar los recursos que requiere la organización para captar nuevos clientes
O3: Crecimiento urbano	F3-O3: Adoptar equipos especializados y aprovechar el crecimiento urbano para una mayor comercialización	D5-O8: Evaluar a los proveedores para mejorar los precios según la economía del cliente
O4: Accesos financieros	F4-O4: Aprovechar el acceso financiero para mejorar la reputación en el mercado de la construcción	D8-O5: Crear nuevas políticas de inversión para participar en proyectos estatales
O5: Participación en proyectos estatales	F5-O5: Mejorar la relación con los proveedores para mejorar la comercialización y participar en proyectos estatales	D3-O1: Establecer estrategias de posicionamiento para crecer en el mercado
O6: Alta perspectiva del cliente	F6-O6: Capacitar a los empleados sobre el servicio al cliente para cumplir con las expectativas de la demanda	D6-O2: Realizar publicidad en medios de comunicación masivo para la llegada de nuevos clientes
Aspectos	Fortalezas	Debilidades
Amenazas	F.A. (Fortalezas + Amenazas)	D.A. (Debilidades + Amenazas)
A1: Competencia desleal	F1-A2: Aprovechar la experiencia y el profesionalismo para enfrentar la presencia de productos sustitutos.	D3-A1: Realizar estrategias de posicionamiento para enfrentar a la competencia desleal

A2: Productos sustitutos	F2-A1: Aprovechar el conocimiento del mercado para hacer frente a la competencia desleal	D6-A7: Realizar publicidad masiva para disminuir el posicionamiento de la competencia
A3: Desastres naturales	F5-A3: Mejorar la relación con los proveedores para establecer un acuerdo en los costos de los productos	D5-A3: IDENTIFICAR PROVEEDORES CON PRECIOS BAJOS PARA DISMINUIR EL COSTO DE LOS PRODUCTOS
A4: Incremento del costo de mano de obra y maquinaria	F7-A7: Adquirir y comercializar productos innovadores para disminuir el posicionamiento de la competencia	D8-A4: Establecer políticas de inversión a mediano y largo plazo para disminuir los costos de mano de obra
A5: Competencia con mejor financiamiento	F3-A1: Contar con equipos especializados para tener ventaja de la competencia	D7-A1: Evaluar los mercados exteriores para importar materiales y mejorar la competitividad con la competencia

También es importante realizar promociones en función de los precios para obtener un margen de ganancia superior, por tal motivo, en la siguiente tabla se describen las estrategias a utilizarse en los precios, considerando que este factor es susceptible para el cliente o consumidor

Tabla 22. Estrategia de precios

Estrategia		Tipo de estrategia	Descripción
Estrategias de precios diferenciados		Descuentos periódicos o rebajas	Se realizarán descuentos por temporadas, en fechas en donde los servicios tengan mayor acogida por nuestros clientes, las fechas son julio, agosto, septiembre son fechas en donde hay más demanda en prestar nuestros servicios.
		Descuentos aleatorios u ofertas	Se baja el precio en un momento concreto y sin previo aviso para captar nuevos usuarios. Esto se da con clientes o constructoras que tienen proyectos a nivel nacional y de gran magnitud, que represente una utilidad buena en los servicios que presta la empresa SERVITEC.
		Descuentos en el segundo mercado	La disminución en el precio se realiza siguiendo variables demográficas, geográficas o socioeconómicas. Por ejemplo, cuando los proyectos son fuera de la ciudad de Quito optamos por incrementar el costo ya que suman más gastos en los servicios.
Estrategias de precios competitivos		Precios primados	Mediante esta estrategia se puede colocar precios similares a la competencia, sin embargo, es

		importante justificar que los productos son importados en donde el consumidor pueda identificar la calidad y lo diferencia con la competencia. Así nosotros podemos bajarnos de precios y ganar nuevos proyectos.
	Precios descontados	Se descontará el precio para las empresas de construcción, puesto que son un mercado atractivo por la constante adquisición de nuestros servicios.
Precios de penetración	Precios bajos	Fijar precios mucho más bajos que los competidores para conseguir las ventas iniciales.

Ahora bien, como se puede observar en la tabla 10 sobre la estrategia de los precios, la empresa SERVITEC para la fijación de sus precios en los productos de comercialización ha estudiado el mercado, para ello, esta organización ha propuesto varias estrategias que permitan incrementar su comercialización y participación en el mercado de la construcción; entre estas estrategias se encuentra los descuentos periódicos, aleatorios y en el segundo mercado; también utiliza las estrategia de precios competitivos y precios de penetración.

Es importante considerar que la empresa, previo a la implementación del proyecto se reconocía la mano de obra de manera diaria; mientras tanto, con las importaciones y la ejecución del proyecto se pudo asegurar a los trabajadores al IESS con el propósito de cumplir con sus derechos y la accesibilidad a los diferentes servicios que esta esta institución.

Posterior a la ejecución de la importación de maquinaria e insumos especializados, la empresa SERVITEC fortaleció significativamente su capacidad operativa, lo que le permitió acceder a proyectos de mayor envergadura dentro del sector de la construcción. Como resultado de esta mejora en su competitividad, la empresa logró participar en uno de los proyectos más relevantes de la ciudad de Quito, específicamente en el edificio Condesa. Es este contexto, se procedió a la contratación formal de cinco trabajadores bajo la modalidad contractual, garantizando su afiliación

y estabilidad durante el desarrollo del proyecto durante los días de la fundición de cada etapa de losa. Este hecho evidencia que la importación no solo generó beneficios económicos para la empresa, sino que también contribuyó directamente a la generación de empleo y al fortalecimiento del capital humano. En consecuencia, el proyecto demuestra un impacto positivo en términos de sostenibilidad empresarial y desarrollo económico, al permitir que SERVITEC consolide su posicionamiento en el mercado y amplie sus oportunidades de crecimiento mediante la ejecución de obras de mayor escala.

Tabla 23. Seguro de trabajadores

Nombre del trabajador	Descripción
Cuascota Catucuago Alex Medardo	 INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL Días laborados Tiempo Parcial Fecha : 16/06/2025 Información de la Empresa: Representante Legal: CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS Número de la novedad: 4875198 Nombre del Empleador: CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS Ruc: 1715546394001 Nombre sucursal: CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS - 0001 Información de la Novedad: Tipo de Novedad: Días laborados Tiempo Parcial Nombre Afiliado: CUASCOTA CATUCUAGO ALEX MEDARDO Cédula del Afiliado: 1726108853 Dirección del Afiliado: AV LEONIDAS PROAÑO Fecha de Afectación: 01/06/2025 Relación de Trabajo: 16-CTTO TIEMPO Y/O JORNADA PARCIAL Actividad Sectorial: MAESTRO DE OBRA Cargo Actual: MAESTRO DE OBRA Valor Sueldo / Extra: 562.5 Porcentaje Aportación: 20.6% Días Laborados: 4 Causa Salida: Novedad Marcada con Multa: NO
Fernández Castillo Elieser Xavier	 INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL Días laborados Tiempo Parcial Fecha : 16/06/2025 Información de la Empresa: Representante Legal: CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS Número de la novedad: 4875199 Nombre del Empleador: CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS Ruc: 1715546394001 Nombre sucursal: CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS - 0001 Información de la Novedad: Tipo de Novedad: Días laborados Tiempo Parcial Nombre Afiliado: FERNANDEZ CASTILLO ELIESER XAVIER Cédula del Afiliado: 1755750922 Dirección del Afiliado: AV LEONIDAS PROAÑO Fecha de Afectación: 01/06/2025 Relación de Trabajo: 16-CTTO TIEMPO Y/O JORNADA PARCIAL Actividad Sectorial: MAESTRO DE OBRA Cargo Actual: MAESTRO DE OBRA Valor Sueldo / Extra: 562.5 Porcentaje Aportación: 20.6% Días Laborados: 4

Cabascango Fernández Luis Geovanny

	INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL
Avisos de Entrada	
Fecha : 16/06/2025	
Información de la Empresa:	
Representante Legal:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS
Número de la novedad:	36246545
Nombre del Empleador:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS
Ruc:	1715546394001
Nombre sucursal:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS - 0001
Información de la Novedad:	
Tipo de Novedad:	Avisos de Entrada
Nombre Afiliado:	CABASCANGO FERNANDEZ LUIS GEOVANNY
Cédula del Afiliado:	1720877925
Dirección del Afiliado:	AV LEONIDAS PROAÑO
Fecha de Afectación:	01/06/2025
Relación de Trabajo:	16-CTTO TIEMPO Y/O JORNADA PARCIAL
Actividad Sectorial:	MAESTRO DE OBRA
Cargo Actual:	MAESTRO DE OBRA

Castillo Quilumbaquin Kevin Alexander

	INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL
Avisos de Entrada	
Fecha : 16/06/2025	
Información de la Empresa:	
Representante Legal:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS
Número de la novedad:	36246546
Nombre del Empleador:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS
Ruc:	1715546394001
Nombre sucursal:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS - 0001
Información de la Novedad:	
Tipo de Novedad:	Avisos de Entrada
Nombre Afiliado:	CASTILLO QUILUMBAQUIN KEVIN ALEXANDER
Cédula del Afiliado:	1727126961
Dirección del Afiliado:	AV LEONIDAS PROAÑO
Fecha de Afectación:	01/06/2025
Relación de Trabajo:	16-CTTO TIEMPO Y/O JORNADA PARCIAL
Actividad Sectorial:	MAESTRO DE OBRA
Cargo Actual:	MAESTRO DE OBRA
Valor Sueldo / Extra:	562.5
Porcentaje Aportación:	20.6%

Castillo Cabascango Ricardo José

	INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL
Avisos de Entrada	
Fecha : 16/06/2025	
Información de la Empresa:	
Representante Legal:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS
Número de la novedad:	36246547
Nombre del Empleador:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS
Ruc:	1715546394001
Nombre sucursal:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS - 0001
Información de la Novedad:	
Tipo de Novedad:	Avisos de Entrada
Nombre Afiliado:	CASTILLO CABASCANGO RICARDO JOSE
Cédula del Afiliado:	1719501148
Dirección del Afiliado:	AV LEONIDAS PROAÑO
Fecha de Afectación:	01/06/2025
Relación de Trabajo:	16-CTTO TIEMPO Y/O JORNADA PARCIAL
Actividad Sectorial:	MAESTRO DE OBRA
Cargo Actual:	MAESTRO DE OBRA
Valor Sueldo / Extra:	562.5
Porcentaje Aportación:	20.6%

Cabascango Fernández Jeferson Saul

 INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL	
Avisos de Entrada	
Fecha : 16/06/2025	
Información de la Empresa:	
Representante Legal:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS
Número de la novedad:	36246548
Nombre del Empleador:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS
Ruc:	1715546394001
Nombre sucursal:	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS - 0001
Información de la Novedad:	
Tipo de Novedad:	Avisos de Entrada
Nombre Afiliado:	CABASCANGO FERNANDEZ JEFERSON SAUL
Cédula del Afiliado:	1726574708
Dirección del Afiliado:	AV LEONIDAS PROAÑO
Fecha de Afectación:	01/06/2025
Relación de Trabajo:	16-CTTO TIEMPO YIO JORNADA PARCIAL
Actividad Sectorial:	MAESTRO DE OBRA
Cargo Actual:	MAESTRO DE OBRA
Valor Sueldo / Extra:	562.5
Porcentaje Aportación:	20.6%

3.3. ALIANZAS ESTRATEGICAS

La empresa SERVITEC de la ciudad de Quito mantiene una serie de alianzas estrategias que le permite incrementar su participación en el mercado de la construcción, especialmente en los servicios de alisados de pisos, es decir, esta empresa se encarga de aplanar y alisar la superficie en las losas de concreto o de hormigón para obtener un acabado liso y uniforme, por tal motivo, la principal alianza estratégica de esta organización está incluida con la empresa Metro Cubico, puesto que esta organización oferta hormigón premezclado para diferentes edificaciones, es decir, lugares que se van a construir o realizar un proyecto grande de construcción.

Por lo tanto, la empresa Metro Cubico comercializa el hormigón, en donde al momento que la demanda adquiere de estos servicios, se entra en contacto con la empresa SERVITEC y se realiza el servicio completo, es decir, la venta y colocación del hormigón con la finalidad de obtener un acabado liso y uniforme, entonces la alianza con esta empresa permite el crecimiento e mercado, puesto que existe un convenio de cooperación con la empresa Metro Cubico que actualmente se ha convertido en una alianza para la empresa.

Jining Sihok Machinery., LTD: Se tiene alianzas con esta empresa en equipo profesional, capacidad de producción y Servicio postventa 24/7, tasa de respuesta del 100%, tiempo de entrega garantizado, precio directo de fábrica; por lo tanto, con esta empresa se tiene convenios por su calidad y tecnología en su cartera de productos que cumple con las necesidades del mercado de la construcción.

Henan Ideal Machinery Equipment Co., LTD: Se tiene alianzas con esta empresa debido que es un proveedor de suma importancia para la empresa, puesto que cuenta con la tecnología y los recursos necesarios para la prestación del servicio en la empresa SERVITEC, por lo tanto, esta organización se distingue por cumplir con estándares internacionales como CE, ROHS, FCC y UL, garantizando la calidad de sus productos

Auditivos y pisos: Mientras tanto, con esta empresa se cumple con una alianza estratégica para la empresa debido que sus productos son de calidad y permiten realizar el servicio de acabado según las necesidades de los clientes, de hecho, su tecnología permite la optimización de los recursos.

Cadeco Aditivos: Con esta empresa se cuenta con una alianza estratégica basado en la innovación, puesto que los productos de esta empresa permiten ofrecer un servicio personalizado y calidad capaz de cumplir con las necesidades de los clientes en el sector de la construcción.

La empresa pretende trabajar con la empresa Holcim para ampliar su mercado y de esta manera poder obtener convenios para el crecimiento de los servicios que ofrece la empresa SERVITEC en el sector de la construcción, de esta manera ser reconocido como una empresa a nivel nacional para ofrecer los servicios de acabados de la construcción e incrementar la competitividad.

Por lo tanto, las alianzas estratégicas de la empresa SERVITEC permiten alcanzar objetivos comunes que no podrían lograr por sí solas, como acceder a nuevos mercados, tecnologías e innovaciones, compartir costos y riesgos, aumentar la competitividad y

generar sinergias para crear valor añadido; entre los principales beneficios de las alianzas con estas empresas se presentan los siguientes:

- Acceso a nuevos mercados y oportunidades

Permiten entrar en mercados nacionales o extranjeros donde sería difícil o costoso operar de forma independiente.

- Innovación y tecnología

Facilitan la combinación de conocimientos especializados para acceder a nuevas tecnologías, acelerar procesos de innovación y desarrollar productos o servicios diferenciados.

- Sinergias y valor añadido

Al unir sus fortalezas y recursos, las empresas crean valor conjunto y beneficios que no se lograrían de manera individual.

- Ventaja competitiva

Ayudan a diferenciarse de la competencia, optimizar la oferta y mejorar la eficiencia operativa.

- Reducción de costos y riesgos

Permiten compartir gastos de investigación y desarrollo, así como los riesgos financieros y operativos, algo vital en entornos inciertos.

- Aumento de la productividad

La colaboración puede generar sinergias, agilizar procesos y enriquecer el talento y las habilidades de las empresas participantes.

- Estabilidad y estandarización

Pueden ayudar a mantener la estabilidad del mercado, por ejemplo, estableciendo estándares para productos.

V.PLAN DE MARKETING Y VENTAS

PLANEACIÓN DE SERVICIOS

La empresa SERVITEC oferta varios servicios a sus consumidores en función de sus gustos y necesidades, por lo tanto, entre los principales servicios que se oferta están destinados al área de construcción, por lo tanto, la empresa cuenta con alisados de pisos, alisado de piso liso, paleteado de piso, pulido de hormigón y desgaste de hormigón, todos estos servicios se cobran por metro cuadrado.

SERVICIOS QUE OFRECE LA EMPRESA SERVITEC

En la siguiente tabla se muestran los principales servicios que ofrece la empresa a sus clientes:

Tabla 11. Principales servicios de la empresa

Servicio	Imagen	Descripción	Costo por metro cuadrado
Alisado de pisos		Se utiliza principalmente para mejorar la superficie del hormigón o cemento fresco antes que se endurezca	\$1.20
Alisado de piso liso		Sirve para tráfico pesado como parqueaderos o galpones industriales	\$1.40

Servicio Pulido
de hormigón
con máquina
pulidora



Protege la
superficie en
distintos tipos
de piso
dejándolos
más \$6.30
resistentes,
brillantes y
fáciles de
limpiar

Desgate de
hormigón



Sirve para
nivelar un piso
viejo que no
estaba en \$3.50
óptimas
condiciones

Servicio de
alisado de
piso grueso
con plato de
flotación



Sirve para
colocar piso
flotante,
porcelanato
sin necesidad
de que lo \$1.10
vuelvan a
masillar
encima de un
hormigón

Como se puede identificar en la tabla 11 la empresa SERVITEC ofrece una serie de servicios en los acabos de construcción que cumplen con las necesidades de la demanda, en donde se puede identificar que entre los principales servicios se encuentran; Alisado de pisos, alisado de pisos pulidos, servicio de pulido de hormigón con maquina pulidora, corte y sellado de juntas, desgaste de hormigón, servicios de alisado de piso grueso con plato de flotación, cabe considerar que el precio varía en relación a la complejidad de cada servicio.



SERVITEC

Servicios Técnicos para la Construcción



SERVITEC

Nuestros Servicios

Especialistas en acabados industriales de alta calidad



Alisado de pisos, galpones, canchas y centros comerciales

- Superficie lisa, resistente y uniforme.
- Ideal para:
 - Aplicación de pintura epóxica
 - Piso flotante, dejar hormigón visto (según requerimiento del cliente)



Alisado de piso liso

Acabado de alta resistencia para:

- Tráfico pesado
- Galpones industriales
- Centros comerciales
- Bodegas



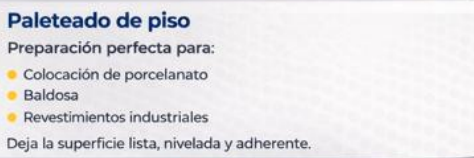


Paleteado de piso

Preparación perfecta para:

- Colocación de porcelanato
- Baldosa
- Revestimientos industriales

Deja la superficie lista, nivelada y adherente.



Pulido de hormigón

Superficie:

- Más brillante
- Más resistente
- Más duradera

Opciones de acabado:

- Mate
- Semibrillante
- Espejo



★ Por qué elegir SERVITEC?

- Maquinaria industrial especializada
- Personal capacitado
- Acabados de alta calidad
- Cumplimiento de tiempos
- Precios competitivos

Desgaste de hormigón con máquina pulidora

Ideal para:

- Pisos mal hechos
- Superficies desniveladas
- Hormigón dañado
- Pisos con marcas o defectos





Contáctanos

099 315 0514



Panamericana Norte - Calle Leonidas Proaño




Figura 19. Infografía de los servicios de la empresa SERVITEC.

- Fijación de precios
- Costo + margen

Para determinar los precios de los productos que oferta la empresa SERVITEC, se toma como referencia los costos de la adquisición de los productos. Dichos productos se adquieren al por mayor, lo que permite establecer un margen de ganancia del 25%. Este margen se justifica debido a que la producción de estos productos a nivel nacional es limitada, por tal motivo, el precio final se fijara considerando los siguientes parámetros.

Tabla 24. Costo de materiales

Descripción	Metros cuadrados	Precio de Venta
Alisado de piso	Metros cuadrados	\$1.20
Pulido de piso	Metros cuadrados	\$6,30
Paletado de piso	Metros cuadrados	\$1.10
Desgaste de hormigón	Metros cuadrados	\$3.50
Alisado de piso liso	Metros cuadrados	\$1.40

- Calidad del servicio

La calidad del servicio constituye uno de los factores determinantes para la fijación del precio en la empresa SERVITEC. Para este proceso, se tomó como referencia el uso de las partes y piezas importadas directamente del fabricante, lo que garantiza estándares adecuados, durabilidad y eficiencia en la ejecución de los trabajos.

La importación directa permite a la empresa conocer con precisión las características técnicas y el material de los insumos utilizados, tales como discos de resina y diamante, aspas metálicas y discos de flotación, lo que traduce a un mejor desempeño operativo y en acabados de mayor calidad. Esta condición facilita a los clientes identifiquen el valor agregado al servicio, diferenciándolos de otras alternativas existentes en el mercado de la construcción.

- Cantidad demandada

En la prestación de servicios de alisados de pisos y pulido de pisos industriales, la cantidad demandada constituye un factor determinante para la fijación del precio, ya que el volumen del trabajo contratado incide directamente en la estructura de los costos y en la rentabilidad del servicio. En este sentido, la empresa establece sus precios

considerando la magnitud del proyecto, medida principalmente en metros cuadrados y en la cantidad de los pedidos solicitados por los clientes.

Cuando los servicios son requeridos en grandes volúmenes, tales como proyectos industriales, bodegas, galpones, edificios, canchas, centros comerciales, aeropuertos, SERVITEC aplica descuentos por volumen, los cuales se fundamentan en la optimización de recursos operativos, reducción de tiempos ejecución y uso eficiente de la maquinaria especializada. Esta estrategia permite ofrecer beneficios económicos a los clientes sin afectar la calidad del servicio ni la sostenibilidad financiera de la empresa, a su vez también fortaleciendo la relación comercial con los clientes, incentivar a la contratación de servicios de mayor escala y mejorar la planificación operativa de la empresa

- El poder adquisitivo de los clientes

El poder adquisitivo de los clientes constituye un elemento clave en la fijación de precios de los servicios ofrecidos por la empresa SERVITEC, ya que determina la capacidad de pago y la disposición de contratar servicios especializados dentro del sector de la construcción. En este sentido, el análisis del poder adquisitivo permite establecer precios acordes al mercado, garantizando accesibilidad para los clientes y sostenibilidad económica para la empresa.

Para la determinación de este factor, se consideró el nivel de ingreso de la demanda potencial, tomando como referencia el promedio de ingresos mensuales de la población del Distrito Metropolitano de Quito, información obtenida a partir de estadísticas oficiales publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INCE). Estos datos permiten identificar el comportamiento económico de los clientes y su capacidad para contratar servicios de carácter técnico e industrial.

Asimismo, se tuvo en cuenta que los principales clientes de SERVITEC corresponde a empresas constructoras, contratistas y proyectos industriales, cuyos ingresos suelen ser superiores al promedio de la población general, lo que les permite acceder a servicios especializados que demandan el uso de maquinaria moderna y materiales de alta calidad.

- La competencia

Ahora bien, los precios de la empresa tienen que ser competitivos frente a la competencia, esto debido que los consumidores son susceptibles al factor precio, para ello, se evaluara el precio de venta en la competencia, sin embargo, el precio de los productos se caracteriza por la calidad de estos productos.

- Fijación de precios basado en la competencia

Con respecto a las estrategias de precio basado en la competencia se tomara como referencia el precio de alisado y pulido de pisos de la competencia, esto debido que en la ciudad de Quito existe una alta competitividad en las empresas que ofrecen servicios de pulidos y alisos, especialmente en megaproyectos que son considerados mayormente rentables, por esta razón, para determinar el precio del servicio se tomará como referencia los precios de la competencia, además se integrara un valor agregado de esta manera se podrá competir en el mercado de la construcción.

Tabla 25. Fijación de precios en metros cuadrados

Grupo Tecnipisos	Alisados de pisos	1,30
	Alisados de pisos liso	1,50
	Paleteado de piso	1.10
	Pulido de hormigón	7
	Desgaste de hormigón	4,00
Rinol Ecuador	Alisados de pisos	1,10
	Alisados de pisos liso	1,40
	Paleteado de piso	1,20
	Pulido de hormigón	6.90
	Desgaste de hormigón	3.50
Polykret	Alisados de pisos	1,30
	Alisados de pisos liso	1.40
	Paleteado de piso	1,30
	Pulido de hormigón	7.10
	Desgaste de hormigón	4
Alisados de pisos industriales H.A	Alisados de pisos	1,20
	Alisados de pisos liso	1,15
	Paleteado de piso	1,10
	Pulido de hormigón	7.20
	Desgaste de hormigón	3.25
Endurexppisos S.A	Alisados de pisos	1,30
	Alisados de pisos liso	1,50
	Paleteado de piso	1,00
	Pulido de hormigón	7.50
	Desgaste de hormigón	3.80

La empresa SERVITEC establece sus precios en función del análisis del mercado y de sus costos operativos, manteniendo una estrategia de precios competitivos. Los servicios de alisado de pisos y alisado de piso liso se ofertan en USD 1,10 y USD 1,30 por m² respectivamente, valores que se sitúan dentro del rango inferior al mercado, lo que permite a la empresa atraer clientes sin comprometer la calidad del servicio.

El paletado de piso, con un precio de USD 1,00 por m², refleja una estrategia de penetración de mercado, al ser uno de los valores más bajos frente a la competencia. En cuanto al desgaste de hormigón, SERVITEC, fija un precio de USD 3,30 por m², manteniéndose competitivo frente a empresas similares. Finalmente, el pulido de hormigón, con un valor de 6,30 por m², se posiciona como una alternativa económica dentro de un servicio especializado de mayor valor agregado.

- Distribución

Con respecto a la distribución de los productos se los realiza en la ciudad de Quito; para ello, la empresa mantiene contacto directo con los clientes, es decir, no tiene la presencia de intermediarios, por lo tanto, se utiliza un canal corto; por tal motivo, mediante este canal se obtiene un mayor control de la calidad, los precios y se fortalece la relación con los clientes

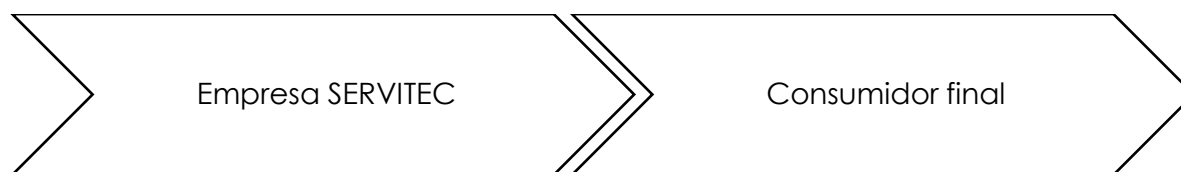


Figura 20. Cadena de distribución

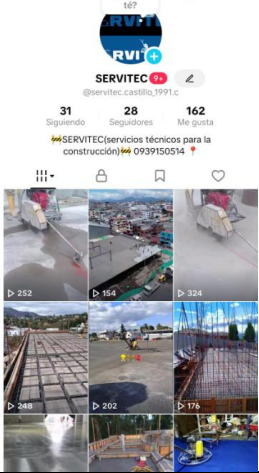
Como se puede identificar en la figura la empresa cuenta con un canal corto, es decir, los consumidores o clientes tienen contacto directo con la organización, debido que a las instalaciones de la empresa llegan los clientes a la adquisición de sus productos, es decir, la empresa cuenta con una nómina de clientes, por lo tanto, el proceso de la distribución de los productos únicamente va desde la empresa SERVITEC hasta el consumidor final.

- Promoción y publicidad

La promoción y la publicidad de la empresa SERVITEC han contribuido en el incremento del mercado, por lo tanto, se han llevado a cabo varias estrategias promoción y publicidad, especialmente en redes sociales, esto debido que estos espacios garantizar llegar a mayor cantidad de usuarios por su interconexión, de hecho, se puede interactuar directamente con los clientes y en tiempo real para atender sus necesidades, por esta razón, la publicidad que se realiza en publicidad pagada en la plataforma Facebook ADS, en esta plataforma se puede llevar a cabo las estadísticas de visitas, interconexiones de los usuarios y el comportamiento de la audiencia con la página web, esto permite la creación de estrategias para captar mayor cantidad de usuarios e incrementar la rentabilidad de la empresa.

También se utiliza la plataforma Tik Tok en donde se promocionan los productos de la organización mediante videos interactivos para dar a conocer a la demanda los productos que se ofertan en la organización, por tal motivo, se han utilizado las redes sociales por su costo y capacidad de llegar a mayor cantidad de consumidores, de hecho, por su masiva utilización de estos medios, siendo plataformas de suma importancia para incrementar el mercado de la empresa SERVITEC.

Tabla 26. Promoción y publicidad de la empresa Servitec

Medio de publicidad	Imagen	Descripción	Valor mensual
Tik Tok		Se utiliza tik tok studio para general videos cortos y llegar a más audiencia a nivel nacional, logrando visualizaciones en un 35%	\$0

Facebook



Se estableció una página de Facebook lo cual nos permite subir información de los servicios, videos, precios, fotos, y crear historias o reel como anuncios para que nuestros clientes o seguidores lo puedan ver y se interesen en nuestros servicios.

\$0

Instagram



Se creo una página de Instagram en lo cual también subimos fotos, videos y creamos historias o reel para que nuestros clientes observen los servicios en diferentes proyectos de la capital de Quito.

\$0

- Plan de marketing

Análisis situacional

La empresa SERVITEC se constituye como una organización que tiene la finalidad de brindar servicios de alisados de losas, pisos, por tal motivo, se toma como referencia la importación de piezas y partes que contribuyan a una mejor importación y de esta manera brindar un servicio de calidad dentro de la ciudad del Distrito Metropolitano de Quito con segundo grado de consanguinidad, por tal motivo, como se observa en la tabla 19 se exhibe las principales fortalezas y debilidades de esta organización como se muestra a continuación:

Fortalezas

7. Experiencia y profesionalismo en el sector de construcción
8. Conocimiento del mercado
9. Equipos especializados
10. Reputación en el mercado de la construcción
11. Equipo de transporte de equipos propio
12. Capacitación a los empleados

Oportunidades

9. Crecimiento del mercado
10. Llegada de nuevos clientes
11. Crecimiento urbano
12. Accesos financieros
13. Participación en proyectos estatales
14. Alta perspectiva del cliente
15. Precios accesibles a la economía del cliente
16. Incremento de nuevos productos y servicios

Debilidades

5. Falta de inversión
6. Deficientes estrategias de posicionamiento
7. Dependencia de grandes proyectos
8. Sistema de publicidad limitado

Amenazas

7. Competencia desleal
8. Productos sustitutos
9. Incremento del costo de los productos
10. Incremento del costo de mano de obra
11. Competencia con mejor financiamiento
12. Posicionamiento de la competencia

Como se puede observar entre las principales fortalezas y oportunidades de la empresa SERVITEC se encuentra la experiencia y profesionalismo, los equipos especializados, especialmente los de importación, la capacitación de los empleados que actualmente cuentan con una alta experiencia en el sector de la construcción y los servicios que ofrece la organización. Con respecto a las oportunidades se encuentra el constante crecimiento del mercado, por ende, la llegada de nuevos clientes que requieren del servicio de alisado y pulido de piso, el acceso financiero para emprendimiento y la participación de proyectos estatales.

Con respecto a las debilidades de la empresa se encuentra principalmente la limitada inversión para la adquisición y modernización de los equipos de trabajo, también existe un deficiente plan de estrategias de posicionamiento, el incremento de la mano de obra y los productos, especialmente por políticas comerciales o relación entre naciones que puede alterar el costo de importación. También por las alianzas de la competencia su posicionamiento en el mercado del Distrito Metropolitano de Quito.

Definición del cliente

La demanda de la empresa SERVITEC son todos los sectores de la construcción, debido que esta empresa presta los servicios de alisado de pisos y todos los relacionado con esta actividad económica, por esta razón, sus servicios se enfocan directamente en el sector constructivo, especialmente en convenio con organizaciones privadas y públicas; además de contratos individuales, para ello, a continuación, se describen los principales clientes de la empresa SERVITEC

- **Sector Residencial:** Son todos los propietarios de departamentos o casas que buscan el servicio pulido para mantener la remodelación, por esta razón, son toda población.
- **Sector Comercial y Corporativo:** Son aquellas entidades bancarias, centros y locales comerciales; además de hoteles y restaurantes y todas las instalaciones comerciales y bancarias de la ciudad de Quito que necesitan mantener superficies higiénicas.
- **Sector Industrial e Institucional:** Otros clientes son los almacenes, instituciones educativas y hospitales, esto requieren del alisado de piso, pulido y tratamientos adecuado para llevar consigo un alto tránsito de manera eficiente.
- **Otros clientes:** Contratistas de obras civiles, empresas que se dediquen a la construcción, especialmente arquitectos que requieren de servicios de acabados finales en sus proyectos o incluso remodelaciones.

Como se puede observar la empresa SERVITEC tiene varios clientes, estos pueden ser desde servicios individuales hasta grandes obras civiles, debido que el servicio de alisado de pisos o pulido se requiere de todas las obras, por esta razón, es necesario realizar estrategias basadas en cada segmento de mercado.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Crecimiento en captación y ventas

Objetivo: Incrementar Incrementar la contratación de servicios de pulido de pisos industriales en un 15% durante el próximo semestre.

Acción para realizar: Implementar una campaña de marketing digital dirigida a constructoras y administradores de bodegas.

Relevancia: Asegura el flujo de caja y la expansión en el mercado comercial.

Eficiencia operativa

- **Objetivo:** Reducir el tiempo promedio de ejecución por cada 100 m² de alisado de 3 días a 2.5 días en un plazo de 4 meses.

- **Acción:** Adquirir maquinaria de mayor rendimiento o capacitar al personal en nuevas técnicas de vertido y nivelado.
- **Relevancia:** Aumenta la capacidad instalada para tomar más proyectos simultáneamente.

Satisfacción y calidad

- **Objetivo:** Reducir la tasa de retrabajos o reparaciones post-entrega (por grietas o falta de brillo) a menos del 3% de los proyectos totales en el año actual.
- **Acción:** Aplicar un protocolo de inspección técnica obligatorio al finalizar cada fase de pulido.
- **Relevancia:** Mejora la reputación y reduce costos imprevistos por garantías

Mantenimiento preventivo (servicio postventa)

- **Objetivo:** Lograr que el 20% de los clientes nuevos contraten un plan de mantenimiento preventivo anual para sus pisos antes de finalizar el trimestre.
- **Acción:** Ofrecer un descuento del 10% en selladores protectores al momento de la entrega de la obra inicial.
- **Relevancia:** Genera ingresos recurrentes y prolonga la vida útil del trabajo realizado

Estrategias y acciones

Con respecto a las estrategias y las acciones que se requieren realizar a continuación se muestra las principales acciones a realizarse para mejorar la rentabilidad de la empresa SERVITEC

- Aprovechar la experiencia y profesionalismos para crecer en el mercado de la construcción
- Realizar un estudio de mercado para cumplir con las necesidades del cliente.
- Adoptar equipos especializados y aprovechar el crecimiento urbano para una mayor comercialización
- Aprovechar el acceso financiero para mejorar la reputación en el mercado de la construcción

- Mejorar la relación con los proveedores para mejorar la comercialización y participar en proyectos estatales
- Capacitar a los empleados sobre el servicio al cliente para cumplir con las expectativas de la demanda
- Aprovechar la experiencia y el profesionalismo para enfrentar la presencia de productos sustitutos.
- Aprovechar el conocimiento del mercado para hacer frente a la competencia desleal
- Mejorar la relación con los proveedores para establecer un acuerdo en los costos de los productos
- Adquirir y comercializar productos innovadores para disminuir el posicionamiento de la competencia
- Buscar accionistas para invertir en la adquisición de productos y crecer en el mercado de la construcción
- Incrementar los recursos que requiere la organización para captar nuevos clientes
- Evaluar a los proveedores para mejorar los precios según la economía del cliente
- Crear nuevas políticas de inversión para participar en proyectos estatales
- Establecer estrategias de posicionamiento para crecer en el mercado
- Realizar publicidad en medios de comunicación masivo para la llegada de nuevos clientes
- Realizar estrategias de posicionamiento para enfrentar a la competencia desleal
- Realizar publicidad masiva para disminuir el posicionamiento de la competencia
- Identificar proveedor con precios bajos para disminuir el costo de los productos
- Establecer políticas de inversión a mediano y largo plazo para disminuir los costos de mano de obra
- Evaluar los mercados exteriores para importar materiales y mejorar la competitividad con la competencia

V. MODELO OPERATIVO

Como se puede identificar en la siguiente figura el organigrama de la empresa, por lo tanto, al ser una empresa pequeña y familiar cuenta con 5 trabajadores que realizan varias funciones como se muestra a continuación:

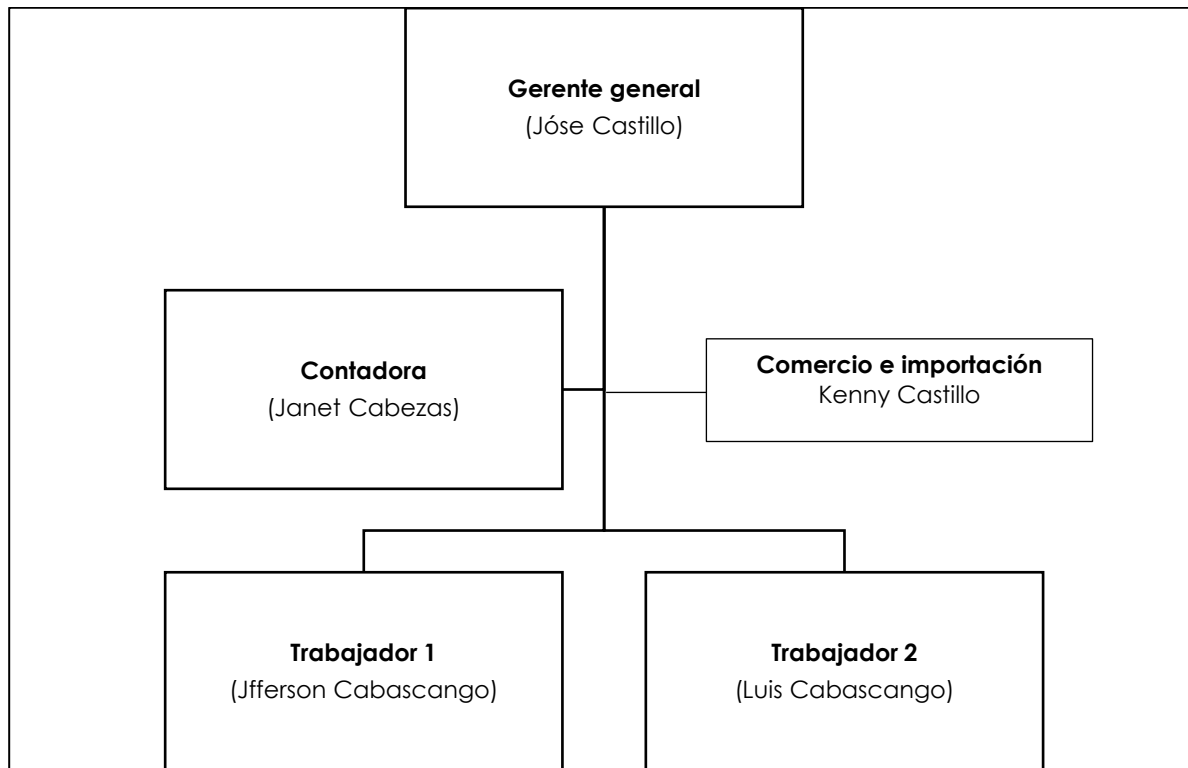


Figura 21. Organigrama de la empresa

Funciones del personal

Para identificar las funciones de cada trabajador de la empresa SERVITEC se ha realizado un manual de funciones en relación de los trabajadores de esta organización como se demuestra a continuación

Tabla 27. Funciones del gerente general

Manual de funciones	
Nombre del cargo	Gerente general
Jefe inmediato superior	José Elías Castillo Cabascango
Objetivo del cargo	
Dirigir y supervisar las operaciones de una organización para alcanzar sus metas empresariales	
Funciones	
✓ Planificación: Establecer objetivos a corto y largo plazo, y desarrollar estrategias y planes de acción para alcanzarlos. - Organización: Coordinar y organizar los recursos y las actividades para optimizar la eficiencia y la productividad de la empresa. ✓ Dirección y Liderazgo: Liderar, motivar y guiar al equipo, asegurando la comunicación efectiva y promoviendo un ambiente de trabajo cohesionado y productivo. ✓ Control: Supervisar el desempeño de todas las áreas y departamentos, monitoreando los resultados y asegurando que se cumplan los objetivos. ✓ Toma de Decisiones: Tomar decisiones clave en aspectos como la gestión financiera, el desarrollo de productos, la estrategia de mercado y la gestión de proveedores.	

Contadora

Tabla 28. Funciones de la contadora

Manual de funciones	
Nombre del cargo	Contadora
Título	Ingeniera en Contabilidad y auditoría
Objetivo del cargo	
Registrar, analizar y reportar las transacciones financieras para proporcionar información precisa y confiable que apoye la toma de decisiones estratégicas, asegure el cumplimiento de las leyes fiscales y contribuya al crecimiento y sostenibilidad del negocio.	
Funciones	
✓ Registro y control de transacciones: ✓ Se encarga de registrar y verificar todas las operaciones financieras de la empresa, como compras, ventas, gastos e ingresos, asegurando la exactitud de los registros contables. ✓ Elaboración y análisis de estados financieros: ✓ Genera y analiza los estados financieros esenciales, incluyendo el balance general, el estado de resultados y el estado de flujo de efectivo, para evaluar la salud financiera y guiar el crecimiento de la empresa. ✓ Gestión fiscal y tributaria: ✓ Asegura el cumplimiento de las obligaciones tributarias, optimiza la carga impositiva y previene posibles sanciones por parte de las autoridades fiscales. ✓ Elaboración y control de presupuestos:	

- ✓ Colabora en la creación de presupuestos que sirven como guía para controlar los gastos, proyectar ingresos y planificar inversiones futuras.
- ✓ Asesoramiento financiero y estratégico:
- ✓ Proporciona orientación profesional y asesoría sobre estrategias financieras y contables, inversiones, fusiones y adquisiciones para ayudar a la dirección a tomar decisiones informadas.
- ✓ Auditoría interna y control de riesgos:
- ✓ Supervisa los procesos internos para verificar el cumplimiento de políticas y controles, identifica posibles irregularidades y propone mejoras para fortalecer los controles existentes

Operarios

Tabla 29. Funciones de los operarios

Manual de funciones	
Nombre del cargo	Operarios
Título	No se requiere un título en específico, sino la experiencia en la construcción
Objetivo del cargo	
Transformar las materias primas en productos terminados a través de la operación de máquinas y equipos, siguiendo los procedimientos establecidos para asegurar la producción eficiente, la calidad del producto y el cumplimiento de las normas de seguridad	
Funciones	
✓ Operación de maquinaria: ✓ Manejar equipos de producción de manera segura para fabricar, envasar o procesar productos. ✓ Mantenimiento de equipos: ✓ Realizar revisiones preventivas, limpieza, lubricación y reparaciones básicas en la maquinaria para asegurar su correcto funcionamiento. ✓ Manipulación de materiales: ✓ Mover, transportar y organizar materias primas y productos terminados dentro de la planta. ✓ Control de calidad: ✓ Supervisar la producción y asegurar que los productos cumplan con los estándares de calidad establecidos por la empresa. ✓ Cumplimiento de normas: ✓ Adherirse a las políticas de seguridad industrial, salud ocupacional y protección del medio ambiente, como la gestión adecuada de residuos. ✓ Limpieza y orden: ✓ Mantener el área de trabajo, la maquinaria y las instalaciones en condiciones óptimas de limpieza y organización.	

Comercio e importación

Tabla 30. Manual de funciones

Manual de funciones	
Nombre del cargo	Comercio e importación
Título	Licenciado en Comercio Exterior
Objetivo del cargo	
Gestionar todas las operaciones de importación en la compra de productos del mercado internacional para el servicio de pulidos que permita satisfacer la demanda interna.	

Funciones

- ✓ Identificar los productos que requieran importar
 - ✓ Analizar el mercado internacional para evaluar precios y la calidad del producto
 - ✓ Gestionar los procesos logísticos y aduaneros
 - ✓ Identificar la negociación en relación de los acuerdos comerciales
 - ✓ Analizar los procesos de importancia en función de las necesidades de la empresa
 - ✓ Cumplir con todas las regulaciones, normativas, impuestos con la finalidad de llevar un proceso de importación transparente
 - ✓ Cumplir con la documentación de importación necesaria
 - ✓ Gestionar un proceso completo desde el contacto con los proveedores internacionales hasta la llegada al almacén de los productos.
-

JUSTIFICACIÓN DE LOS PAGOS DE MANO DE OBRA

En el código del trabajo del Ecuador existen modalidades de contratación que permiten que la remuneración se establezca por día, por tarea o por obra ejecutada, especialmente cuando las actividades no son permanentes o dependen del avance de un trabajo específico.

De acuerdo con la ley orgánica para la justicia laboral y reconocimiento del trabajo en el hogar artículo 16.1, los contratos por obra o servicio determinado dentro del giro del negocio, la relación laboral concluye una vez finalizada la actividad específica para la cual el trabajador fue contratado. Asimismo, en caso de ejecutarse nuevas obras o servicios, el empleador tiene la obligación de considerar nuevamente a los trabajadores que participan en proyectos anteriores bajo esta modalidad, en función de las necesidades operativas y del número de plazas requeridas, conservando la facultad de seleccionar al personal que estime pertinente. En el supuesto de que ciertos trabajadores no sean convocados, esto no extingue la posibilidad de ser llamados en futuros proyectos cuando exista la demanda correspondiente. Finalmente, esta modalidad contractual se rige también por las disposiciones relacionados con el visto bueno, y su regulación específica será determinada por la normativa secundaria emitida por el Ministerio rector del trabajo, que definirá las actividades en las cuales aplica ese tipo de contrato.

En el desarrollo del proyecto de importación aplicado a la empresa SERVITEC, la contratación de mano de obra para la ejecución de actividades como alisado, pulido

y tratamiento de pisos de hormigón se estructuro bajo la modalidad de contrato por obra o servicio determinado dentro del giro de negocio, conforme a lo establecido en el Código del Trabajo del Ecuador. En este contexto, la relación laboral se mantuvo únicamente durante el tiempo necesario para la ejecución de las actividades específicas, concluyendo una vez finalizadas las labores asignadas. Bajo esta modalidad, la remuneración establecida de 20 dólares por jordana de trabajo se justifica como pago por jornal o por tarea ejecutada, considerando que las actividades realizadas no corresponden a una relación laboral permanente, sino a trabajos técnicos vinculados al avance de obra. Asimismo, esta forma de pago resulta coherente con la naturaleza operativa, donde la demanda de mano de obra vería en función de los servicios prestados. Adicionalmente, en caso de requerirse nuevas obras o servicios, SERVITEC podrá convocar nuevamente a los trabajadores previamente contratados, en función de sus necesidades operativas, garantizando continuidad laboral sin que exista obligatoriedad permanente de contratación. De esta manera, la aplicación de esta modalidad contractual no solo se ajusta al marco legal vigente, sino que también permite una gestión eficiente de los recursos humanos, contribuyendo a la sostenibilidad económica y operativa del proyecto, en concordancia con las competencias del perfil de egreso de la carrera de comercio exterior, relacionadas con la optimización de costos, la gestión empresarial y la toma de decisiones estratégicas.

JUSTIFICACIÓN PAGO DE IMPORTACIÓN.

Dentro del proyecto desarrollado en la empresa SERVITEC, la asignación de un ingreso o remuneración al gestor de comercio exterior no se fundamenta en la frecuencia de las importaciones, si no en el valor agregado que estas generan dentro de la organización. En este caso, la importación realizada se planificó bajo un enfoque de abastecimiento anual, considerando la adquisición de un volumen significativo de partes y piezas, como aspas y platos de flotación, cuya vida útil se extiende en función de los metros cuadrados trabajados y no del número de servicios ejecutados.

Esto implica que la importación no requiere repetirse de manera mensual o continua, ya que los insumos no se consumen inmediatamente, sino que tienen una duración

operativa prolongado, lo que permite optimizar costos logísticos y reducir la necesidad de compras recurrentes. En este contexto, el rol profesional en comercio exterior no se limita a la ejecución puntual de una importación, sino que incluye actividades como la planificación de abastecimiento, análisis de proveedores internacionales, negociación, control de costos, gestión logística y proyección de demanda, funciones que aportan valor permanente a la empresa.

Por lo tanto, la asignación de un sueldo se justifica en la gestión integral del proceso de comercio exterior, la cual impacta directamente en la rentabilidad, sostenibilidad y competitividad de SERVITEC, independientemente de que las importaciones se realicen con una baja frecuencia, pero con alto volumen y eficiencia.

- Flujograma del proceso de importación y sus principales participantes

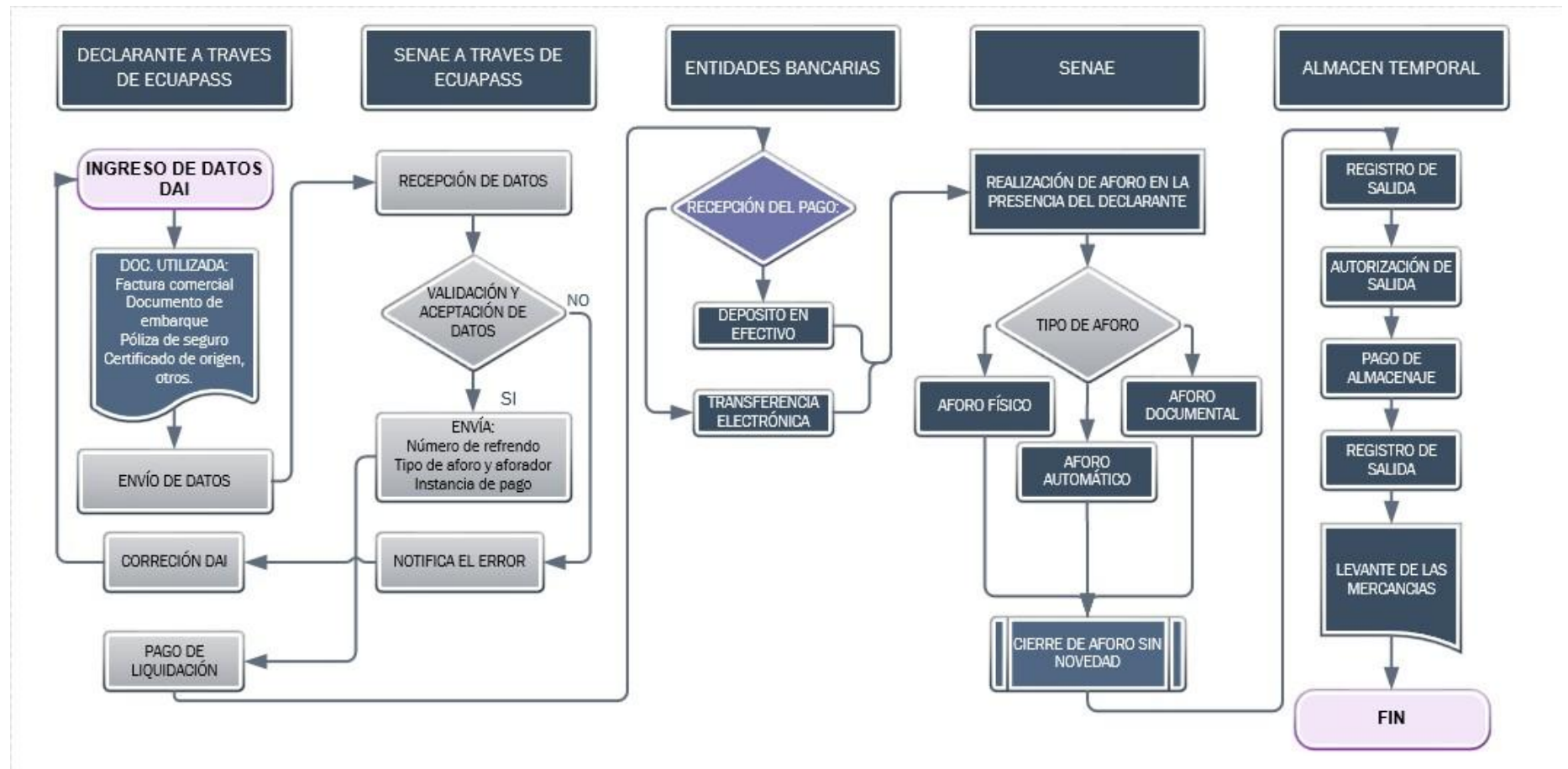


Figura 22. Procesos de importación

Una vez observado la figura 18 sobre los procesos que se llevan a cabo para la importación de la materia prima y maquinaria, a continuación, se detallan todos los procedimientos a realizarse, para ello, este proceso parte desde la necesidad de conseguir materia prima más barata que en Ecuador, e innovar la empresa servitec con nuevas maquinarias que son especialidad en desgastar y pulir pisos industriales, parqueaderos, centros comerciales, galpones industriales entre otros.

DOCUMENTOS PREVIOS A LA IMPORTACIÓN

Los documentos que se necesitan para una importación son el RUC que es la razón social de la empresa el cual identifica realizar transacciones comerciales, presentar declaraciones fiscales, emitir facturas y cumplir con las obligaciones tributarias. La firma electrónica token se gestionó con la empresa privada SECURITY DATA, para ello proporcionamos los siguientes documentos, copia de cedula, papeleta de votación y un contrato con vigencia de dos años de uso.



CONTRATO DE CERTIFICADO DE FIRMA ELECTRÓNICA.

COMPARECIENTES.- Security Data Seguridad en Datos y Firma Digital S. A. como Entidad de Certificación de Información, representado por César Santana por una parte; y, por otra El/la señor/a:

Persona Natural:		
Nombres: KENY ANDERSON CASTILLO CASTILLO	Ci: 1004499974	Ruc: 1004499974001

/verificado que sus datos y descripción corresponde con dicho nombre, así como, en suficiente apariencia con su imagen, por sus propios derechos, o en representación de una entidad a quien en adelante se denominará El Suscriptor, conforme los documentos valiantes legalmente conferidos que se adjuntan convienen en celebrar el presente Contrato, al tenor de las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA: ANTECEDENTES.-

L1. Mediante Ley No. 67, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 577 de 17 de abril del 2002 se expidió la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos.

L2. Con Decreto No. 3496 publicado en el Registro Oficial 735 de 31 de diciembre de 2002, se expidió el Reglamento General a la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, el mismo que fue reformado mediante Decreto Ejecutivo 1356 de 29 de septiembre de 2008, constante en el Registro Oficial No. 440 de 6 de octubre de 2008.

L3. El artículo 37 de la Ley de Comercio Electrónico dispone, que el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) es el organismo de autorización, regulación y registro de las Entidades de Certificación Acreditadas.

L4. El segundo artículo innumerado agregado por el artículo 4 del Decreto Ejecutivo No. 1356 a continuación del artículo 17 del Reglamento General a la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos, dispone que la Acreditación como Entidad de Certificación de Información y Servicios Relacionados, consistirá en un acto administrativo emitido por el CONATEL, a través de una resolución que será inscrita en el Registro Público Nacional de Entidades de Certificación de Información y Servicios Relacionados Acreditadas y Terceros Vinculados.

L5. El CONATEL mediante Resolución No. 481-20-CONATEL-2008 de 8 de octubre de 2008, aprobó la petición de Acreditación de Security Data Seguridad en Datos y Firma Digital S. A. como Entidad de Certificación de Información y Servicios Relacionados, para lo cual la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL) suscribió el respectivo acto administrativo.

CLÁUSULA SEGUNDA: DEFINICIONES.-

Las definiciones utilizadas en el presente contrato constan en la Declaración de Prácticas de Certificación (DPC) de SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. y, en las Políticas de Certificados (PC) del certificado digital que solicita.

CLÁUSULA TERCERA: OBJETO.-

El presente contrato tiene por objeto la prestación de los servicios de certificación de Información y servicios relacionados, contempla la emisión, suspensión, revocación y renovación de Certificados de Firma Electrónica. Así mismo tiene por objeto garantizar la prestación permanente, confidencial, oportuna y segura del servicio de certificación de información.

CLÁUSULA CUARTA: NIVELES DE FIRMA.-

El nivel del certificado que se emite es el de certificado de firma electrónica que servirá para todo propósito dentro de sus límites de uso, según se describe en la Declaración de Prácticas de Certificación y en las Políticas de Certificados.

CLÁUSULA QUINTA: CONDICIONES DEL SERVICIO.-

5.1.- **Emisión de Certificados de firma electrónica.-** La emisión de Certificados, se realizará en días y horas laborales.

5.2.- **Soporte.-** Servicio que presta SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. para atención al cliente consistente en: soporte telefónico, soporte mediante correo electrónico; a través de su página Web <https://www.securitydata.net.ec>; presencial en las oficinas de SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A., sobre inquietudes relacionadas con el proceso de certificación electrónica en lo que se refiere a certificados de firma y hardware o software relacionado; Security Data no brinda soporte sobre software o hardware de terceros.

5.3.- **Listas de Certificados Revocados - CRL.-** Estarán disponibles las veint y cuatro horas del día, durante los trescientos sesenta y cinco días del año, en el sitio web de Security Data Seguridad en Datos y Firma Digital S. A. <https://www.securitydata.net.ec/crl>

Estas Listas serán actualizadas en forma permanente por la SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A.

Figura 23. Contratación de firma electrónica

Este documento corresponde a un contrato de certificado de firma electrónica, emitido por Security Data seguridad en datos y forma digital S.A, que actúa como entidad de certificación de información en Ecuador. Este contrato establece las

condiciones legales, técnicas y operativas bajo las cuales la persona Keny Anderson Castillo Castillo obtiene y utiliza el certificado de firma electrónica.

Su propósito fundamental es regular la emisión, uso, obligaciones y responsabilidades relacionadas con el certificado digital, garantizado que su utilización cumpla con la normativa

Una vez obtenido el RUC y la firma electrónica, se realizó el registro en el sistema ECUAPASS el cual nos permite gestionar trámites aduaneros, desde la declaración de importaciones hasta la certificación de productos.

The screenshot shows the ECUAPASS web interface. At the top, there's a navigation bar with 'Bandeja de entrada', 'Trámites Operativos', 'Servicios Informativos', and 'Soporte al Cliente'. Below this is a 'Menu izquierdo' and a 'Mi menu' with numbered links 1 through 6. The main heading is 'Solicitud de registro de usuario de Representante de Comercio Exterior'. The form is divided into three main sections: 'Información de empresa', 'Información de representante de Comercio Exterior', and 'Información de Operación'. The 'Información de empresa' section includes fields for RUC empresa (1715546394001), Razón Social (CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS), Dirección de empresa (PICHINCHA / QUITO / CALDERON (CARAPUNGO) / LEONIDAS PROAÑO N5-20 Y GRUTA DEL NIÑO), Teléfono empresa, Nombre Comercial, Actividad económica (CONSTRUCCION DE TODO TIPO DE EDIFICIOS NO RESIDENCIALES: EDIFICIOS DE PRODUCCION INDUSTRIAL, EJEMPLO. EDIF), and Correo Electrónico de empresa. The 'Información de representante de Comercio Exterior' section includes fields for ID.usuario, Doc. Identificación (CEDULA DE IDENTIDAD), Nombre Usuario, Contraseña, Confirmación de Contraseña, Provincia (dropdown), Ciudad (dropdown), Dirección, Teléfono1, Teléfono2, Numero de Celular (dropdown), Correo Electrónico, Confirmación de correo electrónico, Ingrese código de seguridad, Posición (dropdown), and SENA Correo Electrónico. The 'Información de Operación' section includes Tipo de Operador (AGENTE DE ADUANA) and buttons for 'Agregar' and 'Eliminar'.

Información de empresa

* RUC empresa	1715546394001	Consultar
* Razón Social	CASTILLO CABASCANGO JOSE ELIAS	
* Dirección de empresa	PICHINCHA / QUITO / CALDERON (CARAPUNGO) / LEONIDAS PROAÑO N5-20 Y GRUTA DEL NIÑO	
* Teléfono empresa		
Nombre Comercial		
* Actividad económica	CONSTRUCCION DE TODO TIPO DE EDIFICIOS NO RESIDENCIALES: EDIFICIOS DE PRODUCCION INDUSTRIAL, EJEMPLO. EDIF	
Correo Electrónico de empresa		

Información de representante de Comercio Exterior

* ID.usuario		Comprobar disponibilidad
* Doc. Identificación	CEDULA DE IDENTIDAD	Comprobar disponibilidad
* Nombre Usuario		
* Contraseña		* Confirmación de Contraseña
* Provincia	--Selección--	* Ciudad
* Dirección		
* Teléfono1		Teléfono2
* Numero de Celular	CLARO	
* Correo Electrónico		
* Confirmación de correo electrónico		Comprobar disponibilidad
* Ingrese código de seguridad		Solicitar código de seguridad
Posición	REPRESENTANTES	SENAE Correo Electrónico

Información de Operación

Tipo de Operador	AGENTE DE ADUANA	Agregar	Eliminar
------------------	------------------	---------	----------

Figura 24. Registro en ECUAPASS

- País de compra

La decisión de importar maquinaria de construcción e insumos para maquinas alisadoras desde China se sustenta en una serie de factores económicos tales como precios más competitivos en maquinaria y partes frente al mercado nacional, producción a gran

escala, eliminación de intermediarios al comprar directamente al fabricante, lo que convierten a este país en uno de los proveedores más competitivos a nivel global. Para SERVITEC que requieren equipos especializados para alisado y pulido de pisos industriales, esta alternativa no solo es viable, sino además contribuye significativamente a mejorar la capacidad operativa, optimizar los costos y elevar los estándares de calidad de servicio.

La competitividad en los costos es uno de factores más importantes a tomar en cuenta, ya que China es reconocido por su alta capacidad de manufactura a gran escala, lo que permite ofrecer maquinaria y materiales industriales a precios considerables.

Para SERVITEC importar maquinaria y materiales desde China representa una decisión estratégica fundamentada en la relación costo-beneficio, la calidad certificada, la innovación tecnológica, la variedad de productos y la capacidad logística que ofrece este país. Para SERVITEC, esta decisión no solo optimiza la inversión, sino que impulsa su crecimiento empresarial, mejora la eficiencia de sus servicios y fortalece su posicionamiento en el mercado local.

La innovación tecnológica permite un mayor control en el acabado de piso, optimizando el uso de discos y de resina, reduciendo tiempos de ejecución y mejorando la uniformidad y durabilidad de las superficies tratadas. Esto permite que SERVITEC ofrezca nuevos servicios especializados, como pulido técnico de hormigón, mantenimiento de pisos industriales, y acabados de alto rendimiento.

- Identificación de proveedores

Una vez identificado el mercado internacional potencial para la compra de materiales y maquinarias de construcción se identificó los proveedores en la página de Alibaba evaluando filtros de búsqueda como verificación de la empresa, valoraciones de comentarios y certificaciones que cumplan con la necesidad que busca la empresa SERVITEC.



NING SIHOK MACHINERY CO., LTD.

Sihok is a well-known brand with 20 years of experience!

[Inicio](#)
[Productos](#)
[Perfil de la empresa](#)
[Contactos](#)
[Promoción](#)

20+ years of engineering machinery manufacturing and sales experience

ODM & OEM PURCHASE QUALITY

Have their own factories, we can develop products that meet the customer requirement

Small batch purchase, Delivery in 3 working days. Bulk purchasing, Delivery in 3-4 working days

All products are strictly tested before selling.

Contacta con el proveedor

¡Chatea ahora!

Messenger

Categorías del producto

Productos de venta supe...

Floor Grinder Polisher M...

Depurador de suelo

Aspiradora Industrial

Equipo de compactación

Equipos de construcción

Máquina de marcado de ...

Asphalt Repair Machine

Orugas de Dumper

Carro eléctrico

Herramientas

Airless Spray Machine

Sin agrupar




CE certificado

Máquinas de Pulir Pisos de Concreto, Pulidora de Pisos,...

\$1.000-2.500

Pedido mín: 1 unidad

Chatear ahora




CE certificado

Pulidora de Pisos Comercial de 630 mm, 220V 380V, para Terraz...

\$850-1.500

Pedido mín: 1 unidad

Chatear ahora




CE certificado

Pulidora de Pisos de Concreto Planetaria de Diamante...

\$1.500-2.500

Pedido mín: 1 unidad

Chatear ahora




CE certificado

Hand Push 600mm 9 Disc Concrete Floor Grinding Machin...

\$1.500-2.500

Pedido mín: 1 unidad

Chatear ahora

Figura 25. Identificación de proveedores

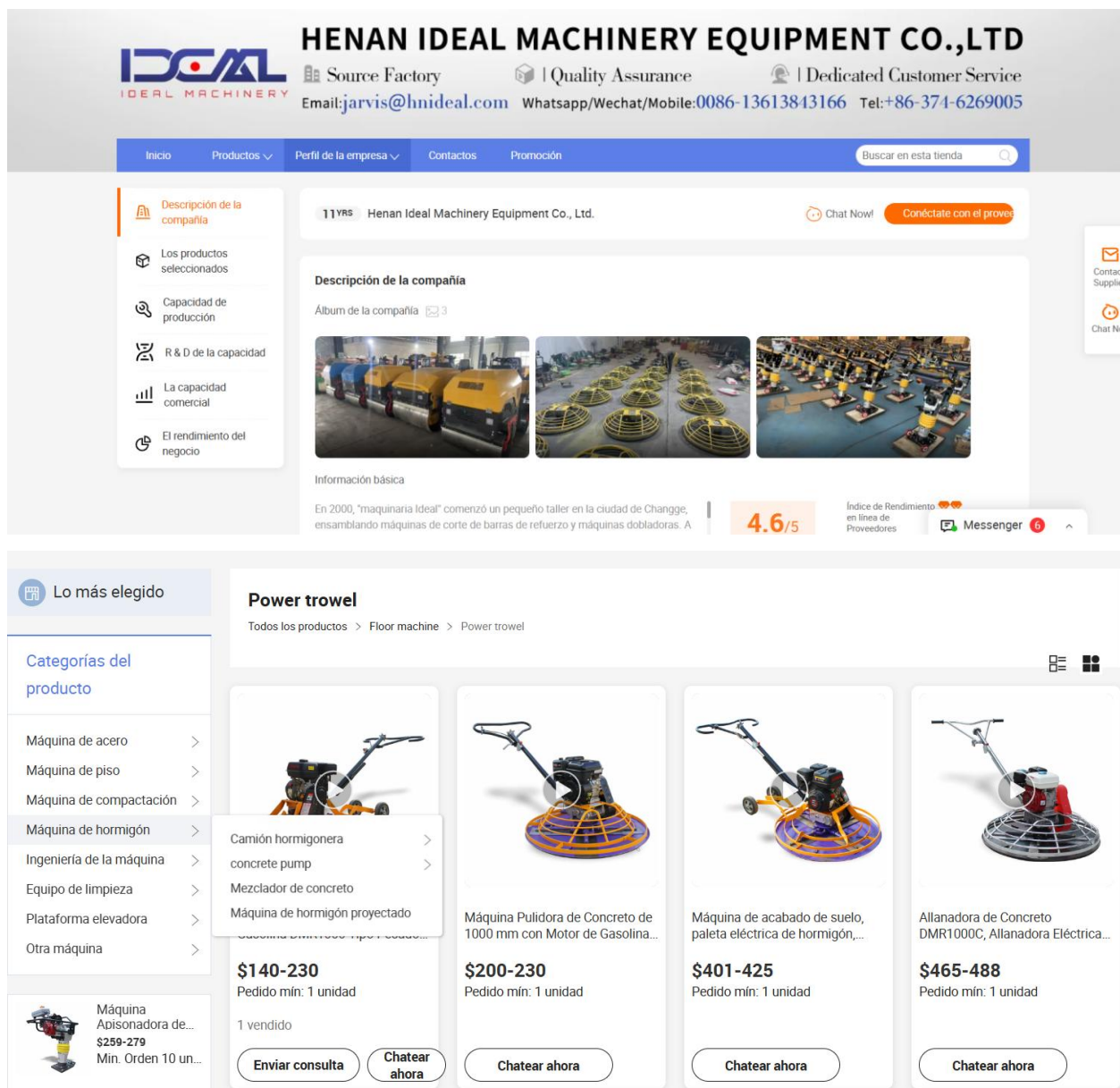


Figura 26. Productos ofrecidos

A continuación, se pidió fotos, videos y evidencias visuales de cada producto ofrecido por los proveedores internacionales con el fin de realizar una verificación preliminar de su rendimiento, funcionalidad y durabilidad. Este proceso incluyo la revisión detallada de la maquinaria, así como los insumos complementarios necesarios para su funcionamiento, tales como discos de resina, discos de diamante, aspas metálicas y platos de flotación. Además, se requirió acceso de manuales técnicos, fichas de especificaciones, certificaciones de calidad y protocolo de prueba, documentos que

permitieron evaluar la coherencia entre lo ofrecido y los estándares demandados por la empresa



Figura 27. Importación del producto



Figura 28. Maquina pulidora



Figura 29. Aspa metálica



Figura 30. Disco

La negociación con nuestros proveedores JINING SHIOK MACHINERY CO., LTD y HENAN IDEAL MACHINERY Y EQUIPMENT CO., LTD definió costos, condiciones de pago, plazos de entrega, garantías de cada producto y requisitos de calidad. EL incoterm que se utilizó para la negociación internacional fue el FOB ya que nuestros proveedores se hicieron responsables de los costos de transporte desde su fábrica hasta el puerto de embarque en China, además de los trámites aduaneros. Una vez que la mercancía fue puesta en el buque la responsabilidad fue mía y tenía que pagar el transporte marítimo hasta el puerto en Ecuador, impuestos aduaneros y el transporte hasta el lugar de destino que en el distrito metropolitano de Quito.

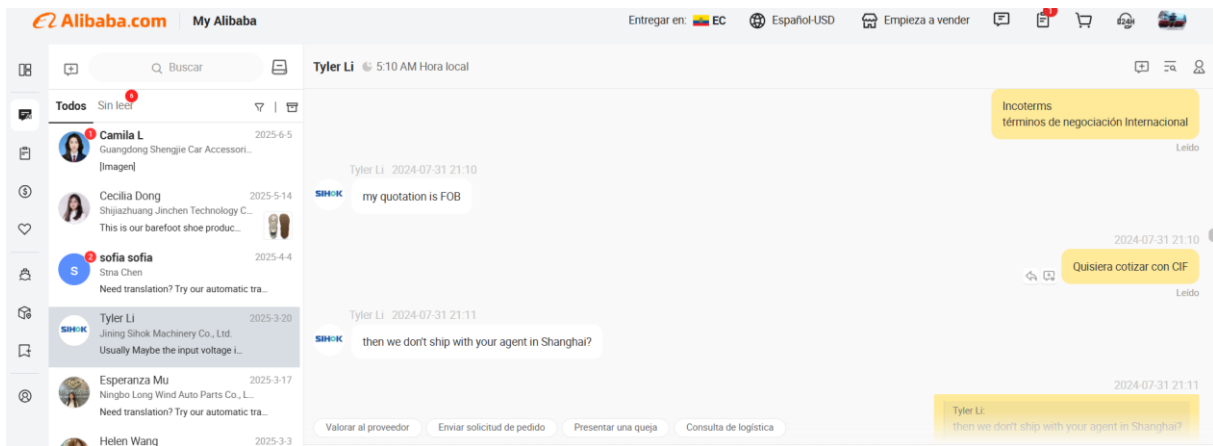


Figura 31. Negociación internacional

- Transacción internacional a los dos proveedores en china para compra de los productos

Henan ideal machinery equipment co ltd

La transferencia internacional realizada por SERVITEC a través del Banco de Pichincha, por concepto de anticipo de importación de maquinaria de construcción, evidencia que el costo real de la operación no se limita al valor transferido al proveedor en el exterior, sino que incluye cargos financieros y tributarios adicionales. En esta operación, el valor enviado al proveedor fue de USD 545,00, sin embargo, la empresa asumió una comisión bancaria por transferencia internacional de USD 49,54 sobre el cual se aplicó el IVA de USD 7,43 correspondiente al servicio financiero, así como un impuesto a la salida de divisas (USD) de 5% equivalente a USD de 27,25. Como resultado, el total debitado de la cuenta fue de USD 629,22, lo que representa un costo adicional de USD 84,22, respecto al monto recibido por el proveedor, incrementando el valor del anticipo de importación en aproximadamente el 15,45%.

BANCO PICHINCHA	
COMPROBANTE NÚMERO:	009COMGIRO392682
Tipo de mensaje:	103 Giro Nuevo Formato
BIC Propietario:	PICHECEQA500
Banco Corresponsal:	WELLS FARGO BANK, N.A.
Fecha y hora:	2024/10/16 09:10
Estado:	En proceso
DESCRIPCION DE LA TRANSFERENCIA:	
Número de referencia de la transacción:	009COMGIRO392682
Fecha valor:	241016
Moneda:	USD
Valor de la transferencia:	545.00
Tasa de cambio:	1.000000
Ordenante	
Nombre:	CASTILLO CASTILLO KENY ANDERSON
Cuenta de origen:	220XXXX897
Beneficiario:	
Nombre:	HENAN IDEAL MACHINERY EQUIPMENT CO LTD
País:	HONG KONG
Código Postal	
Cuenta de destino:	79969XXXX24550
Banco Beneficiario:	DBS BANK (HONG KONG) LIMITED
Código Swift:	DHBKHKHXXXX
Banco Intermediario:	
Código Swift:	
Referencia para el beneficiario:	/RFB/ANTICIPO DE IMPORTACION COMPRA MAQUINARIAS DE CONSTRUCCION
Motivo:	110 ANTICIPO DE IMPORTACIONES
Número de registro:	
Fecha de registro:	
Registro número DAI, DAE, DAS:	ANTICIPO0000000000
Número de contrato:	
Usuario:	Imimalch

JINING SIHOK MACHINERY CO LTD

La transferencia internacional realizada por SERVITEC a través del Banco de Pichincha al proveedor Jining sihok machinery Co Ltd., fue de USD 5.402,00, sin embargo la empresa asumió costos financieros y tributarios adicionales, entre ellos una comisión bancaria por transferencia internacional de USD 85.18, sobre el cual se aplicó el IVA del 15% equivalente al USD 12,78, correspondiente al servicio financiero prestado por el banco,

así como un impuesto a la salida de divisas (ISD) de USD 201,10. Como resultado el total debitado de la cuenta fue de USD 299,06 pagando un total de 5.701,06, incrementando el costo total al de importación aproximadamente de 5,54%.

BANCO PICHINCHA	
COMPROBANTE NÚMERO:	009COMGIRO392664
Tipo de mensaje:	103 Giro Nuevo Formato
BIC Propietario:	PICHECEQA500
Banco Corresponsal:	WELLS FARGO BANK, N.A.
Fecha y hora:	2024/10/16 08:54
Estado:	En proceso
DESCRIPCION DE LA TRANSFERENCIA:	
Número de referencia de la transacción:	009COMGIRO392664
Fecha valor:	241016
Moneda:	USD
Valor de la transferencia:	5,402.00
Tasa de cambio:	1.000000
Ordenante	
Nombre:	CASTILLO CASTILLO KENY ANDERSON
Cuenta de origen:	220XXXX897
Beneficiario:	
Nombre:	JINING SIHOK MACHINERY CO LTD
País:	HONG KONG
Código Postal	
Cuenta de destino:	10170XXXX43282
Banco Beneficiario:	JPMORGAN CHASE BANK, N.A., HONG KONG
Código Swift:	CHASHKHHXXX
Banco Intermediario:	
Código Swift:	
Referencia para el beneficiario:	/RFB/ANTICIPO DE IMPORTACION MAQUINARIAS DE CONSTRUCCION
Motivo:	110 ANTICIPO DE IMPORTACIONES
Número de registro:	
Fecha de registro:	
Registro número DAI, DAE, DAS:	ANTICIPO0000000000
Número de contrato:	
Usuario:	Imimalch

BANCO PICHINCHA
Leidy M. ...
Ejecutiva de ...

SALIDA DEL PAÍS

Una vez negociado los términos y acuerdos con los proveedores, se procedió a generar los documentos necesarios para la exportación, entre ellos la factura comercial, lista de empaque y pagos a la naviera con el seguro correspondiente. Estos documentos fueron indispensables para iniciar el proceso de declaración ante la aduana China entidad de autorizar la salida de mercancías.

JINING SIHOK MACHINERY CO., LTD.
ADD: 21-6 OF YANGGUANG COMMUNITY, HIGH-TECH ZONE, JINING, SHANDONG
TEL: +86 153 7654 0924

PACKING LIST

No.	DESCRIPTION OF GOODS	MODEL	QTY(SET)	QTY (PACKAGE)	NW. (KG)	GW. (KG)	MEAS (CBM)
1	FLOOR GRINDER	SHCG-620S	1	3	491	540	2.8
2	INDUSTRIAL VACUUM CLEANER	SHV-302	1				
3	DIAMOND DISC		72				
4	RESIN ABRASIVE PAD		228				
5	TROWEL PAN		5				
6	TROWEL BLADE		5				
TOTAL AMOUNT				3	491	540	2.8

TOTAL:THREE PACKAGES ONLY

Figura 32. Packing list

Item	Picture	Description	HS Code	Quantity (unit)	Unit Price	Amount
SHCG-620S Floor Grinder		Power: 7.5Kw Motor: SIEMENS Inverter: 7.5Kw Voltage: 220V Single Phase 50HZ Working width: 620mm Color: Black	8464209000	1	\$2,520.00	\$2,520.00
Industrial Cable		Length: 15meter		1	\$60.00	\$60.00
SHV-302 Industrial Vacuum Cleaner		Voltage :220V Single phase Power: 3.6Kw Vacuum: 200 (mBar) Ametek Motor Plastic Bag Size: 0.36*20m Color: Black	8508190000	1	\$1,190.00	\$1,190.00
Diamond Disc		4inch Diamond Disc 24pcs of 16# 24pcs of 30# 24pcs of 60#	6804219090	72	\$7.00	\$504.00
Resin Abrasive Pad		Diameter: 4inch Thickness: 10mm 36pcs of 30# 36pcs of 50# 36pcs of 100# 36pcs of 200# 24pcs of 400# 24pcs of 800# 24pcs of 1000# 12pcs of 2000#	6804219090	228	\$3.50	\$798.00
Trowel Pan		Desp.: 38.5"(940mm pan) Thickness: 3mm Material: cold roll steel(no paint) Brackets: 8 pc Z type bkt	8479909090	5	\$46.00	\$230.00
Trowel Blade		Desp.: 8"X14"Comb Thickness: 2.0mm Material: 65Mn steel 4pcs/set	8208900000	5	\$20.00	\$100.00
Total Cost FOB Shanghai						\$5,402.00

Price Terms: FOB

Payment Terms: 100% payment before delivery by T/T.

Delivery Time: 15 working days upon receipt of payment.

Beneficiary name: Jining Sihok Machinery Co., Ltd.

Beneficiary account number: 101700 12243282

Beneficiary address: 26/F TOWER ONE TIME SQUARE 1 MATHESON STREET CAUSEWAY BAY HK

Figura 33. Factura

CONTACT: KENY GASTILLO
TEL: +593 99 036 4907
EMAIL: CASTILLOSERVITEC@HOTMAIL.COM
ADD: SOLO DE ECUADOR

ATTN: ASTEN ZHOU
MOB: +8613103880922
EMAIL: ASTEN@HNIDEAL.COM
ADD: ROOM 101, UNIT 2, BUILDING 4, HEMEIJIAYUAN, NO.10
SHUIKE ROAD, JINSHUI DISTRICT, ZHENGZHOU CITY,
HENAN PROVINCE, CHINA 45000

ARTÍCULO	IMAGEN	HOJAS DE FECHAS	CANTIDAD/PAQUETE		VOLUMEN	G.W	PRECIO	DINERO
			(SET)	(PCS)	(CBM)	(KGS)	EXW(USD)	EXW(USD)
Bandeja para allanadora eléctrica con operador a bordo		Diámetro: 950 mm Grosor: 3,0 mm Material: acero al manganeso n.65#	20	1	1	380	\$18.90	\$378.00
Total								\$378.00
FOB LOCAL COST SHANGHAI PORT, CHINA								\$260.00
TOTAL FOB COST								\$638.00

Additional marks	Price has to amend if the exchange rate fluctuations come to +/-3% now 1 : 7.2
	Price has to amend if the raw material cost fluctuations come to +/-3%
	Price valid: 15 days
Warranty	1 Year with engine, 24 hours*7 Days online technical support.

INVOICE NO. : ID2024091003AZ

INVOICE DTAE : 2024/09/10

VALIDEZ DE LA FACTURA: 2024/09/10 - 2024/09/20

PLAZO DE ENTREGA: EL PRECIO SE BASA EN FOB.

TIEMPO DE ENTREGA: 7 DÍAS DESPUÉS DE RECIBIR SU PAGO.

PLAZO DE PAGO: PAGO 100% T/T ANTES DE LA ENTREGA.

DUE TO THE LOW COST, WE CANNOT BEAR ANY TRANSFER FEES.

FECHA DE LLEGADA ESTIMADA: 5 DÍAS DE PRODUCCIÓN, 4 - 6 DÍAS DE LLEGADA AL PUERTO MARÍTIMO CHINO.

Beneficiary Information:

PAYMENT CURRENCY: USD

SWIFT/BIC CODE :DHBKHKHH (DHBKHKHHXXX * IF 11 CHARACTERS ARE REQUIRED)

ACCOUNT NUMBER :79969000324550

ACCOUNT NAME : HENAN IDEAL MACHINERY EQUIPMENT CO.,LTD

BANK NAME :DBS BANK (HONG KONG) LIMITED

BANK ADDRESS :11TH FLOOR, THE CENTER, 99 QUEEN'S ROAD CENTRAL, CENTRAL, HONG KONG

COUNTRY/REGION :HONG KONG

TYPE OF ACCOUNT :BUSINESS ACCOUNT

BANK CODE :016

BRANCH CODE :478

河南爱迪欧机械设备有限公司

HENAN IDEAL MACHINERY EQUIPMENT CO.,LTD

Asten Zhou

Figura 34. Factura de disco

JINING SHOK MACHINERY CO., LTD. CONSIGNEE - Consignatario CASTILLO CASTILLO KENY ANDERSON PICHINCHA / QUITO / CALDERON 1004499974001 NOTIFY PARTY - Dirija Notificación de Llegada a ALMENDARIZ MEDRANO LOGISTICS CIA. L SANTIAGO OE2-91 Y MANUEL LARREA PICHINCHA - QUITO 1792426936001		 NEGOTIABLE FIATA MULTIMODAL TRANSPORT BILL OF LADING Issued subject to UNGTAD/ICC Rules for Multimodal Transport Documents (ICC Publication 481) ORIGINAL							
Place of receipt									
Ocean vessel WAN HAI A02 - E010	Port of loading SHANGHAI CHINA								
Port of discharge GUAYAQUIL ECUADOR	Place of delivery SHANGHAI CHINA								
PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER		Descripción de los Artículos dados por el Embarcador							
MARKS AND NUMBERS Marcas y Números	PKGS, BULTOS	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS Descripción de la Mercadería	WEIGHT/Peso MEASUREMENT Medidas						
SZLU9909317 4DHC SEAL WHLR643743 N/M	4	PACKAGES STC PAN FOR POWER TROWEL FLOOR GRINDER INDUSTRIAL VACUUM CLEANER, RESIN ABRASIVE PAD, TROWEL PAN, TROWEL BLAD DIAMOND DISC	872.800 KGS 2.910 CBM						
Declaration of Interest of the consignor in timely delivery (Clause 6.2) 		Declared value for ad valorem rate according to the declaration or the consignor (Clauses 7 and 8) 							
© The goods and instructions are accepted and dealt with subject to the Standard Conditions printed overleaf. Taken in charge in apparent good order and condition, unless otherwise noted herein, at the place of receipt for transport and delivery as mentioned above One of these Multimodal Transport Bills Of Lading must be surrendered duly endorsed in exchange for the goods, in Witness Whereof the original Multimodal Transport Bills Of Lading all of this tenor and date have been signed in the number stated below, one of which being accomplished the other (s) to be void. CERTIFICACION DE FLETTER TRANSOCEAN LOGISTICS CORP. S.A. <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;"> Freight amount USD 308.90 DISCONTINUADO CUBA CUBANES </td> <td style="width: 33%;"> Freight payable at </td> <td style="width: 33%;"> Place and date of issue </td> </tr> <tr> <td> Cargo insurance through the undersigned not covered Covered according to attached Policy </td> <td> Number of Original FBL'S </td> <td> Stamp and signature </td> </tr> </table> For delivery of goods please apply to:				Freight amount USD 308.90 DISCONTINUADO CUBA CUBANES	Freight payable at	Place and date of issue	Cargo insurance through the undersigned not covered Covered according to attached Policy	Number of Original FBL'S	Stamp and signature
Freight amount USD 308.90 DISCONTINUADO CUBA CUBANES	Freight payable at	Place and date of issue							
Cargo insurance through the undersigned not covered Covered according to attached Policy	Number of Original FBL'S	Stamp and signature							

Figura 35. Facturas de importación

Aplicación No 0147 CASTILLO

La siguiente mercadería se declara en aplicación a la PÓLIZA FLOTANTE No. 370.681 emitida a favor de CASTILLO CASTILLO KENY ANDERSON/HENAN IDEAL MACHINERY EQUIPMENT CO., LTD / JINING SIOCK MACHINERY CO.,LTD, para el viaje desde Shanghai, China hasta Quito, Ecuador por transporte Multimodal Marítimo/Aéreo, sobre (camión/vapor/avión) A DECLARAR, Anunciada para el día 2024-11-15 consignada CASTILLO CASTILLO KENY ANDERSON

Este formulario no será válido sin la firma, y número asignado por la compañía.

Fecha (2024-11-15)

Marca	Nro	Peso Bruto Kg	Cantidad de Bultos	Contenido	Valor Asegurado	%	Prima	Observaciones
0147 C ASTIL LO	FC Nro. ID2024091003AZ / SH240910EC	872. 8	4 1CNT	BANDEJA PARA ALLANADORA / MAQUINA PARA ABRILLANTAR Y SUS PARTES Tipo de cobertura: TODO RIESGO Proveedor: HENAN IDEAL MACHINERY EQUIPMENT CO., LTD / JINING SHIK MACHINERY CO.,LTD., Tomador: ALMENDARI Z MEDRAN O LOGISTIC S CIA., LTDA.,	Valor Mercaderia USD 6,940.00 Derecho: USD 0.00 Transporte y gastos: USD 308.90 Sobre seguro USD 0.00 TOTAL: USD 6,348.90		USD 50.00 IVA USD 7.50 Total USD 57.50	DEDUCIBLES A. RIESGO por via Maritima, Aerea, Terrestre y/o Multimodal Maritima o Aerea o Terrestre: Sin deducible. B. Daños por Clasificación 423 o 426 Alimento: Cero Compensación Participación: 15% del valor seguro, máximo USD 1,000.00. Mantenimiento para carga al general: 1%
Nota: De conformidad con las condiciones de la Póliza, los asegurados, o sus representantes, Remite esta formulario en duplicado y lo remitirá a Ciudad Seguros Ecuador S.A. en Ecuador o a sus Agencias Autorizadas antes de efectuado el embarque o despacho. La compañía o el Agente devolverá el duplicado debidamente sellado y firmado. Ciudad Seguros Ecuador S.A. no proporcionará cobertura ni será responsable del pago de ninguna reclamación o la disposición de ningún beneficio, en la medida que la disposición de dicha cobertura, el pago de dicha reclamación o la disposición de dicho beneficio contra cualquier condición o restricción implícita continúe a ser reducidos de los Hechos (Hechos o de las sanciones comerciales y administrativas, las leyes o las regulaciones de la Unión Europea, el Reino Unido o cualquier otro país o jurisdicción). El presente certificado se emite en Ciudad de Ecuador, el 2024-11-15 para ser presentado ante quien corresponde.						El Asegurado: CASTILLO CASTILLO KENY ANDERSON/HENAN IDEAL MACHINERY EQUIPMENT CO., LTD / JINING SHIK MACHINERY CO.,LTD.		

118

CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

La clasificación arancelaria se la hizo por cada producto importado, determinando el arancel aduanero y otros impuestos aplicados por la SENAE. A continuación, se detalla la clasificación de cada producto:

Tabla 31. Clasificación grancelaria.

Floor Glinder	8460900000
Industrial Cable	8508700000
Industrial Vacuum Cleaner	8508600000
Diamond Disc	8508700000
Resin Abrasive Pad	8508700000
Trowel Pan	8508700000
Trowel Blade	8508700000
Bandeia Para Allanadora	8479100000

Como se puede observar en la tabla cada producto lleva su partida con el cual, trabajamos para hacer la clasificación arancelaria en el sistema Ecuapass utilizando el

sistema armonizado. Una vez clasificado las mercancías procedemos a cancelar el pago de impuestos y aranceles que nos impuso la aduana.

Adm. de nomenclatura y características de mercancías

Lista de Código de Elemento ☐ Sección S.A. ☐ Capítulo S.A. ☐ Partida S.A. ☐ Subpartida S.A. ☐ Subpartida NANDINA ☐ Subpartida ARIAN

Subpartida ☒ Igual ☐ Entre ☐ En 8508700000 0000 0000

Código de Norma (Base Legal) Fecha de Consulta --Todo--

Tipo de Norma Nombre de Norma

Descripción de Elemento

Búsqueda en resultados Subpartida

[Consultar](#)

Resultado : 4

Tipo de Elemento	Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de Elemento	Código de Unidad Física	Fecha de Vigencia
SECCION S.A.	XVI	84	85	MAQUINAS Y APARATOS, MATERIAL ELECTRIC Y		01/Ene/2
SUBPARTIDA S.A.	8508.70.00.00	0000	0000	-PARTES	NUMERO DE UNIDADES	15/Oct/2
SUBPARTIDA S.A.	8508.70.00.00	0000	0000	-PARTES	NUMERO DE UNIDADES	01/Sept/
SUBPARTIDA S.A.	8508.70.00.00	0000	0000	-- Partes	NUMERO DE UNIDADES	01/Sept/

[Exportar Excel](#)

Adm. de nomenclatura y características de mercancías Tipo de Información Asociada a la Mercancía

* Tipo de Elemento	[SSA] SUBPARTIDA S.A.	* Descripción de Elemento	-- PARTES
* Subpartida	8508.70.00.00	Código de Unidad Física	[11] NUMERO DE UNIDADES
* Código Complementario	0000	* Requiere Información de Vehículo	[N] NO
* Código Suplementario	0000	* Elemento Tacito	[N] NO
* Fecha de Inicio de Vigencia	01/09/2023	Fecha de Fin de Vigencia	
Código de Producto de Sistema Andino de Franja de Precios	--Selección--	Código de Tipo de Producto de Sistema Andino de Franja de Precios	--Selección--
* Naturaleza Primaria de Mercancía	[GEN] GENERAL	* Tratamiento de Mercancía	[GEN] GENERAL
* Version de Nomenclatura	7	* Código de Norma (Base Legal)	20230902
Tipo de Norma	[RES] RESOLUCION	Nombre de Norma	VII ENMIENDA
* Comentarios de Apertura	DECRETO EJECUTIVO 592, R.O. 191, 15/10/20	Comentarios de Cierre	

Figura 37. Clasificación arancelaria



Fecha : 12/18/2024

Liquidación

CONTRIBUYENTE:

Número de la liquidación	48246476	Tipo de identificación	RUC	Número de identificación	1004499974001
Nombre o Razón Social	CASTILLO CASTILLO KENY ANDERSON	Ciudad	QUITO	TELEFONO	
Dirección	LEONIDAS PROANO VILLALBA OE9-507 Y SAN CAMILO				

LIQUIDACION ADUANERA:

CONCEPTO		Liquidación de Aduana	Valor liberado	Valor a Pagar	Valor Garantizado	Diferencia a pagar no garantizada
A.	Derechos arancelarios					
	ARANCEL ADVALOREM	535.650	0	535.650		
	ARANCEL ESPECIFICO	0	0	0		
	ANTIDUMPING	0	0	0		
B.	Impuestos					
	FONDIRFA	32.000	0	32.000		
	ICE ADVALOREM	0	0	0		
	ICE ESPECIFICO	0	0	0		
	IVA	1,044.990	0	1,044.990		
C.	Tasas					
	Tasa de Vigilancia Aduanera	0	0	0		
D.	Recargos Arancelarios					
	SALVAGUARDIA	0	0	0		
	SALVAGUARDIA ESPECIFICA	0	0	0		
E.	Intereses					
F.	Multas					
G.	Otros					
	IMPUESTO REDIMBLE A LAS BOTELLAS PLASTICAS NO RETORNABLES	0	0	0		
	TOTAL:	1,512.640	0	1,612.640	0	1,612.640
Fecha/Hora de liquidación		18/12/2024	Fecha máxima de pago	20/12/2024	Banco	
Numero de Garantía			Valor liquidado	1,512.640		
Motivo Liquidación						
Observación:						
Observación de Anulación:						

Figura 38. Liquidación

- Liberación de mercancía

Una vez cancelado el total de tributos que se importó, la aduana tiene la facultad de designar un canal de aforo para las mercancías. Este proceso permite asegurar que los productos importados cumplan con los requisitos y estándares locales establecidos por las normativas de país. Dependiendo de la inspección y clasificación realizada, las mercancías pueden ser liberadas para su distribución o, en su caso, ser objeto de una revisión adicional.



Contecon Guayaquil S.A.

R.U.C.: 0992506717001

Matriz: VIA AL PUERTO MARITIMO AV. DE LA MARINA S/N

TEL: (593) 4606300 (593) 43901700

Guayaquil - Ecuador

Comprobante para pago No. 001-019-000372661

NUM LIQUIDACIÓN 9025001019000372661

EMISIÓN 23/12/2024

VENCIMIENTO 23/12/2024

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Nro. 870

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

EXPORTADOR HABITUAL DE SERVICIOS

CLIENTE

NOMBRE/RAZÓN SOCIAL: CASTILLO CASTILLO KENY ANDERSON

DIRECCIÓN: LEONIDAS PROAÑO VILLALBA OE OES-507 Y SAN CAMILO

CIUDAD: PROVINCIA:

RUC: 1004488974001

OBSERVACIONES

BUQUE: WAN HAI A02

BKIBL: C27E748914 VIAJE: W010/W010 FECHA ARRIBO: 16/12/2024

[1767020895001] - FIERRO RUIZ ALBERTO PATRICIO - 028024100302237

DETALLE DE SERVICIOS				
Código	Descripción	Cantidad	V.Unit.	V.Total
2C60	PROGRAMACION INGRESO ESCANER (EPASS)	1.00	\$5.17	\$5.17
AFOR	OPERACION AFORO / INSPECCION CARGA GENERAL NO CONVENCIONAL M3	2.81	\$1.84	\$5.17
ALCG	ALMACENAJE CARGA GENERAL NO CONVENCIONAL M3	16.86	\$0.46	\$7.76
CFS	PROVISION DE MATERIALES (CFS)	1.00	\$8.14	\$8.14
OCCI	OTORGAMIENTO DE CERTIFICADOS Y/O COPIAS (CERTIFICADO CO2 NEUTRO PUERTO DE CARGA)	1.00	\$8.22	\$8.22
PCGR	PESAJE CARGA GENERAL	1.00	\$6.88	\$6.88
RCGR	RECEPCION / DESPACHO DE CARGA GENERAL NO CONVENCIONAL	2.81	\$4.59	\$12.90
TCFS	TRASLADO DE UNIDADES (CARGA SUELTA)	2.81	\$26.50	\$74.47

Este documento hace referencia a la FACTURA No 001-019-000372661 y no tiene validez legal alguna. La factura autorizada por el SRI la podrá visualizar y descargar en nuestro portal e-billing ingresando al siguiente link: <http://contecongye.e-custodia.com.ec> Debo y pagaré incondicionalmente a la orden de Contecon Guayaquil S.A. en el lugar y fecha que se me reconvenge, el valor total expresado en este documento, más los impuestos legales respectivos en Dólares de los Estados Unidos de América, por los bienes y/o servicios que he recibido a mi entera satisfacción.

SUBTOTAL \$128.71
IVA 0% \$0.00
IVA 15% \$19.31
TOTAL \$148.02

Fecha de generación: 23/12/2024 Fecha de impresión: 23/12/2024 15:41

Figura 39. Llegada de la mercancía

Llegada de la mercancía a las bodegas de SERVITEC en el distrito metropolitano de quito





Figura 40. Mercadería en el almacén

- Instalaciones de la empresa

La empresa SERVITEC actualmente se ha destacado por la comercialización de productos de construcción, por lo tanto, esta empresa se encuentra ubicada en el hogar del propietario, para ello, se ha tomado como referencia los planos de la organización

como se muestra en las siguientes imágenes de la empresa SERVITEC.

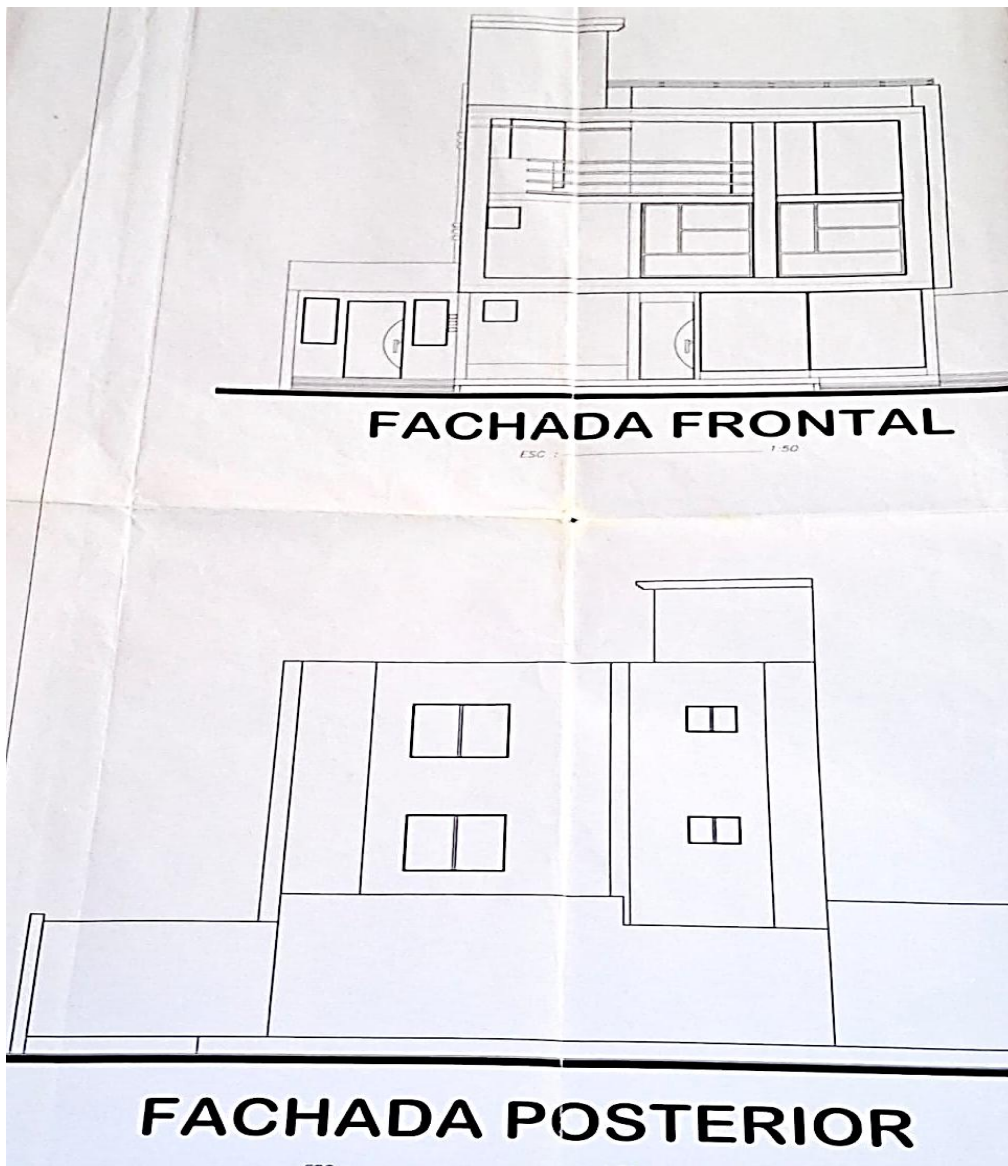


Figura 41. Fachada frontal y posterior

Como se puede identificar la fachada frontal y posterior de la organización es de 2 pisos que se encuentra distribuido según las necesidades de la organización que tiene una longitud de 15 metros.

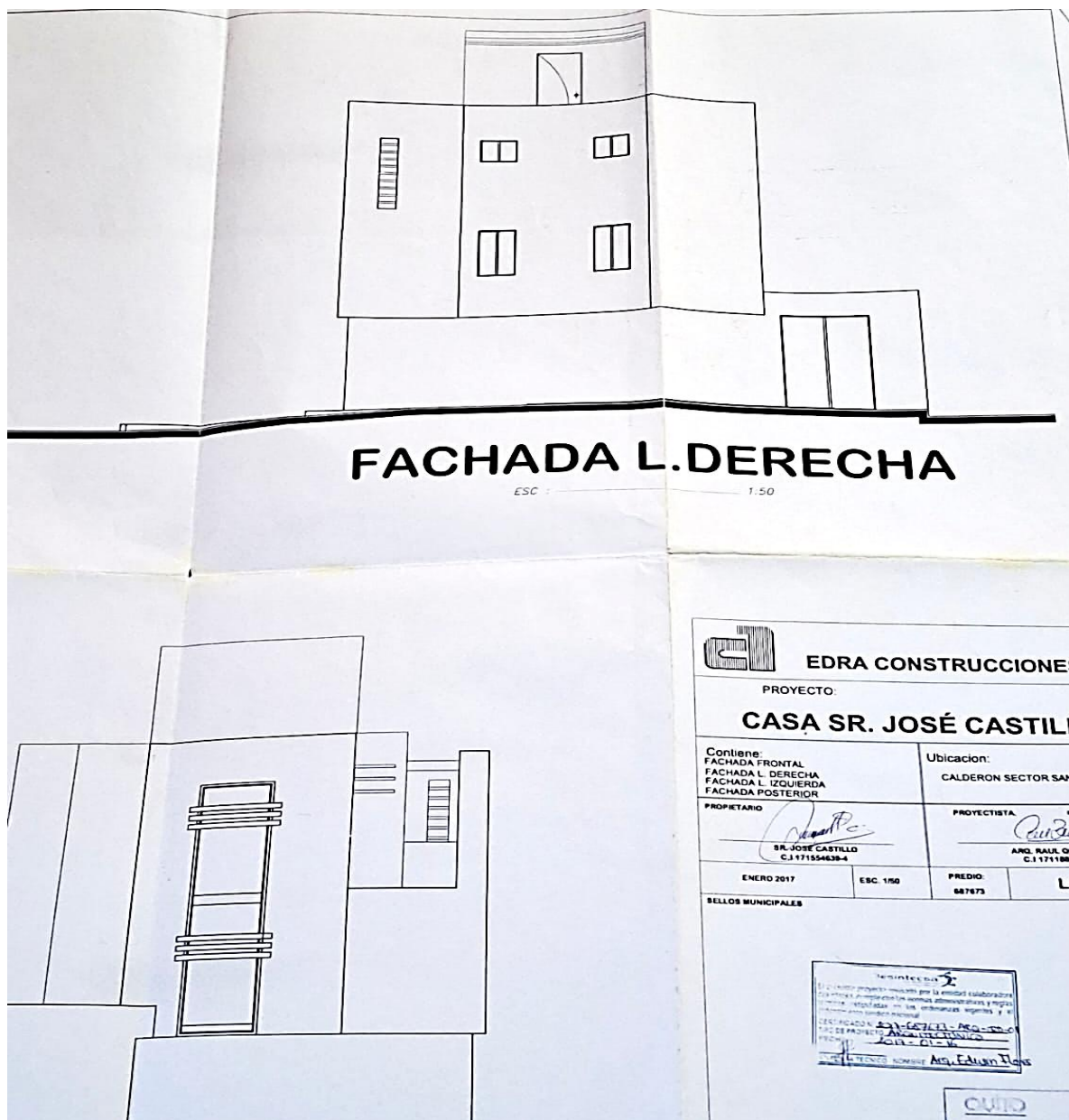


Figura 42. Fachada lado derecho

Con respecto a la fachada lateral derecha se puede identificar que en la planta baja existe un portón de ingreso, esto debido que al interior de esta organización se realizan las actividades de comercialización, es decir, se encuentra almacenada la mercadería, por tal motivo, la fachada lateral derecha tiene una longitud de 18 metros

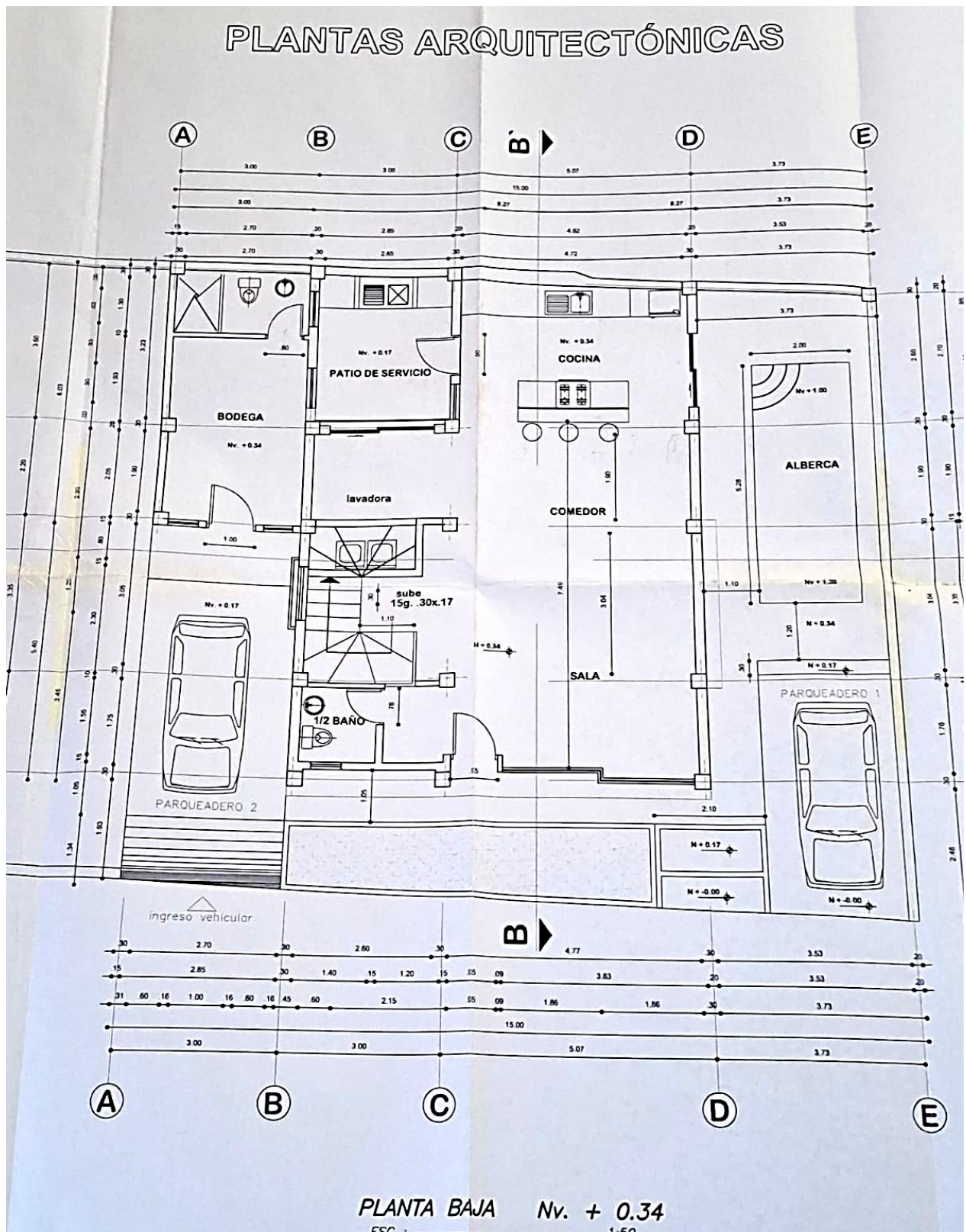


Figura 43. Plantas arquitectónicas

Instalaciones de la bodega de la empresa SERVITEC



Figura 44. Instalaciones de la bodega

VI. EVALUACIÓN FINANCIERA

6.1. INSUMOS

Tabla 32. *Productos para la prestación del servicio*

Nombre	Precio
Aspa metálica	\$30
Platos flotación	\$20
Disco de resina	\$7
Disco de diamante	\$20

6.1.2. SERVICIOS

Tabla 33. *Servicios que ofrece la empresa*

Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta
Alisado de piso	Metros cuadrados	\$1.20
Pulido de piso	Metros cuadrados	\$6,30
Paletado de piso	Metros cuadrados	\$1.10
Desgaste de hormigón	Metros cuadrados	\$3.50
Alisado de piso liso	Metros cuadrados	\$1.40

Como se puede evidenciar la empresa SERVITEC entre los principales servicios que ofrece se encuentran los alisados de piso con pulido, paletado de piso, desgaste de hormigón, para ello, es importante destacar que el costo se lo realiza por cada metro cuadrado en relación de las necesidades de la demanda.

6.2. PROYECCIÓN EN VENTAS

Tabla 34. *Ventas mensuales*

Ventas en \$ Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Alisado de piso	500	600	600	600	600	700	700	1.000	1.000	1.050	1.050	1.050	9.450
Pulido de piso	500	600	600	600	600	700	700	1.000	1.000	1.050	1.050	1.050	9.450
Paletado de piso	500	600	600	600	600	700	700	1.000	1.000	1.050	1.050	1.050	9.450
Desgaste de hormigón	500	600	600	600	600	700	700	1.000	1.000	1.050	1.050	1.050	9.450

Alisado de piso liso	500	600	600	600	600	700	700	1.00 0	1.00 0	1.05 0	1.05 0	1.05 0	9.450
Total, Ventas en Pesos	2.50 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.00 0	3.50 0	3.50 0	5.00 0	5.00 0	5.25 0	5.25 0	5.25 0	47.25 0

Tabla 35. *Proyecciones de ventas anuales*

Ventas en Unidades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ALISADO DE PISOS	9.550	11.460	12.606	13.614	14.704
ALISADO DE PISO LISO	9.550	11.460	12.606	13.614	14.704
PALETEADO DE PISO	9.550	11.460	12.606	13.614	14.704
DESGASTE DE HORMIGON	9.550	11.460	12.606	13.614	14.704
PULIDO DE HORMIGON	9.550	11.460	12.606	13.614	14.704

Con respecto a la proyección de las ventas se tomó como referencia los metros cuadrados por cada servicio, en donde se puede observar que existe un solo valor para todos los meses, esto debido a la inestabilidad del servicio que ofrece la empresa, es decir, no se cuenta con una proyección anual que permita identificar con exactitud anual, mientras tanto, para identificar la proyección anual se ha tomado como referencia la proyección del primer año

6.3. PRODUCCIÓN

Tabla 36. Producción mensual por metros cuadrados

Plan de Producción	Unidad Medida	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL
ALISADO DE PISOS	m2	500	600	600	600	600	700	700	1.000	1.000	1.050	1.050	1.050	9.450
ALISADO DE PISO LISO	m2	500	600	600	600	600	700	700	1.000	1.000	1.050	1.050	1.050	9.450
PALETEADO DE PISO	m2	500	600	600	600	600	700	700	1.000	1.000	1.050	1.050	1.050	9.450
DESGASTE DE HORMIGON	m2	500	600	600	600	600	700	700	1.000	1.000	1.050	1.050	1.050	9.450
PULIDO DE HORMIGON	m2	500	600	600	600	600	700	700	1.000	1.000	1.050	1.050	1.050	9.450

De acuerdo con el plan de producción establecido, se evidencia una capacidad productiva creciente a lo largo del año para los 5 servicios que presta SERVITEC. En el caso del servicio de alisado de pisos, la producción inicia con 500 m2 mensuales y representa un incremento progresivo, alcanzando 1.050 m2 en los últimos meses, lo que permite obtener un total anual de 9.450.

El mismo comportamiento se puede observar en los demás servicios que brinda la empresa, los cuales mantiene una planificación uniforme y constante, alcanzando igualmente una producción anual de 9.450 m2 por cada servicio. Este crecimiento refleja una adecuada planificación operativa, alineada con la expansión progresiva de la demanda y la optimización de los recursos técnicos y humanos.

6.4. VENTAS EN DOLORES

Tabla 37. Ventas en dolores por la prestación de cada servicio

Ventas en \$ Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
ALISADO DE PISOS	\$720	\$720	\$720	\$720	\$720	\$840	\$840	\$1.200	\$1.200	\$1.260	\$1.260	\$1.260	\$11.460
ALISADO DE PISO LISO	\$840	\$840	\$840	\$840	\$840	\$980	\$980	\$1.400	\$1.400	\$1.470	\$1.470	\$1.470	\$13.370
PALETEADO DE PISO	\$660	\$660	\$660	\$660	\$660	\$770	\$770	\$1.100	\$1.100	\$1.155	\$1.155	\$1.155	\$10.505
DESGASTE DE HORMIGON PULIDO	\$2.100	\$2.100	\$2.100	\$2.100	\$2.100	\$2.450	\$2.450	\$3.500	\$3.500	\$3.675	\$3.675	\$3.675	\$33.425
DE HORMIGON PULIDO	\$3.780	\$3.780	\$3.780	\$3.780	\$3.780	\$4.410	\$4.410	\$6.300	\$6.300	\$6.615	\$6.615	\$6.615	\$60.165
Total, Ventas en dólares	\$8.100	\$8.100	\$8.100	\$8.100	\$8.100	\$9.450	\$9.450	\$13.500	\$13.500	\$14.175	\$14.175	\$14.175	\$128.925

6.5. GASTOS

Tabla 38. Gastos en la prestación del servicio

Gastos de Producción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Materias Primas e Insumos	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$7.037	\$7.037	\$10.053	\$10.053	\$10.555	\$10.555	\$10.555	\$96.004
Mano de Obra	\$640	\$640	\$640	\$640	\$640	\$640	\$640	\$640	\$640	\$640	\$640	\$640	\$7.680
Cargas Sociales	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$720
Servicios Básicos	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$240
Mantenimiento Maquinaria	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$480
Seguros	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$720
Varios	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$240
Amortización Bienes de Uso	\$54	\$54	\$54	\$54	\$54	\$54	\$54	\$54	\$54	\$54	\$54	\$54	\$651
Total, Gastos de Producción	\$6.926	\$6.926	\$6.926	\$6.926	\$6.926	\$7.931	\$7.931	\$10.947	\$10.947	\$11.450	\$11.450	\$11.450	\$106.735

Como se puede identificar la empresa Servitec cuenta con varios gastos en la prestación de sus servicios, entre estos se encuentran los gastos de materia prima e insumos, mano de obra, cargas sociales, servicios básicos, mantenimiento de maquinaria, seguro y gastos vario, los cuales se mantienen constantes durante los doce meses de año.

Tabla 39. Proyección de gastos

Gastos de Producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
----------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Materias Primas e Insumos	\$96.004	\$115.205	\$126.725	\$136.863	\$147.812
Mano de Obra	\$7.680	\$8.448	\$9.293	\$10.222	\$11.244
Cargas Sociales	\$933	\$1.026	\$1.129	\$1.242	\$1.366
Servicios Básicos	\$240	\$264	\$290	\$319	\$351
Mantenimiento Maquinaria	\$480	\$528	\$581	\$639	\$703
Seguros	\$720	\$396	\$396	\$396	\$396
Varios	\$240	\$240	\$240	\$240	\$240
	\$0				
	\$0				
Amortización Bienes de Uso	\$651	\$651	\$651	\$651	\$651
Total, Gastos de Producción	\$106.948	\$126.758	\$139.305	\$150.573	\$162.764

Con respecto a los gastos proyectados se puede identificar que en el primer año el total de gastos que realiza la empresa es de 115.946 dólares; mientras que a los 5 años se obtiene un gasto proyectado de 170.283 dólares.

OTROS GASTOS

Tabla 40. Otros gastos

Otros Gastos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Sueldo Gerente	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$5.784
Fletes	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$240
Impuestos y tasas	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70	\$840
sueldo por declaración de sueldo de importador	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20	\$240
	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$482	\$5.784
Total, Otros Gastos	\$1.074	\$1.074	\$1.074	\$1.074	\$1.074	\$1.074	\$1.074	\$1.074	\$1.074	\$1.074	\$1.074	\$1.074	\$12.888

PROYECCIÓN DE OTROS GASTOS

Tabla 41. Proyección de otros gastos

Otros Gastos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos gerente	\$5.784	\$6.362	\$6.999	\$7.699	\$8.468
Fletes	\$240	\$264	\$290	\$319	\$351

Impuestos y tasas	\$840	\$840	\$840	\$840	\$840
suelo por declaración	\$240	\$264	\$290	\$319	\$351
suelo de importador	\$5.784	\$6.362	\$6.999	\$7.699	\$8.468
Gastos de importación	\$0	\$2.716			
Total, Gastos de Producción	\$12.888	\$16.809	\$15.418	\$16.876	\$18.479

COBRANZAS

Tabla 42. Cobranzas

Compras en \$ Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Compras de MP	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$7.037	\$7.037	\$10.053	\$10.053	\$10.555	\$10.555	\$10.555	\$96.004
Pagos al contado	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$7.037	\$7.037	\$10.053	\$10.053	\$10.555	\$10.555	\$10.555	\$96.004
Pagos a 30 días		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos a 60 días			\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos a 90 días				\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos a 120 días					\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos a 150 días						\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos a 180 días							\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$7.037	\$7.037	\$10.053	\$10.053	\$10.555	\$10.555	\$10.555	\$96.004

PAGOS

Tabla 43. Pagos

Compras en \$ Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Compras de MP	\$5.026	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$7.037	\$7.037	\$10.053	\$10.053	\$10.555	\$10.555	\$10.555	\$94.999
Pagos al contado	\$5.026	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$7.037	\$7.037	\$10.053	\$10.053	\$10.555	\$10.555	\$10.555	\$94.999
Pagos a 30 días		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos a 60 días			\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos a 90 días				\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos a 120 días					\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos a 150 días						\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total	\$5.026	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$6.032	\$7.037	\$7.037	\$10.053	\$10.053	\$10.555	\$10.555	\$10.555	\$94.999

6.6. INVERSIONES

Tabla 44. *Inversión del proyecto*

DETALLE DE INVERSIONES	USO DE	Vida Útil en Años	Amortización Anual	Amortización Mensual	Amortización Año 1	Amortización Año 2	Amortización Año 3	Amortización Año 4	Amortización Año 5
FLOOR GLINDER		\$2.817	10	\$281,70	\$23,48	281,7	281,7	281,7	281,7
INDUSTRIAL VACUM CLEAN		\$1.456	10	\$145,60	\$12,13	145,6	145,6	145,6	145,6
DIAMOND DISC		\$590	10	\$59,00	\$4,92	59	59	59	59
RESIN ABRASIVE PAD		\$934	10	\$93,40	\$7,78	93,4	93,4	93,4	93,4
BANDEJA PARA ALLANADORA		\$713	10	\$71,30	\$5,94	71,3	71,3	71,3	71,3
Total, Inversión en Bienes de Uso		\$6.510		\$651	\$54	651	651	651	651

Para la instalación del proyecto fue necesario realizar varias inversiones para brindar el servicio de pulido que ofrece la empresa SERVITEC, entre estos se destaca la maquinaria, equipos, adecuaciones, capital de trabajo permiso, alquileres de energía.

ESTADO DE RESULTADO

Tabla 45. Estado de resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	128.925	154.710	170.181	183.795	198.499
Costo de Ventas	96.004	115.205	126.725	136.863	147.812
Utilidad Bruta	32.921	39.505	43.456	46.932	50.687
Gastos de producción Fijos	10.944,12	11.553,43	12.580,08	13.709,38	14.951,62
Sueldo Gerente	5.784,00	6.362,40	6.998,64	7.698,50	8.468,35
Fletes	240,00	264,00	290,40	319,44	351,38
Impuestos y tasas	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
sueldo por declaración	240,00	264,00	290,40	319,44	351,38
Gasto Importaciones	5.784,00	6.362,40	6.998,64	7.698,50	8.468,35
	-	2.716,00	-	-	-
	-	-	-	-	-
Total, Otros Gastos	23.832,12	28.362,23	27.998,16	30.585,27	33.431,10
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	9.088,85	11.142,93	15.457,53	16.346,87	17.255,61
Utilidad Antes de Impuestos	9.088,85	11.142,93	15.457,53	16.346,87	17.255,61
Impuesto a la Renta	454,44	557,15	772,88	817,34	862,78
Utilidad Después de Impuestos	8.634,41	10.585,79	14.684,65	15.529,52	16.392,83

6.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 46. Punto de equilibrio en unidades y dolares

Equilibrio Unidades	34.567
Equilibrio en Dolares	\$93.331

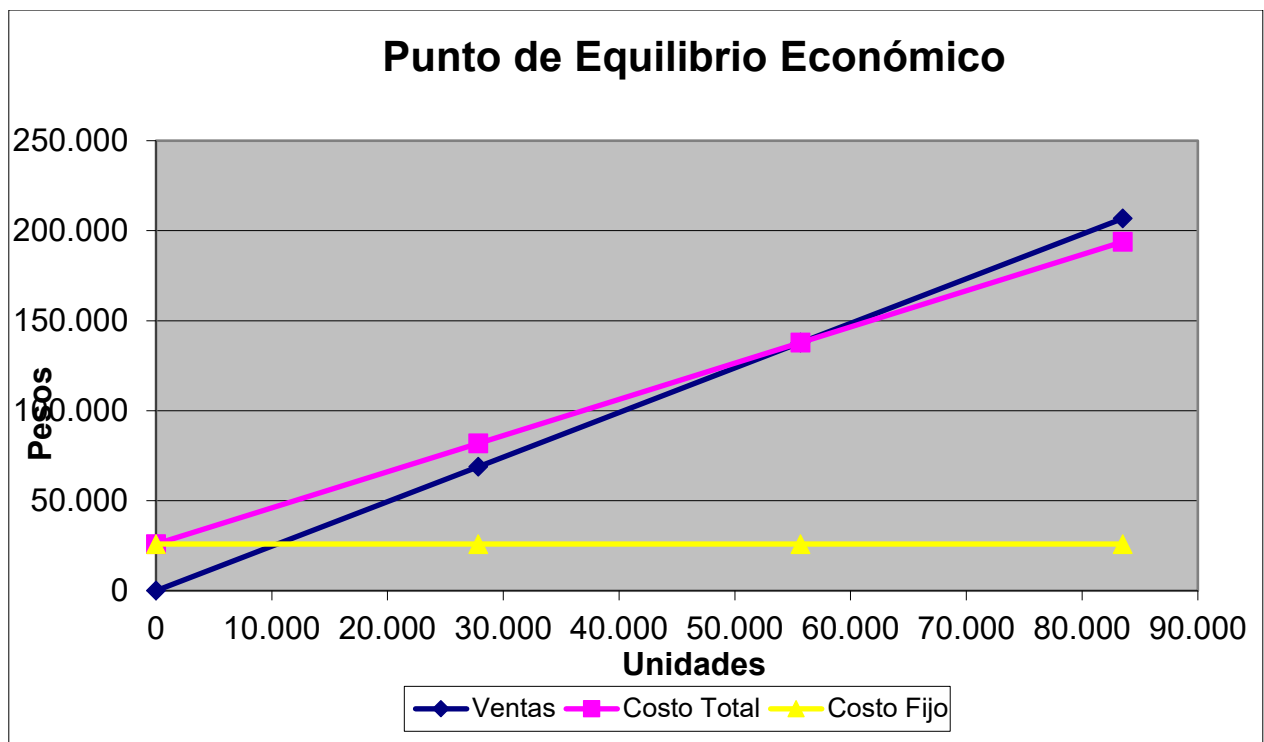


Figura 45. *Punto de equilibrio*

Ahora bien, con respecto al punto de equilibrio se pudo determinar que la empresa SERVITEC empieza a generar ganancias cuando se brinde un servicio superior a los \$55.686 metros cuadrados en la prestación de sus diferentes servicios, o en términos monetarios.

6.9. FLUJO DE CAJA

Tabla 47. Flujo de caja

Flujo de Fondos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Ingresos por Ventas	8.100	8.100	8.100	8.100	8.100	9.450	9.450	13.500	13.500	14.175	14.175	14.175	128.925
Egresos por Compras M.P.	6.032	6.032	6.032	6.032	6.032	7.037	7.037	10.053	10.053	10.555	10.555	10.555	96.004
Sueldos y Cargas													
Producción		640	640	640	640	640	640	640	640	640	640	640	7.040
Administración		482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	482	5.302
Comerciales		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cargas Soc. Producción		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	660
Cargas Soc. Adm. Y Ventas		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Subtotal Sueldos y Cargas	0	1.182	1.182	1.182	1.182	1.182	1.182	1.182	1.182	1.182	1.182	1.182	13.002
Otros Gastos de Producción	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	1.680
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	592	592	592	592	592	592	592	592	592	592	592	592	7.104
Total, Egresos Operativos	6.764	7.946	7.946	7.946	7.946	8.951	8.951	11.967	11.967	12.469	12.469	12.469	117.790
Diferencia Operativa	1.336	154	154	154	154	499	499	1.533	1.533	1.706	1.706	1.706	11.135
													0
Diferencia Ingresos - Egresos	1.336	154	154	154	154	499	499	1.533	1.533	1.706	1.706	1.706	11.135
Aporte del Emprendedor	7.000												

Flujo de Fondos	8.336	8.491	8.645	8.799	8.954	9.453	9.952	11.485	13.018	14.724	16.429	18.135
-----------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------	--------	--------	--------	--------

12.10. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Tabla 48. Estado de resultados

Activo		Pasivo	
Caja	18.134,97	Proveedores	-
Créditos	-	Sueldos y Cargas	1.182,00
Productos Terminados	-	Impuesto a Pagar	454,44
	-	Pasivo Corriente	1.636,44
Activo Corriente	18.134,97		
		Cuentas por Pagar	6.510
		Pasivo No Corriente	6.510
		TOTAL, PASIVO	8.146
		Patrimonio Neto	
Bienes de Uso	6.510	Capital	7.000
Amortización B. de U.	-651	Resultado	8.634
Activo No Corriente	5.859		15.634
Total, Activo	23.993,97	Total, Pasivo + PN	23.780,85

Tabla 49. Flujo de fondos

Flujo de Fondos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	128.925	154.710	170.181	183.795	198.499
Egresos por Compras M.P.	96.004	115.205	126.725	136.863	147.812
Sueldos y Cargas	13.002	15.837	17.421	19.163	21.079
Otros Gastos de Producción	1.680	1.428	1.507	1.594	1.690
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	7.104	10.446	8.419	9.177	10.011
Impuesto a las Ganancias		454	557	773	817
Gastos de importación		6.362			
Total, Egresos Operativos	117.790	149.733	154.630	167.570	181.410
Diferencia Operativa	11.135	4.977	15.551	16.225	17.089
Diferencia Ingresos - Egresos	11.135	4.977	15.551	16.225	17.089
Aporte del Emprendedor	7.000				
Flujo neto	18.135	4.977	15.551	16.225	17.089
Flujo de Fondos Acumulado	18.135	23.112	38.663	54.888	71.978

6.11. EVALUACIÓN FINANCIERA

TASA DE GANANCIA REQUERIDA 30%

Tabla 50. *Flujo del proyecto*

Flujo del Proyecto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos por Ventas		128.925	154.710	170.181	183.795	198.499	
Egresos Operativos		117.790	149.733	154.630	167.570	181.410	
		-6.712	3.433	-11.547	13.598	17.089	
							Residual
Flujo del Proyecto	0	-6.712	3.433	-11.547	13.598	17.089	56.964

Tabla 51. *Indicadores rentabilidad*

Indicadores de la rentabilidad del proyecto	Valor
Tasa Interna de Retorno	35.8%
Valor Actual Neto	\$976

Para determinar la rentabilidad financiera del proyecto fue necesario realizar el cálculo del Valor Actual Neto y la Tasa de retorno, en donde se obtuvo que el TIR es de 35,8%, superando a la tasa de ganancia requerida, en donde se puede determinar que existe un valor rentable para la organización, representando una tasa de retorno alta, mientras que el VAN al ser superior a 0 significa que el proyecto es rentable y viable.

VII. MODELO DE NEGOCIO

Tabla 52. Modelo Canva

Asociaciones clave Fabricantes y exportadores de máquinas para construcción en China. Proveedores internacionales especializados en equipos de pulido y alisado de pisos. Plataformas B2B como Alibaba. Agentes de carga internacional. Agencias de aduana en Ecuador, empresas de transporte terrestres. Instituciones financieras para pagos internacionales, entidades regulatorias como SENA Y ECUAPASS	Actividades clave identificación y evaluación de proveedores internacionales. negociación comercial con fabricantes en China. Gestión de procesos de importación. Coordinación de logística internacional. nacionalización de mercancías. prestación de servicios de alisados y pulido. Recursos clave Bodega de acopio. Maquinaria y equipos. Sede administrativa y operativa. Personal competente. Recursos financieros	Propuesta de valor Equipos duraderos y especializados para el sector de la construcción. Disponibilidad inmediata de insumos para servicios de pulido y alisados de pisos.	Relación con el cliente atención personalizada. Asesoría técnica sobre el uso de maquinaria. Seguimiento posventa. relación directa con empresas constructoras y profesionales del sector Canales Contacto directo con los clientes Canales cortos productor. Intermediario y consumidor Página web empresarial Redes sociales E-commerce	Segmentos de clientes Uribe Schwarzkopf GLS Constructores Semaica constructores Albarez Bravo constructores Marimonte RFS constructores Rosero construye Constructora Cevallos Hidalgo Meneses constructores Ramon Y Figueroa constructora RCV constructora Rivayo Arquitectos Comery constructores Caranza constructores Moncayo y Roggiero Ruba constructores D.Y.U sociedad civil y comercial
Estructura de costes Costos de importación. Fletes marítimos. Seguros de transporte. Aranceles e impuestos de importación. Costos de nacionalización. Transporte interno. Marketing y ventas. Nómina de personal.	Estructura de ingresos Pagos en efectivo y trasferencias bancarias Tarjetas de débito y crédito Venta directa de productos. Alquiler de ciertos productos.			

El modelo de negocio de la empresa SERVITEC se fundamenta en la importación directa de maquinaria e insumos especializados para el sector de la construcción desde el mercado chino hacia Ecuador. Esta estrategia permite reducir la dependencia de proveedores locales y disminuir los costos de adquisición de equipos utilizados en los servicios de alisados y pulidos de pisos industriales. A través de la gestión eficiente de los procesos de comercio exterior, logística internacional y procedimientos aduaneros, la empresa logra abastecer el mercado local con productos de calidad y a precios competitivos. De esta manera, SERVITEC presta servicios especializados en el área de acabados de pisos, generando valor para el sector de la construcción en el Distrito Metropolitano de Quito. Este modelo integra actividades de importación, y prestación de servicios, lo que fortalece la competitividad de la empresa y contribuye a su crecimiento dentro del mercado.

VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. CONCLUSIONES

La empresa Servitec es una organización que se dedica a brindar servicios en la construcción como pisos, galpones, losas, bodegas, entre otros servicios, esta empresa ofrece sus servicio en los acabos de la construcción, por lo tanto, esta empresa pretende posicionarse en el mercado nacional como líder en la prestación de servicios de alisados de pisos y de acabos, para ello, se pretende brindar servicios innovadores para cumplir con las necesidades y expectativas de la demanda y ser reconocido como una empresa.

Con respecto al análisis del mercado la empresa tiene varios competidores que se dedican a la misma actividad comercial, por lo tanto, se pudo identificar que los principales competidores son el Grupo tecnipisos, Rinol Ecuador, Polykret, Alisados de pisos industriales y Endurexppisos, además se considera como competidores indirectos todas las ferreterías por la prestación de servicios similares, considerándose la competencia más fuerte la empresa Grupo Tecnipisos, es una de las empresas con mayor presencia en el mercado; mientras tanto, que los proveedores internacionales son JINING SIHOK MACHINERY., LTD y HENAN IDEAL MACHINERY EQUIPMENT CO., LTD

Mediante el análisis financiero del proyecto se pudo determinar que este emprendimiento es rentable, puesto que presentan proyecciones anuales que cubren los gastos y genera rentabilidad en la empresa SERVITEC, en donde se obtuvo un valor actual neto de 976 dólares y una tasa interna de retorno de 35.8% identificando que este proyecto es viable y genera ganancias, también se pudo determinar mediante el punto de equilibrio que la empresa SERVITEC empieza a generar ganancias cuando se brinde un servicio superior a los 9516 metros cuadrados en la prestación de sus diferentes servicios.

8.2. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la empresa SERVITEC realizar un estudio de mercado que le permita llevar a cabo un proceso de recopilación, análisis e interpretación de la información sobre el mercado de la construcción, de hecho, le permitirá identificar las necesidades y expectativas de los consumidores para establecer estrategias de mercadotecnia que permita crecer en el mercado de la construcción.

Es necesario que la empresa SERVITEC lleve a cabo una evaluación de la competencia y proveedores, esto debido a la inexistencia actual de una matriz que le permita evaluar e identificar a la competencia, de esta manera se podrá realizar estrategias para incrementar la competitividad en el sector de la construcción.

Se recomienda a la empresa llevar a cabo registros contables en los diferentes periodos, debido que en la actualidad no tiene claramente definido sus estados financieros, por tal motivo, mediante estos registros la empresa podrá controlar y documentar todas las transacciones financieras que le permita identificar de manera detallada todos los ingresos, activos, gastos, pasivos y patrimonio.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrionuevo, H. & Fernández, O. (2025). *Análisis de las importaciones por Courier categoría b 4x4, periodo 2021 – 2023. caso Quito Ecuador*. [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Quito-Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/29690/1/TTQ1958.pdf>
- DATOS MACRO. (n.d.). Retrieved 12 10, 2024, from DATOS MACRO: <https://datosmacro.expansion.com/paises/ecuador>
- Ecuavisa (11 de octubre de 2024). *El sector de la construcción del Ecuador registra una contracción del 17%, en el segundo trimestre de 2024*. Ecuavisa. <https://www.ecuavisa.com/noticias/economia/sector-construccion-ecuador-contraccionl-17-segundo-trimestre-2024-KF8142792>
- Google Maps. (2024, abril 4). Google Maps. Retrieved from Google Maps: <https://www.google.es/maps/@-0.101378,-78.4416734,17z?hl=es&entry=ttu>
- Hubspot. (2023, 9 3). Retrieved from hubspot: https://blog.hubspot.es/sales/estrategia-de-crecimiento?utm_source=chatgpt.com
- INEC. (1976, 06 29). *ECUADOR CIFRAS*. Retrieved 02 04, 2026, from EL NUEVO ECUADOR: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Paccha, C. (2023). *Investigación de mercado para la importación y comercialización de repuestos para máquinas en la ciudad de Cuenca*. [Tesis de postgrado, Universidad Politécnica Salesiana], Cuenca-Ecuador. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/26612/1/UPS-CT011045.pdf>
- Quito informa (18 de noviembre de 2024). *Alcalde resalta la inversión de USD 730 millones en obras para los barrios de Quito*. Quitoinforma. <https://www.quitoinforma.gob.ec/2024/11/18/alcalde-resalta-la-inversion-de-usd-730-millones-en-obras-para-los-barrios-de-quito/#:~:text=Quito%2C18%20de%20noviembre%20de,Chico%20el%20fin%20de%20semana.>
- SRI. (2024, ABRIL 4). SRI. Retrieved from SRI: <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/inicio/NAT>
- Villagómez Samaniego, E. P., Trujillo Polo, E. M., Ávila Rosalino, M. P., & Landázuri Usiña, J. P. (2024). Crisis de Gobernabilidad en el Ecuador en el Siglo XXI y sus Impactos en la Balanza Comercial. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 8147-8161. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.10133

X. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa de TIC


UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI


FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CON ENFOQUE EN EMPRENDIMIENTO
TIPO A

ESTUDIANTE:	CASTILLO CASTILLO KENY ANDERSON	CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004499974
PERIODO ACADÉMICO:	2026A	PRESIDENTE TRIBUNAL:	MSC. LUIS ARTURO VELA CEPEDA
DOCENTE:	MSC. OFELIA BEATRIZ REALPE DELGADO	DOCENTE TUTOR:	MSC. JULIO IVAN LÓPEZ CADENA
TEMA DEL TIC:	"Importación de partes y piezas para el sector de la construcción y la expansión de la empresa SERVITEC en el Distrito Metropolitano de Quito"		

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	7.00	Mejorar el planteamiento de la problemática y sustentar
2	ANÁLISIS DEL MERCADO	7.00	Realizar un mejor análisis de mercado para determinar utilice las 5 fuerzas de Porter.
3	PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO/ MODELO OPERATIVO	7.00	Revisar la trazabilidad de la propuesta a mediano operativo o plan de potenciación del proyecto investigado.
4	MARKETING Y VENTAS	7.00	Diseñar un plan de marketing ajustado a lo que va hacer.
5	EVALUACIÓN FINANCIERA	7.00	Reajustar los datos económicos para realizar mejor los estados financieros y la evaluación del proyecto.
6	MODELO DE NEGOCIO	7.00	Falta realizar el modelo de negocio para el emprendimiento.
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7.00	Utilizar de mejor manera el vocabulario técnico utilizado para su argumentación.
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8.00	Revisar algunas partes del documento

Conociendo una nota de: **7,30** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los Investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 66.- De la aprobación de la pre defensa del Informe final de TIC.- El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; al finalizar el proceso de pre-defensa se procederá a levantar el acta correspondiente. En el caso de aprobar con observaciones el estudiante deberá adjuntar el Informe final de cumplimiento de observaciones y recomendaciones emitido por el Tribunal previo a la defensa final en un término máximo de 10 días.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **miércoles, 18 de febrero de 2026**

MSC. LUIS ARTURO VELA CEPEDA
PRESIDENTE TRIBUNAL

MSC. JULIO IVAN LÓPEZ CADENA
DOCENTE TUTOR

MSC. OFELIA BEATRIZ REALPE DELGADO
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del Abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI- FOREIGN AND NATIVE LANGUAGES CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Keny Anderson Castillo Castillo

Fecha de recepción del abstract: 4 de febrero de 2026

Fecha de entrega del informe: Viernes, 6 de febrero de 2026

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según la rúbrica de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9; por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



MA. Martha Viveros
RESPONSABLE CIDEN



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN
AND NATIVE LANGUAGES CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET

NAME: Keny Anderson Castillo Castillo

DATE: Viernes, 6 de febrero de 2026

Topic: "Importación de partes y piezas para el sector de la construcción y la expansión de la empresa SERVIRTEC en el Distrito Metropolitano de Quito".

MARKS AWARDED

QUANTITATIVE AND QUALITATIVE

VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 ☐	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
De	EXCELLENT: 2 ☐	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 ☐	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 ☐	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 ☐	GOOD: 1,5 ☐	AVERAGE: 1 ☐	LIMITED: 0,5 ☐

TOTAL/AVERAGE
9 - 10: EXCELLENT
7 - 8,9: GOOD
5 - 6,9: AVERAGE
0 - 4,9: LIMITED

TOTAL 9

Anexo 3. Encuesta a clientes

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta a clientes

Objetivo: Recopilar información primaria sobre la calidad del servicio prestado por la empresa Servitec para identificar las expectativas de los clientes.

Instrucciones: El presente cuestionario es para fines académicos, por lo tanto, los resultados de esta encuesta servirán únicamente para realizar una investigación académica.

Genero

Masculino ☐ Femenino ☐

Edad

18 a 29 años ☐ 30 a 39 años ☐ 40 a 49 años ☐ 50 a 59 años ☐
60 a 65 años ☐

¿Como evaluaría los servicios de la empresa Servitec?

Excelente ☐ Muy bueno ☐ Bueno ☐ Malo ☐ Muy malo ☐

¿Qué tan satisfecho se encuentra sobre los servicios prestados por la empresa SERVITEC?

Totalmente satisfecho ☐ Satisfecho ☐ Ni satisfecho, ni insatisfecho ☐
Insatisfecho ☐ Totalmente insatisfecho ☐

¿Con respecto a los precios del servicio le parecen accesibles?

Si ☐ No ☐

¿El tiempo de entrega del servicio se estableció según el contrato establecido previamente?

Totalmente satisfecho Satisfecho Ni satisfecho, ni insatisfecho
Insatisfecho Totalmente insatisfecho

¿Como evalúa el profesionalismo de los trabajadores en la prestación del servicio?

Excelente Muy bueno Bueno Malo Muy malo

¿Cómo calificaría la calidad del servicio recibido?

Excelente ☐ Muy bueno ☐ Bueno ☐ Malo ☐ Muy malo ☐

Gracias por su colaboración

Anexo 4. Encuesta a la demanda de la construcción

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Encuesta a la demanda de la construcción

Objetivo: Recopilar información primaria a la demanda de la construcción para identificar sus gustos necesidades

Instrucciones: El presente cuestionario es para fines académicos, por lo tanto, los resultados de esta encuesta servirán únicamente para realizar una investigación académica.

Genero

Masculino ☐ Femenino ☐

Edad

18 a 29 años ☐ 30 a 39 años ☐ 40 a 49 años ☐ 50 a 59 años ☐
60 a 65 años ☐

¿Dónde adquiere los servicios para los acabos de construcción?

Empresas constructoras ☐ Especialistas y profesionales ☐

Proveedores y distribuidos ☐

¿Cuáles son los factores que usted toma en cuenta para adquirir los servicios para los acabos de construcción?

Calidad ☐ Precio ☐ Variedad ☐ Promoción ☐

¿Usted adquiriría los servicios de acabos de construcción en la empresa Servitec?

Si ☐ No ☐

¿Con que frecuencia lo haría?

Siempre ☐ Casi siempre ☐ A veces ☐ Rara vez ☐ Nunca ☐

¿Poque medio le gustaría informarse sobre los servicios de la empresa Servitec?

Televisión/radio ☐ Redes sociales ☐ Prensa ☐ Vallas publicitarias ☐

¿Qué tipo de promoción le gustaría que realice la empresa Servitec?

Descuentos ☐ Cupones ☐ Promoción 2x1 ☐

Gracias por su colaboración

Anexo 5. Evidencia fotográfica del servicio de alisado



Anexo 6. Levantamiento de información a empresas productoras

