



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
“ENCI”

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

PLAN DE EXPORTACIÓN DE SACOS DE LANA HECHOS A MANO DE LA
EMPRESA TEEN NEW YORK HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Negocios Internacionales E.1

AUTOR: Cinthia Carolina Pineda Conteron
ASESOR: Mgs. Verónica Carrera

IBARRA, MARZO – 2018

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Ibarra, 02 de marzo de 2018

Mgs. Verónica Carrera

ASESORA

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f):

Mgs. Verónica Carrera

C.C.: 1717152506

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): 

Mgs. Verónica Carrera

C.C.: 1717152506

(f):

.....

C.C.:

(f):

.....

C.C.:

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Cinthia Carolina Pineda Conteron, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

Ibarra, 2 de marzo de 2018



f):

Cinthia Carolina Pineda Conteron

C.C.: 1002576765

AUTORÍA

Yo, Cinthia Carolina Pineda Conteron portador de la cédula de ciudadanía N° 1002576765, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del autor, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.



f):

Cinthia Carolina Pineda Conteron

C.C.: 1002576765

RESUMEN EJECUTIVO

Este estudio se define el procedimiento de exportación para internacionalizar los productos de la empresa Teen New York al mercado estadounidense, por medio de entrevistas a las empresas de transporte de carga que existe en la ciudad de Otavalo, quienes establecieron los principales requerimientos para ingresar el producto a dicho mercado, las temporadas en las cuales se realiza la exportación, los medios de transporte y las cantidades que se envían en un contenedor por transporte marítimo. Además, a través de clientes en el mercado meta se investigó los precios en termino FOB en el incoterm de los productos, así como también las formas de pago, gustos y preferencias de los consumidores, competencia y logística que estos utilizan.

El plan de exportación plasma una descripción de la empresa y la planificación estratégica realizada para la misma, la estructura organizacional y los manuales de funciones respectivos para cada una de las áreas administrativas y operacionales de Teen New York; además, se determina la capacidad de producción de la empresa, se analiza la rentabilidad de la empresa en la exportación de sacos de lana cumpliendo con la normativa laboral vigente, se identificó el costo de producción de cada exportación, es decir cuánto se invierte en materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación con el propósito de realizar una evaluación financiera del proyecto.

PALABRAS CLAVE:

Exportación

Incoterms

Otavalo

Normativa

Fabricación

ABSTRACT

In this study the export procedure was defined to internationalize the products of the company Teen New York to the USA market, through interviews in the cargo transportation companies that exist in the city of Otavalo, they established the main requirements to enter the market. Product to the market, the seasons in which the export takes place, the means of transport and the quantities that are sent in a container by maritime transport. In addition, customers in the target market researched prices in Fob terms in the incoterm of the products, as well as the forms of payment, tastes and preferences of consumers, competition and logistics that they use.

The export plan includes a description of the company and the strategic planning carried out for it, the organizational structure and the manuals of respective functions for each of the administrative and operational areas of Teen New York; In addition, the production capacity of the company is determined, the profitability of the company in the export of wool sacks is analyzed, complying with current labor regulations, the cost of production of each export was identified, that is, how much is invested in the matter premium, labor and indirect manufacturing costs for the purpose of making a financial evaluation of the project.

KEYWORDS:

Exportation

Incoterms

Otavalo

Regulations

Fabrication

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Antonio Pineda y Carmen Conteron, por siempre apoyarme moral y económicamente. A mis hermanas Rosanna Pineda y Toa Pineda, a mis cuñados Nahkee Cabascango y Víctor Lema por el apoyo brindado y por darme la fuerza necesaria para culminar todas mis metas.

AGRADECIMIENTO

Agradezco mucho a Dios por darme la oportunidad de culminar con este proyecto. Agradezco a todas las personas que me ayudaron durante este proceso, Ing. Carrera e Ing. Coronel, gracias por su tiempo y por toda la sabiduría brindada.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
AUTORÍA	v
RESUMEN EJECUTIVO	vi
ABSTRACT	vii
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE DE CONTENIDOS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS	xviii
INDICE DE ANEXOS	xix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
MARCO TEÓRICO	3
1.1. LA EMPRESA	3
1.1.1 Tipos de empresas.....	4
1.1.2 Internacionalización de empresas.....	7
1.1.3 Tipos de internacionalización	8
1.2. PLAN DE EXPORTACIÓN.....	9
1.2.1 Definición	9
1.2.2 Características	10
1.2.3 Estructura.....	11
1.2.4 Importancia del plan de exportación	13

1.3.	PROCESOS DE EXPORTACIÓN	14
1.3.1	Definición de exportación	14
1.3.2	Pasos para exportar	15
1.4.1	Incoterms	19
1.5.	PRODUCCIÓN TEXTIL DE SACOS DE LANA	21
1.5.1	Definición	21
1.5.2	Sacos de la de Oveja	21
1.5.3	Proceso de producción	22
1.5.4	Sacos de lana en Otavalo	23
1.6.	MERCADO DE ESTADOS UNIDOS	24
1.6.1	Mercado de Nueva York	24
	CAPÍTULO II	27
	DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO.....	27
2.1	ANTECEDENTES	27
2.2	OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS.....	28
2.2.1	Objetivo General	28
2.2.2	Objetivos Específicos.....	28
2.3	Variables del Diagnóstico	28
2.4	Indicadores.....	28
2.5	Matriz de Relación.....	30
2.6	Mecánica Operativa	31
2.6.1	Identificación de la población	31
2.6.2	Determinación de la Muestra	31
2.6.3	Información Primaria	33
2.6.4	Encuesta	33
2.6.5	Entrevista	34

2.6.6	Información Secundaria	35
2.7	Tabulación y Análisis de la oferta y demanda	35
2.7.1	Encuesta realizada a los 194 propietarios de los talleres artesanales	35
2.7.2	Entrevistas	51
2.8.	Aspectos relevantes del estudio de mercado	56
2.8.1.	Estructura de mercado	56
2.8.2	Competitividad del mercado (5 fuerzas de Porter).	58
2.8.3	Análisis del mercado de estadounidense	61
2.8.4	Requisitos documentales de ingreso de mercancías a USA.....	67
2.9.	Análisis de las exportaciones de sacos de lana	68
2.10.	Exportaciones de sacos de lana de Ecuador al mundo.....	69
2.10.1	Análisis de la Demanda de sacos de lana.....	70
2.11.	Balanzas comerciales de los sacos de lana.....	72
2.11.1	Balanza comercial de Ecuador (En miles de dólares).....	72
2.11.2	Balanza comercial de Estados Unidos	73
2.12.	Matriz F.O.D.A.	74
2.12.1	Fortalezas	74
2.12.2	Oportunidades.....	74
2.12.3	Debilidades	74
2.12.4	Amenazas	75
2.13.	Cruce Estratégico FA, FO, DO, DA.	75
2.13.1	Estrategia FO	75
2.13.2	Estrategia FA	75
2.13.3	Estrategia DO.....	76
2.13.4	Estrategia DA	76
2.14	Determinación del Problema de Diagnóstico	77

CAPITULO 3	78
PLAN DE EXPORTACIÓN.....	78
3.1 Resumen Ejecutivo	78
3.1.1 Propósito del Plan.....	78
3.1.2 Perfil de la empresa	79
3.2 Requerimientos Financieros.....	80
3.2.1 Detalle de la Inversión Fija.....	80
3.2.1 Total Inversión Fija.....	81
3.2.2 Detalle de la Inversión Variable.....	81
3.2.3 Costos de producción	81
3.2.4 Gastos Administrativos	82
3.2.5 Gastos de Exportación.....	82
3.2.6 Capital de Trabajo.....	84
3.2.7 Estructura del Financiamiento.....	85
3.3 Localización de la Microempresa.....	86
3.3.1 Macrolocalización.....	86
3.3.2 Micro localización.....	86
3.4 Datos Generales de las Actividades de la Empresa	86
3.4.1 Productos.....	86
3.4.2 Características y usos del producto	87
3.4.3 Capacidad de producción:	87
3.4.4 Flexibilidad para la producción.....	89
3.5.2 La misión.....	89
3.5.3 La visión y los valores	90
3.5.4 Nuestros valores	90
3.5.5 Objetivos empresariales.....	90

3.5.6	Organización	91
3.5.7	Manual de Funciones.....	92
3.6	Actividades de Comercialización y Estrategias	95
3.6.1	Estrategia de producto	95
3.8	Punto de Equilibrio	99
3.8.1	Punto de Equilibrio en Unidades Físicas.....	99
3.8.2	Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias	99
3.9	Flujo del proceso de exportación	103
3.9.1	Documentos de acompañamiento.....	104
3.9.2	Documentos de soporte	104
3.10	Información financiera.....	108
3.10.1	Presupuesto de egresos	108
3.10.2	Costos de producción.....	108
3.10.3	Presupuesto de costos.....	109
3.10.4	Gastos operativos	109
3.10.5	Gastos Administrativos	112
3.10.6	Presupuesto de Gastos Administrativos	112
3.10.7	Gastos de exportación	112
3.10.8	Presupuesto de gastos de exportación	113
3.10.9	Presupuesto de depreciaciones.....	113
3.10.10	Presupuesto de amortizaciones.....	113
3.10.11	Total Presupuesto de Gastos.....	113
3.10.12	Determinación del Gasto Unitario	114
3.10.13	Presupuestos de ingresos.....	114
3.10.14	Presupuesto de Ingresos	114
3.10.15	Estado de resultados	114

3.10.16. Flujo de caja.....	115
3.11. EVALUACIÓN FINANCIERA	116
EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO	120
CONCLUSIONES	121
RECOMENDACIONES	122
GLOSARIO DE TÉRMINOS	123
FUENTES DE INFORMACIÓN	124
ANEXOS	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estructura del plan de exportación	11
Tabla 2 Selección de los mercados potenciales	12
Tabla 3 Criterios para ingreso en los mercados.....	12
Tabla 4. Matriz de Relación diagnóstica	30
Tabla 5 Fórmula para el cálculo de la muestra	32
Tabla 6. Materia Prima de Sacos de Lana	35
Tabla 7. Herramientas para Fabricar Artesanías Textiles	37
Tabla 8. Personal del Taller	39
Tabla 9. Promedio de Producción Mensual	41
Tabla 10. Forma de Costeo en el Taller Artesanal	43
Tabla 11. Calidad de los Productos	45
Tabla 12. Tiempo en Vender un Saco de Lana.....	47
Tabla 13. Precio de Venta Aproximado.....	49
Tabla 14. Fortalezas y Debilidades	50
Tabla 15. Información de Estados Unidos	61
Tabla 16. Exportaciones de Sacos de Lana de Estados Unidos.....	68
Tabla 17. Exportaciones de Sacos de Lana de Ecuador	69
Tabla 18. Importación de Sacos de Lana del Ecuador.....	71
Tabla 19. Importación de Sacos de Lana de Estados Unidos.....	72
Tabla 20. Tabla de Balanza Comercial de Ecuador	72
Tabla 21. Balanza Comercial de Estados Unidos	74
Tabla 22. Utensilios y Accesorios	80
Tabla 23. Maquinaria	80
Tabla 24. Total de la Inversión Fija	81
Tabla 25. Costos de Producción	82
Tabla 26. Gastos Administrativos.....	82
Tabla 27. Costos de Exportación	83
Tabla 28. Capital de Trabajo	84
Tabla 29. Total Inversión.....	85

Tabla 30. Estructura de Financiamiento.....	85
Tabla 31. Capacidad de Producción de Sacos de Lana	88
Tabla 32. Determinación del Costo FOB.....	98
Tabla 33. Costos de Producción	108
Tabla 34. Presupuesto de Costos	109
Tabla 35. Sueldos del Personal	109
Tabla 36. Presupuesto Rol de Pagos Año 1	110
Tabla 37. Presupuesto Rol de Pagos Año 2	110
Tabla 38. Presupuesto Rol de Pagos Año 3	110
Tabla 39. Presupuesto Rol de Pagos Año 4	111
Tabla 40. Presupuesto Rol de Pagos Año 5	111
Tabla 41. Proyección Anual de Salarios	111
Tabla 42. Gastos de Administración	112
Tabla 43. Presupuesto de Gastos Administrativos.....	112
Tabla 44. Gastos de exportación	112
Tabla 45. Presupuesto de Gastos de Exportación	113
Tabla 46. Presupuesto Depreciaciones	113
Tabla 47. Presupuesto Amortizaciones.....	113
Tabla 48. Total Presupuesto de Gastos.....	113
Tabla 49. Determinación del Gasto Unitario.....	114
Tabla 50. Determinación del Precio de Exportación	114
Tabla 51. Presupuesto de Ingresos	114
Tabla 52. Estado de Resultados	114
Tabla 53. Flujo de Caja	115
Tabla 54. Valor Presente Neto	117
Tabla 55. Tasa Interna de Retorno	118
Tabla 56. Costo / Beneficio	119
Tabla 57. Período de Recuperación.....	119
Tabla 58. Evaluación Financiera del Proyecto	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Incoterms 2010	20
Figura 2. Cadena Productiva de la Lana de Oveja.....	22
Figura 3. Bandera y Escudo de Nueva York	24
Figura 4. Principales Países Exportadores	25
Figura 5. Principales Países Exportadores	26
Figura 6. Lugar de Compra de Materia Prima	36
Figura 7. Cantidad de Maquinas en los Talleres	38
Figura 8. Tipos de Artesanías que Produce	40
Figura 9. Composición de los Colores	42
Figura 10. Conocimiento de Comercio Exterior.....	44
Figura 11. Tipo de Producto que Vende en su Taller Artesanal.....	46
Figura 12. Capacidad de Exportar al Mercado Internacional	48
Figura 13 Cinco Fuerzas de Porter	58
Figura 14. Barreras Arancelarias	67
Figura 15. Exportaciones de Sacos de Lana de Estados Unidos.....	69
Figura 16. Exportación de Sacos de Lana de Ecuador	70
Figura 17. Balanza Comercial de Sacos de Ecuador	73
Figura 18. Mapa de Imbabura.....	86
Figura 19. Logotipo Teen New York.....	89
Figura 20. Organigrama	91
Figura 21 Marcado de cajas.....	96
Figura 22 Pictogramas	97
Figura 23. Incoterm FOB.....	102
Figura 24. Proceso de Exportación	103

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Formato de encuesta	129
Anexo 2. Entrevistas	132
Anexo 3 Costos de producción	145
Anexo 4 Tabla de Amortización	146
Anexo 5 Balance General 2017	147
Anexo 6. Declaración Aduanera de Exportación	148
Anexo 7 Tabla de impuesto a la renta.....	150
Anexo 8 Fotos de productos	151
Anexo 9 Anteproyecto del Plan de Exportación de Sacos de Lana.....	1513

INTRODUCCIÓN

La empresa Teen New York es una empresa familiar ubicada en el cantón Otavalo que se dedica a la venta y comercialización de textiles dado que el mercado local limita la rentabilidad por lo cual se ha visto indispensable buscar otros mercados. Por lo que, el presente proyecto de investigación responde a la necesidad de encontrar un nuevo nicho de mercado y generar la rentabilidad deseada.

El siguiente trabajo de investigación está estructurado en tres capítulos que se resumen a continuación:

En el capítulo uno se hace referencia al marco teórico, aquí se establece la bibliografía e información que se utilizó para desarrollar la presente investigación, esta información se encuentra en base a datos de las características de las empresas en general, el mercado de sacos de lana en Otavalo y los componentes de un plan de exportación.

El capítulo dos establece un diagnostico situacional sobre la producción de los sacos de lana y el potencial exportador de la empresa Teen New York al mercado estadounidense, la información se obtuvo a través de encuestas a los productores de sacos de lana pertenecientes a la asociación UNAIMCO de la ciudad de Otavalo. Las entrevistas se las realizó a empresas de carga, a posibles clientes en Estados Unidos y al dueño de la empresa. Además, se realizó un estudio de mercado de los sacos de lana para el mercado estadounidense, diseñando un análisis FODA y su respectivo cruce estratégico, para finalmente diagnosticar el problema.

Para el capítulo tres se plantea la propuesta de exportación. Se menciona el perfil de la empresa exportadora en el que consta una breve descripción; de la historia de la empresa, la localización, la propuesta estratégica, la organización y sus operaciones. Posteriormente se menciona las actividades generales de exportación en el que se incluye todo el proceso de exportación y la documentación necesaria para dicho proceso. Conjuntamente se estableció las estrategias competitivas para

el producto, la identificación de necesidades y disponibilidad de recursos y se plantea la información financiera del proyecto.

Para finalizar, se establecen las conclusiones y recomendaciones producto del presente proyecto de investigación considerando la transcendencia en el desarrollo económico de la región.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. LA EMPRESA

La empresa se da origen a partir de los pueblos, ya que son personas que tienen necesidades, entonces nace lo actualmente conocidas como empresas, las cuales trabajan con el único propósito de satisfacer las necesidades que a raíz del crecimiento de la humanidad y el avance de la tecnología van surgiendo nuevas insuficiencias que la sociedad tiene, ya sean económicas o sociales en diversas etapas que constituyen una ruta hacia nuevas formas de progreso, las cuales se van adecuando a la sociedad o pueblos (Rodríguez Valencia, 2011). Esto es un resumen en general sobre cómo surgió lo hoy conocido como empresa; a continuación, se profundizará sobre la evolución histórica de la empresa:

Mercantilismo

En el siglo XVII Y XVIII se instauró el capitalismo mercantil, teniendo como principal objetivo el comercio, como su principal actividad económica. Fue en esta época que se dio inicio a la empresa comercial, la cual se encargaba del comercio internacional, también en esta misma época se basaba en la actividad bancaria. Según las destacadas investigaciones realizadas por (Jiménez, 2012). Se dice que la empresa tiene grandes evoluciones conforme avanza el tiempo y se ha ido dando cambios de acuerdo con las necesidades que aparecen en la sociedad.

Capitalismo industrial

En el siglo XIX se dio a conocer principalmente por la Revolución industrial, la cual dio inicio a buscar una nueva actividad económica para mejorar la calidad de vida de las personas, fue así que en esta época se originó las empresas industriales, como eran fábricas en las cuales fomentaban el empleo, ya que las fábricas necesitaban de operarios que manejen las máquinas manuales, lo que provocó una mejoría en la economía del pueblo. Según mencionó Jiménez (2012), en su

investigación realizada, se puede ver que según va pasando el tiempo las empresas están en constante cambio de acuerdo a los nuevos servicios o productos.

Capitalismo financiero

A inicios del siglo XX Jiménez (2012) afirma: “La empresa deja de ser exclusivamente una unidad de producción para convertirse en una unidad financiera” (págs. 7-8). Esta empresa aparece bajo las circunstancias de expandir las empresas existentes, con la finalidad de aumentar la producción, por lo cual varias de las mismas necesitaban capital, por lo cual inicio las financieras, las cuales otorgaban préstamos para ampliar las respectivas producciones.

La empresa en la actualidad

La empresa en la actualidad forma parte de un papel importante, gracias a los efectos de la globalización y de los avances tecnológicos, los cuales han hecho que las empresas día a día busquen mejorar y ampliar su capital, con el propósito de tener mayor producción y así brindar productos de calidad a la sociedad pensando en mejorar el futuro económico.

De acuerdo a (Sassen, 2007) la globalización como la interdependencia económica, comercial y financiera de múltiples países en el mundo, obliga a las empresas a incrementar sus transacciones comerciales internacionales para adquirir bienes y servicios según las tendencias de los mercados.

1.1.1. Tipos de empresas

La empresa se clasifica en algunos grupos de acuerdo a algunos criterios que dependiendo de los científicos mantienen para clasificar los tipos de empresa según lo manifiesta (Thompson, 2006) a continuación se detallara la clasificación de la empresa.

Según el Sector de Actividad:

Empresas del Sector Primario. - Son aquellas empresas delegadas de operar la manufacturación de los recursos obtenidos directamente de la naturaleza como lo es de la caza, pesca, agricultura, ganadería, de las actividades como la extracción de petróleo, agua mineral entre otros.

Empresas del Sector Secundario o Industrial. - Se refiere a las empresas que tienen como principal función la transformación e industrialización de la materia prima obtenidas del sector primario fundamentada en cinco pilares como son: la artesanía, la industria, obtención de la energía, la construcción y la minería.

Empresas del Sector Terciario o de Servicios. - Son aquellas empresas encargadas de generar servicios con la finalidad de satisfacer las necesidades de la sociedad entre las principales empresas tenemos: los bancos, empresas de transporte, comercio, seguros, educación, restaurantes, entre otras.

Según el Tamaño:

Grandes Empresas. - Su principal función es manejar grandes capitales y financiamientos por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son en grandes millones y posee gran cantidad de empleados de acuerdo al tamaño de la empresa con el objetivo de brindar servicio de calidad a la sociedad.

Medianas Empresas. - Son aquellas empresas las cuales tienen limitantes de capital, dimensiones, ocupaciones y funciones.

Pequeñas Empresas. - Son aquellas entidades las cuales son creadas para obtener rentabilidad las mismas que en las ventas anuales no deben exceder un límite de dinero al igual tiene límite de personas que la conforman.

Según la Propiedad del Capital:

Empresa Privada. - Se caracteriza por ser de propiedad privada en la cual durante su desarrollo y crecimiento no interviene el estado, las entidades públicas en la toma de decisiones para beneficio de la empresa.

Empresa Pública. - Es aquella empresa la cual el Estado se encarga de anejar el capital de la empresa es decir es propiedad del Estado el mismo que puede ser nacional, provincial o municipal.

Empresa Mixta. - Es aquella empresa que en su totalidad no es privada ya que para el correcto funcionamiento tiene financiamiento del Estado por lo cual es de propiedad compartida.

Tipos de empresas ecuatorianas

Los tipos de empresas en el Ecuador según el tamaño se dividen en las siguientes categorías, mediante (CAPEIPI, 2012) manifiesta:

Microempresas: emplean hasta 10 trabajadores, y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) puede ir hasta 20 mil dólares.

Talleres artesanales: se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios y un capital fijo de 27 mil dólares.

Pequeña Industria: puede tener hasta 50 obreros

Mediana Industria: alberga de 50 a 99 obreros, y el capital fijo no debe sobrepasar de 120 mil dólares.

Grandes Empresas: son aquellas que tienen más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos.

CALIFICACIÓN ARTESANAL

Para conocer sobre la calificación artesanal es necesario tener conocimientos sobre que es el artesano según lo manifiesta (JNDA, 2014):

Es conocido como ARTESANO, al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, será calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano a los Maestros de Taller o Artesanos Autónomos (JNDA), desarrolle su actividad artesanal, con o sin operarios (15) y aprendices (5), y que hubiera invertido en su taller

implementos, maquinaria y materia prima, una cantidad que no supere el (25%) del capital fijado para la pequeña industria, es decir el \$87.500. La JNDA a través de la Unidad de Calificaciones otorga el certificado de calificación artesanal, en las 164 ramas artesanales determinadas en el Reglamento de Calificaciones y Ramas de Trabajo, divididas en ramas de producción y servicio.

Luego de conocer a quien se llama artesano es necesario conocer los requisitos para adquirir la calificación artesanal y sus beneficios, según lo manifiesta (JNDA, 2014):

Requisitos personales:

Se tiene tener en cuenta dos principios importantes para ser considerado como artesano:

La actividad sea eminentemente artesanal

La dirección y responsabilidad del taller esté a cargo del Maestro de Taller

Requisitos generales y legales

Copia Cédula Identidad

Copia Certificado de votación (hasta 65 años)

Foto carné actualizada a color

Tipo de sangre

Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.

1.1.2. Internacionalización de empresas

La internacionalización de una empresa es el comienzo hacia nuevas fronteras teniendo en cuenta diferentes factores, como pueden ser competitivos, por cuestiones de competencia doméstica o internacional, o presiones impositivas elevadas, también es importante resaltar que depende mucho de las metas

propuestas, presiones impositivas elevadas, reducción del mercado u otros factores como la toma de decisión. La internacionalización de empresas nacionales es una solución a la sobre producción existente en el país de origen, como se puede ver en el caso de Ecuador no cuenta con la tecnología necesaria para la industrialización de la materia prima y los recursos con los que cuenta el país por lo cual varias de las personas productoras de los recursos naturales se ven obligados a buscar nuevos destinos para dar a conocer el producto o servicio, donde si cuentan con todos los equipos necesarios para el proceso de industrializaciones de productos derivados y principalmente nuevos para los mercados internacionales. Según lo afirma: (Villalobos, 2012). La internacionalización es la mejor opción de llegar a diferentes mercados mediante la producción de productos de calidad los cuales puedan competir con grandes empresas productoras de diferentes países.

La internacionalización del mercado interno es un término el cual determina la situación al que responde a un control creciente del sistema económico de las naciones que dependen de las grandes unidades productivas monopolistas internacionales con las que cuenta cada nación. En la actualidad la situación sobre el desarrollo dependiente no sólo supera la oposición tradicional entre los términos progreso y dependencia, sino que además permite aumentar el crecimiento y mantener los lazos de dependencia y de esta manera apoyar políticamente al sistema de alianzas trabajando en un beneficio común como lo es aumentar la rentabilidad de la empresa y de esta manera brindar fuentes de trabajo con la finalidad de mejorar la calidad de vida de cada una de las personas que se encuentran buscando nuevas estrategias de comercialización de los productos hasta llegar a internacionalizarse .

1.1.3. TIPOS DE INTERNACIONALIZACIÓN

Existen diferentes tipos de internacionalización empresarial, se debe recordar que la exportación no es la única opción de expansión para las empresas que están dispuestas a arriesgar para agrandar y darse a conocer en mercados extranjeros. Según lo define (EAE, 2015):

Exportación: es una solución de internacionalización muy flexible, aunque tiene un inconveniente, no apto para muchos, debido a la baja capacidad de control que implica.

Intermediación: se plantea como la opción más natural para bastantes negocios al asegurar el control compartido, derivado de la partición de la propiedad; que tiene ventajas como la solidaridad frente a los riesgos.

Internacionalización jerarquizada: un modelo muy rígido que permite ejercer un control casi absoluto, aunque puede conllevar distintos tipos de dificultades relacionadas con la fiscalidad y la normativa aplicable.

1.2. PLAN DE EXPORTACIÓN

1.2.1. Definición

El plan de exportación es un requisito necesario para realizar la exportación de cualquier tipo de producto de manera correcta y cumpliendo con cada una de las exigencias de acuerdo al país de exportación, para lo cual vamos a conocer mediante Global negotiator (2017), afirma: “El plan de exportación es una herramienta imprescindible para cualquier empresa que quiera iniciar o consolidar su posición en mercados exteriores” (pág. 1). El plan tiene como objetivo dar respuestas algunas interrogantes que el exportador se realiza antes de tomar la decisión más importante como lo es exportar ya que implica de gran responsabilidad las mismas que pueden ser:

¿Cómo seleccionar el mercado y accesibilidad de ingreso al país?

¿Cuál es la forma más adecuada de ingreso o comercialización al mercado?

¿Qué debe cumplir y que recursos son necesarios para cumplir con las metas de rentabilidad y ventas?

Anteriormente se identificó algunas de las interrogantes principales que se debe hacer una persona antes de tomar la decisión de exportar por lo que implica grandes gastos y cumplimiento de algunos requisitos necesarios para el ingreso a mercados internacionales. Al realizar el plan de exportación se debe tener claro el producto a exportar, características y verificar si se cuenta con la cantidad y capacidad necesaria para la exportación, es uno de los puntos más importantes ya que se mantiene una responsabilidad con el mercado internacional de cumplir a tiempo con lo solicitado por el país importador.

Elaborar un plan de exportación para pequeñas organizaciones y artesanos tiene como finalidad de mejorar la calidad de vida de los productores mediante la expansión a mercados internacionales, buscando un pago justo por el trabajo que día a día realizan los artesanos ante el uso y conocimientos de herramientas antiguas que por generaciones se van adquiriendo y que en la actualidad es este tipo de trabajo es apreciado por los extranjeros, sobre todo al ser productos realizados a mano.

1.2.2. Características

Mediante investigaciones realizadas la Federación de organizaciones Empresariales Sorianas (2016), se llega a determinar las características que debe tener plan de exportación las cuales son:

Beneficia al proceso de internacionalización de las empresas frente al aumento y eficacia del comercio mundial.

Ayuda a identificar nuevos mercados para la comercialización de productos nacionales.

Permite seleccionar estrategias con la finalidad de aprovechar las oportunidades comerciales, reduciendo riesgos durante el proceso de la exportación y definir el posicionamiento de la empresa en países internacionales.

Busca el dinamismo del comercio internacional y la competitividad internacional mediante la diferenciación y calidad de los productos.

Se presenta como una oportunidad hacia nuevas fronteras y expansión para las empresas.

El plan debe ser comunicado al equipo de trabajo que está conformada la empresa para asegurar el correcto funcionamiento, también debe ser revisado y corregido periódicamente para asegurar el progreso.

Se ha detallado las principales características que tiene un plan de exportación con la finalidad de conocer cada uno de los beneficios que brinda dicho plan a las empresas nacionales, además de conocer que el plan de exportación es una estrategia de comercialización en mercados internacionales con la finalidad de mejorar las ventas de los productos y lograr posicionarse en el mercado internacional mediante la satisfacción de necesidades de la sociedad.

1.2.3. Estructura

Para la elaboración de un plan de exportación se debe tener en cuenta una estructura para el correcto de desarrollo para lo cual (Instituto nacional de comercio y aduanas, 2012) plantea:

Tabla 1 Estructura del plan de exportación

TAREAS	MOTIVO
1. Busque asesoría inicial.	Procure saber lo que otros ya hicieron y dónde se equivocaron.
2. Evalúe su capacidad exportadora	Conozca la preparación efectiva del mercado internacional. Identifique sus puntos fuertes y débiles.
3. Cree un banco de datos.	Sus decisiones deberán basarse en informaciones y no en “feeling”
4. Haga una primera selección de su gama de productos más exportable.	No invertir excesivos recursos en intentar promover todos los productos ya que con la primera información se pueden separar los más competitivos.
5. Definición de objetivos.	A grandes rasgos definir: Volúmenes de gama de productos. Nivel de precios.

	Contenido de la calidad. Plazos. Tipos de contrapartes. Empaque.
--	---

Fuente: (Instituto nacional de comercio y aduanas, 2012)
Elaborado por: Cinthia Pineda

Tabla 2 Selección de los mercados potenciales

TAREAS	MOTIVO
6. Determinación de las fuentes de información más confiables.	Hay una gran cantidad de información. Separar la cáscara de la semilla es fundamental.
7. Elimina <i>a priori</i> los mercados donde no tiene posibilidades.	Hay barreras para exportar que tal vez ya conozca como: impuestos, costos de transporte, moda, proteccionismo, normas de uso del producto. Elija los mercados donde con menos esfuerzos pueda lograr una primera experiencia.
8. Analice aspectos de: Comunicación Logística Normas de competencia	Está empezando a hacer una selección de mercado. Se recomienda seleccionar los prioritarios y los secundarios.
9. Definición de los mercados donde empezar	Evite la extrema diversificación, con los pocos recursos que uno tiene cuando inicia.
10. Localizar el segmento del mercado.	Concentrar los esfuerzos donde es mayor la ventaja competitiva.

Fuente: (Instituto nacional de comercio y aduanas, 2012)
Elaborado por: Cinthia Pineda

Tabla 3 Criterios para ingreso en los mercados

TAREAS	MOTIVO
1. Definir si a través de formas directas, indirectas y mixtas. 	Hay varias formas de gestionar un mercado, desde a través de una agente hasta montar una filial de producción o de venta
2. Evalúe la factibilidad de investigación, registro y monitoreo de su marca.	Antes de empezar a promover su empresa, es oportuno averiguar si puede utilizar su marca o debería cambiarla.

3. Identificación de cómo va a presentar su producto.	Hay que definir normas, dimensiones, rotulaje, empaque, instrucciones para uso, etc.
4. Trace su plan de comunicación.	Hay que dar a conocer su empresa: prepare sus catálogos, cartas, correo directo, ferias, viajes. A raíz de la decisión que tomó en el punto 11, y de los resultados de su comunicación dirigida, recibirá varias solicitudes de posibles candidatos a contraparte.
5. Seleccione su contraparte.	
6. Elabore un acuerdo operacional con la contraparte a través de una carta de intención y posteriormente un contrato.	Fije las directrices de entrada al mercado y comportamiento con un plan de trabajo.
7. Haga una prueba de mercado (producto, marca, empaque, comunicación y precio).	Evite fracasos empezando con grandes proyectos. Es bueno sondear primero para después atacar más decidido.
8. Defina la política de gerencia del mercado.	En un trabajo conjunto con la contraparte, será necesario definir la promoción, los volúmenes, niveles de precio, la garantía y la logística.
9. Trace un presupuesto que incluya: previsiones de venta, costos, recursos, objetivos y revisión mensual.	Tenga muy claros los objetivos, costos, y formas de corregir eventuales distorsiones.
10. Plan de capacitación de los recursos humanos.	La internacionalización, requiere gente capacitada para pensar (y actuar) de manera internacional.
11. Establezca un sistema de autoevaluación periódica.	Corrija periódicamente metas, sistemas, gente y costos.
12. Cuento siempre con un plan de asesoría externa.	El comercio internacional requiere innumerables especializaciones: Contratos. Comunicación. Aspectos legales y monetarios. Tecnología y logística. Es difícil que tenga en la empresa un staff que cubra todo esto.

Fuente: (Instituto nacional de comercio y aduanas, 2012)

Elaborado por: Cinthia Pineda

1.2.4. Importancia del plan de exportación

El plan de exportación tiene gran importancia en el desarrollo y crecimiento de las empresas ya que permite definir temas importantes para la exportación como es la selección del país de destino, el mercado meta e identificar cuales las necesidades

que tiene dicho mercado para según eso ver qué tipo de proyecto es el adecuado y proyectar los objetivos y metas que la empresa pretende alcanzar en determinado lapso de tiempo. (Paredes, 2014, pág. 14)

También permite analizar toda la situación interna de la empresa, del producto, la situación en la que se encuentra frente a la competencia, de igual manera se debe estudiar a la competencia con la finalidad de fortalecer las debilidades que la empresa posee, para posteriormente convertirlos en fortalezas y obtener un excelente plan de exportación el cual genere ganancias a la empresa o la exportación del producto dependiendo el tipo de proyecto el cual se va exportar. Investigar sobre las nuevas tendencias existentes en el mercado internacional para plantear un producto el cual tenga la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado luego de realizar el estudio de los gustos y preferencias del mercado.

Es importante el plan de exportación ya que permite elaborar estrategias según lo manifiesta la Universidad de Palermo (2013). En países internacionales o el país seleccionado es necesario tener estrategias de comercialización con la finalidad de utilizar todas las herramientas de marketing para promocionar el producto teniendo en cuenta que se debe disminuir costos y posicionarse el producto en la mente del consumidor como un producto o servicio de la calidad.

1.3. PROCESOS DE EXPORTACIÓN

1.3.1. Definición de exportación

Para realizar un plan de exportación es necesario conocer la definición o el significado de la palabra exportación para conocer lo que vamos a realizar todo lo que implica y los beneficios para lo cual (García, 2012) manifiesta que es una operación económica mediante las empresas de un país venden mercancías o prestan servicios o países extranjeros siempre y cuando se realice la actividad de traspasar el territorio aduanero de un país es decir vendedor – exportador, en la cual debe existir una compensación monetaria y se cumplan algunas formalidades

y requisitos aduaneros necesarios para la salida de las mercancías del país nacional y para el ingreso de las mercancías al país de destino.

Se puede exportar materia prima misma que en el país de origen puede ser industrializada mediante la utilización de la tecnología, componentes y productos semiterminados con la finalidad de brindar productos nuevos en el mercado, también pueden exportar bienes de consumo: muebles, textil, calzado, electrónica, cerámica, bienes agroalimentarios: como puede ser la alimentación de origen vegetal o animal, bebidas, vinos y licores. Bienes industriales: bienes de equipo, equipo agrícola, máquina-herramienta, equipos para la construcción, maquinaria especializada, buques, aeronáutica.

1.3.2. Pasos para exportar

Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación. Según manifiesta (Todo comercio exterior, 2011):

Fase de Pre-embarque

Se da inicio con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar, se debe transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Luego de ser aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior, el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Fase Post-Embarque

En este paso se procede a presentar la DAU definitiva, que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

En seguida de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

Agente Afianzado de Aduana

- Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:
- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público
- Para los regímenes especiales.

1.3.2.1. Importancia

Las exportaciones forman parte principal en el desarrollo de las empresas, ya que mediante esta forma pueden llegar a grandes mercados internacionales. Según lo define: Hernández (2000) “La exportación es necesaria para compensar las importaciones, es decir para equilibrar la balanza comercial de los países con la finalidad de mejorar la economía de los mismos” (pág. 31).

La importancia de las exportaciones radica principalmente en traer capitales del exterior, mediante el aumento de ventas de productos nacionales, para tener como

resultado un incremento en las utilidades. También se puede manifestar que las exportaciones ayudan a buscar nuevas formas de disminuir costos y tiempo en el proceso productivo, manteniendo la idea de “a menor tiempo mayor producción”, mediante la implementación de equipos tecnológicos que tengan una mayor capacidad de producción, que permita al productor cumplir con los plazos establecidos por los clientes, logrando alcanzar un nivel alto con respecto a la competencia.

A continuación, se detalla los requisitos establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador para obtener el registro como exportador (SENAE, 2017):

REQUISITOS

Los requisitos necesarios para obtener el registro como exportador son los siguientes:

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación él cual es otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador

Security data

Registro como exportador ante la Aduana se debe tramitar previamente el RUC en el Servicio de Rentas Internas

Luego se debe registrar los datos ingresando en la página: www.aduana.gob.ec, link: OCE's (Operadores de Comercio Exterior), menú: Registro de Datos y enviarlo electrónicamente.

Posteriormente se procede a llenar la Solicitud de Concesión/Reinicio de Claves que se encuentra en la misma página web y presentarla en cualquiera de las ventanillas de Atención al Usuario del SENAE, firmada por el Exportador o Representante legal de la Compañía exportadora.

Luego de entregar la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.

Después de haber obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la Declaración de Exportación.

Luego de haber cumplido con cada uno de los requisitos y obtener el registro se procederá con los siguientes pasos para la exportación de la mercancía.

1.3.3. Declaración Aduanera Única de Exportación

Es un formulario en el cual se debe presentar las exportaciones siguiendo con cada una de las instrucciones que se encuentran detalladas en el Manual de Despacho de Exportaciones para posteriormente ser presentada en el distrito aduanero en donde se establece la exportación adjuntando todos los documentos que deben acompañarla a la declaración aduanera.

1.3.4. Documentos de soporte acompañan a la Declaración de exportación

A continuación, se detallará los principales documentos de soporte que deben acompañar a la declaración. Según lo afirma: (Proecuador, 2014):

Factura comercial original. - Comprobante electrónico que cumple con los requisitos legales y reglamentarios exigibles para todos comprobantes de venta.

Certificado de Origen. - Documento físico o electrónico emitido en el formato oficial definido por los países otorgantes de preferencias arancelarias a ser presentado en la Aduana destino.

Lista de Embarque. - Documento que tiene una gran importancia en aquellas situaciones donde se produzca un despacho aduanero y sirve para facilitar el reconocimiento selectivo de la mercancía.

Documento de Transporte. - Los documentos utilizados en el transporte internacional de mercancías, son diferentes, según el medio de transporte utilizado.

Marítimo: Bill of lading. Las más utilizadas son normativas y a la orden.

Terrestre: Carta de porte Internacional (CPI).

Aéreo: Airway Bill. El modelo que se utiliza es el realizado por la International Air Transport Association (IATA).

1.4. Regímenes de exportación

A continuación, se va a mencionar los regímenes de exportación según lo manifiesta (Proecuador, 2016):

Exportación a Consumo. - Permite que las mercancías nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para su uso o consumo definitivo en el exterior.

Exportación Temporal con Reimportación en el Mismo Estado. - Es aquel que suspende el pago de tributos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo con un fin determinado y reimportado sin modificación alguna, con excepción de la depreciación normal por el uso.

Exportación Temporal para Perfeccionamiento Pasivo. - Tiene como finalidad la suspensión del pago de tributos lo cual permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas durante cierto plazo, para ser reimportadas luego de un proceso de transformación.

Devolución Condicionada de Tributos (Draw Back). - Permite obtener la devolución total o parcial de los tributos pagados por la importación de las mercaderías que se exporten dentro de los plazos que señala la LOA y su Reglamento.

Almacenes libres y Especiales. - Es liberatorio que permite en puertos y aeropuertos internacionales, el almacenamiento y venta a pasajeros que salen del país, de mercaderías nacionales o extranjeras, exentas del pago de tributos.

1.4.1. Incoterms

Las medidas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, tienen el propósito de facilitar el proceso de las negociaciones globales, los mismos que definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el

Incoterms 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa. A continuación, se enunciará la clasificación de las reglas de los Incoterms 2010 según lo establece (Proecuador, 2013):

Reglas para cualquier modo o modos de transporte

EXW (En Fábrica)

FCA (Franco Porteador)

CPT (Transporte Pagado Hasta)

CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta)

DAT (Entregada en Terminal)

DAP (Entregada en Lugar)

DDP (Entregada Derechos Pagados)

Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores

FAS (Franco al Costado del Buque)

FOB (Franco a Bordo)

CFR (Costo y Flete)

CIF (Costo, Seguro y Flete)

Incoterms 2010											
✈️ 🚚 🚆 🏢											
Incoterms 2010											
											
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW											
Polivalente											
FCA											
Polivalente											
FAS											
Marítimo											
FOB											
Marítimo											
CPT											
Polivalente											
CIP											
Polivalente											
CFR											
Marítimo											
CIF											
Marítimo											
DAT											
Polivalente											
DAP											
Polivalente											
DDP											
Polivalente											
© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI											
	Vendedor		Comprador		Vendedor / Comprador						

Figura 1. Incoterms 2010
Fuente: (Proecuador, 2013)

Estos son los términos que se tiene que aplicar para la exportación de mercadería de acuerdo con el medio de transporte a utilizar, cuáles sean los términos de negociación que apliquen el vendedor y comprador con la finalidad de obtener ganancias para las dos partes, además se tiene que tener en cuenta el tipo de mercadería y el destino para de acuerdo a eso fijar el medio de transporte a utilizar y aplicar uno de los términos anterior mencionados.

1.5. PRODUCCIÓN TEXTIL DE SACOS DE LANA

1.5.1. Definición

Los sacos de lana son prendas de vestir que son utilizados para tardes de frío para las personas existen sacos de hilo, de oveja y de alpaca, diferentes modelos y colores dependiendo el gusto y preferencia del consumidor.

Con lo mencionado anteriormente se puede decir que existen sacos tejidos a mano son creaciones artísticas en la que los artesanos utilizan su imaginación para elaborar los modelos dando valor agregado al producto ya que no usan aparatos tecnológicos e industriales en la elaboración del proceso de los sacos, además que utilizan como materia prima la lana de oveja o de alpaca dependiendo la necesidad y el gusto del consumidor los artesanos prefieren elaborar con su propias manos productos de calidad por lo que se les facilita verificar cada uno de los detalles del producto terminado antes de salir a la venta, es importante resaltar que son habilidades que se han ido adquiriendo a través del tiempo y de generaciones tras generaciones por lo cual es muy difícil dejar que se pierda costumbres que son heredadas.

1.5.2. Sacos de la de Oveja

Los sacos de lana de oveja son muy conocidos en la artesanía del Ecuador según lo manifiesta (LLano, 2015). Además de contar con grandes ventas y poseer características competitivas frente a otras prendas de vestir.

Los sacos de lana de oveja son prendas de vestir unisex utilizadas principalmente en zonas con bajas temperaturas los cuales cuentan con grandes ventajas al ser

elaborados de lana de oveja como es la resistencia la cual facilita en el proceso de fabricación ya que no se rompe con facilidad, la flexibilidad permite hacer el trabajo más sencillo de los artesanos al momento de tejer y doblar, además es muy suave por lo cual no provoca picazón o cualquier tipo de alergia a la piel y lo más importante mantiene el calor corporal, este tipo de prendas de vestir son muy apreciados por personas extranjeras porque les gusta productos elaborados manualmente.

1.5.3. Proceso de producción

A continuación, se mencionará el proceso de transformación de lana de oveja para realizar los sacos de oveja:

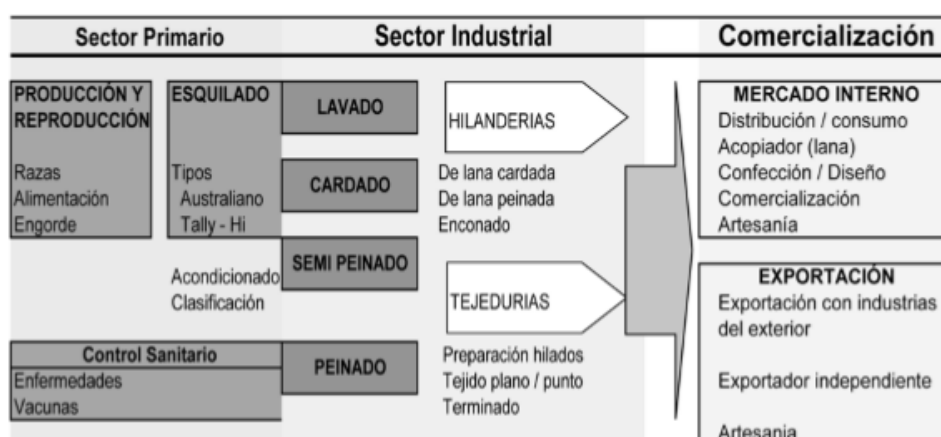


Figura 2. Cadena Productiva de la Lana de Oveja
Fuente: (COFECYT, 2012).

En la figura mencionada anteriormente se detalla cada uno de los pasos a seguir desde la producción de las ovejas hasta la comercialización tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional con la finalidad de obtener mayor rentabilidad para la empresa, además que Ecuador al ser una país en el cual se destaca la principal actividad la producción textil al contar con los recursos como lo es la producción de ovejas y llamas con la finalidad de obtener los suficientes recursos para la elaboración y fabricación de sacos tejidos a mano dando un valor agregado al producto.

En la ciudad de Otavalo se destaca la principal actividad la artesanía que años ha sido la más reconocida a nivel mundial ya que existen almacenes que son reconocidos a nivel mundial gracias a la trayectoria con la que cuenta y a los años de antigüedad, en la actualidad gracias a la tecnología algunos de los locales cuentan con maquinarias permitiéndoles disminuir tiempo y gastos, obteniendo mayor producción de sacos al día a comparación de los realizados a mano.

1.5.4. Sacos de lana en Otavalo

Basado en (PROECUADOR, 2016) En la ciudad de Otavalo la principal actividad economía de las familias son las artesanías, la cual es una de las actividades principales que generan ingresos por lo que muchos de los artesanos tienen conocimientos por herencia ancestral y son negocios de generación en generación. Además la materia prima se encarga de preparar ellos mismos ya que muchos de los artesanos tienen ovejas por tanto son los que se encargan de preparar la lana para posteriormente tejer y tener como producto final los sacos de diferentes modelos según lo público (GAD-Otavalo, 2012), Carabuela es una de las comunidades donde existe mayor producción de sacos de lana, cabe resaltar que la mayoría de negocios de la ciudad de Otavalo son tipo familiar y generan fuentes de trabajo pensado en el bienestar de la comunidad con la finalidad de no terminar con las costumbres que por años se han mantenido.

Para hablar de la artesanía es dialogar de la ciencia y de la tecnología patrimonial, de la creatividad de los artesanos, del esfuerzo humano y del valor económico para todos y cada uno de quienes participan de ella, es propio de la comunidades indígenas del Ecuador que se dedican a la artesanía dependiendo de los sectores cada uno de ellos se diferencian con las artesanías tal es el ejemplo que dentro de Imbabura existen diferentes comunidades indígenas y se diferencian por ejemplo en Zuleta es una comunidad en la cual su actividad es el bordado y en Otavalo es la tejido son conocimientos ancestrales herencias de abuelos y luego a su descendencia. La artesanía son principales fuentes de riqueza cultural son parte de las tradiciones, símbolos de la identidad de cada pueblo que hace que se diferencien de los demás (GAD-Otavalo, 2012, pág. 296).

Las ocupaciones elaboradas por los artesanos están ligadas a las costumbres, creencias y mitos, a la historia y a la religión, el valor cultural es lo que es reconocido por organizaciones internacionales ya que valoran el trabajo que realizan los artesanos por superarse día a día.

1.6. MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

1.6.1. Mercado de Nueva York



Figura 3. Bandera y Escudo de Nueva York
Fuente: (Turismo Nueva York, 2016)

Nueva York es un estado de Estados Unidos el cual cuenta con una población de 19.745.289 personas en el año 2016, según lo manifiesta (Expansión, 2016) es uno de los estados con mayor población, además es uno de los centro de mayor comercio y finanzas del mundo está considerada como la ciudad global, tiene una tasa de desempleo del 4,4% de la población activa, una tasa superior a la nacional, y está en la 31ª posición en el ranking de desempleo de los estados de Estados Unidos, de menor a mayor.

PIB per cápita en 2016: 75.360\$

Tasa de pobreza: 14,2% de la población

Moneda: es el dólar americano o dólar estadounidense (\$, USD, US\$).

Religión: baptistas, pentecostales, mormones, judíos, musulmanes, hindúes y budistas, pero la ciudad cuenta con una población que, en su mayoría, es católica o protestante, o agnóstica.

Idioma: el inglés es el idioma oficial de Nueva York, siendo el español el segundo idioma con más de dos millones de hispano parlantes.

Actividades económicas: en Nueva York se localizan las empresas más importantes y de mayor capacidad económica, además de reunir la mayor cantidad de corporaciones extranjeras. La principal actividad económica de la ciudad se encuentra el negocio de las Bienes Raíces, con un valor aproximado de 802.400 millones de dólares según las encuestas realizadas en el 2006. Como segunda actividad tenemos la industria de cine y la televisión, también se desarrollan otras industrias en el ámbito de la publicidad, la moda, el diseño, los medios de comunicación y la arquitectura.

Partida arancelaria de los sacos de lana de oveja

Código	Designación de la mercancía
06.03	- -Chaquetas (sacos)
06.03.31	- - - De lana o pelo fino

Principales países exportadores

SA8	Exportadores	Valor exportada en 2016 (miles de USD)▼	Saldo comercial 2016 (miles de USD) i	Cantidad exportada en 2016	Unidad de cantidad
	Mundo	176.275	30.387	0	No medida
+	China i	69.412	61.407	1.044	Toneladas
+	Italia i	24.972	16.180	106	Toneladas
+	Hong Kong, China i	12.285	181	153	Toneladas
+	Alemania i	9.632	-6.984	64	Toneladas
+	Rumania i	8.430	7.555	99	Toneladas
+	Francia i	6.308	-2.150	34	Toneladas
+	Portugal i	4.966	2.467	203	Toneladas
+	Austria i	4.206	-1.201	24	Toneladas
+	España i	3.927	1.895	47	Toneladas
+	Marruecos i	3.911	3.758	103	Toneladas
+	Reino Unido i	2.368	-8.055	29	Toneladas
+	México i	2.308	1.904	29	Toneladas
+	Turquía i	1.974	1.481	35	Toneladas

Figura 4. Principales Países Exportadores

Fuente: (Trade map, 2017).

Principales países importadores

SA4	Importadores				
		Valor importada en 2016 (miles de USD)▼	Saldo comercial 2016 (miles de USD) i	Cantidad importada en 2016	Unidad de cantidad
	Mundo	27.340.956	7.950.211	0	No medida
+	Estados Unidos de América i	6.163.697	-5.878.033	1.455.598.207	Unidad
+	Alemania i	2.383.213	-1.169.817	102.205	Toneladas
+	Reino Unido i	1.791.435	-1.210.935	109.163	Toneladas
+	Japón i	1.390.874	-1.369.889	58.847	Toneladas
+	Francia i	1.351.283	-720.006	55.027	Toneladas
+	Emiratos Árabes Unidos	1.190.246	-1.159.234	0	No medida
+	Países Bajos i	1.083.046	-587.999	61.004	Toneladas
+	España i	1.068.639	-290.919	53.630	Toneladas
+	Hong Kong, China i	832.473	49.075	90.538.530	Unidad
+	Italia i	785.169	15.679	31.026	Toneladas

Figura 5. Principales Países Exportadores

Fuente: (Trade map, 2017).

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANTECEDENTES

El comercio internacional es conocido como uno de los polos de desarrollo que se ha destacado en Ecuador los últimos años. Actualmente, los procedimientos de comercio exterior se encuentran en cambios constantes debido a la globalización. Es por ello por lo que es relevante conocer que regulan las transacciones comerciales en el ámbito internacional que como consecuencia tienen a agilizar de una forma notable el ingreso y salida de variedad de mercancías, el cual contribuirá de una manera continua el progreso y desarrollo económico de Ecuador.

Es primordial fomentar las exportaciones ecuatorianas, idea reforzada en el Plan Nacional del Buen Vivir 2017 - 2021; ya que por medio de la actividad exportadora se genera trabajo y recursos para las pequeñas y medianas empresas que se dedican a la fabricación y comercialización de productos, es decir apoyaría el desempeño de los artesanos que se encuentran en diferentes regiones del país. Exportando productos artesanales como sacos de lana, que es un producto muy apreciado y tiene una alta demanda en el mercado estadounidense, ayudaría a incrementar los ingresos y equilibrar la balanza comercial del Ecuador.

Los sacos de lana son producidos en Otavalo y Peguche ubicados en la provincia de Imbabura. Los artesanos de estas áreas y sus familias serán altamente beneficiados ya que se mejorará la calidad de vida de estas familias en vivienda, educación y alimentación.

La empresa Teen New York se encuentra en la ciudad de Otavalo desde hace cinco años. Esta empresa se dedica a la importación de telas, los propietarios han decidido mantener un equilibrio económico, por medio de la diversificación de sus productos, actualmente produce y comercializa en el mercado nacional a mayoristas sacos de lana hechos a mano, que con el paso del tiempo, ha logrado a pesar de la gran competencia que este producto tiene en la ciudad de Otavalo, cuenta con clientes potenciales nacionales, pero debido a la crisis que hoy Ecuador

atraviesa, es de suma importancia llegar a internacionalizar este producto por parte de la empresa Teen New York ya que la mayoría de los clientes nacionales ya no optan por comprar este producto en grandes cantidades y la empresa tiene excedentes de producción que puede abastecer la demanda insatisfecha de este producto en el extranjero y por ende con la creación de este plan de exportación logre incrementar sus ingresos debido a que obtendrá conocimientos de procesos de exportación al mercado seleccionado.

2.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

2.2.1 Objetivo General

Diagnosticar el dinamismo de sacos de lana en el mercado estadounidense y en el mercado local, con la finalidad de poder conocer la oferta y la demanda de estos productos.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño.
- Identificar el nivel de producción de la empresa Teen New York para establecer si cuenta con oferta exportable.
- Analizar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.

2.3 Variables del Diagnóstico

Producción local

Oferta Exportable

Mercado Internacional

2.4 INDICADORES

Producción local

Procesos de producción

Nivel de producción

Materia prima y costos
Variedad de producción

Oferta Exportable

Conocimiento en exportación
Capacidad de exportar
Calidad de producto de exportación

Mercado Internacional

Oferta y Demanda
Temporadas
Gustos y preferencias
Logística

2.5 Matriz de Relación

Tabla 4. Matriz de Relación diagnóstica

Objetivos Específicos	Variable	Indicadores	Técnicas	Fuentes Información
Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño	Producción local	Procesos de producción Nivel de producción Materia prima y costos Variedad de producción	Encuesta	Artesanos Otavalo
Identificar el nivel de producción de la empresa Teen New York para establecer si cuenta con oferta exportable	Oferta Exportable	Conocimiento en exportación Capacidad de exportar Calidad de producto de exportación	Entrevista	Propietario de la empresa
Analizar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto	Mercado Internacional	Oferta Demanda Gustos preferencias Logística Comercialización	Información bibliográfica Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Trade Map, BBC NEWS, CIA Clientes potenciales Clientes potenciales Empresas logísticas/ Intermediario local

Elaborado por: Cinthia Pineda

2.6 Mecánica Operativa

2.6.1 Identificación de la población

La población objeto de estudio se encuentra ubicado en el cantón Otavalo, se tomó como referencia los talleres que elaboran artesanías textiles como sacos, gorras, bufandas, ponchos, chales o chompas, fabricadas a base de hilos de lana de oveja y acrílicos. Con el fin de determinar la cantidad de productores que existe en el cantón, se acudió a la Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo "UNAIMCO"; los datos obtenidos muestran que existe 2524 personas que se encuentran calificados como artesanos, de los cuales 390 se dedican a la producción y comercialización de textiles que ellos producen artesanalmente. Sobre este último dato aplicará la formula estadística para determinar la muestra.

Además para dar cumplimiento a los objetivos del diagnóstico, se identificó a la población sobre quienes también se aplicarán los diversos instrumentos de investigación para obtener información primaria, estos datos aportarán resultados investigativos relevantes para el presente proyecto, se determinó que dicha población será: en primer lugar los potenciales clientes en Estados Unidos – New York, en segundo lugar dos agencias de carga de la ciudad de Otavalo, por último un representante de ventas en la ciudad de Nueva York, señor Humberto Lema.

2.6.2 Determinación de la Muestra

La determinación de la muestra se utiliza para identificar un número estadísticamente significativo sobre el total de la población o universo, esta muestra se lo utiliza para no aplicar un censo al total investigado y de tal manera que permitan obtener datos estadísticos confiables. Además, la información que se recopile en esta Muestra permitirá establecer resultados evidentes del estudio sobre toda la población.

Es así que para poder determinar el tamaño de la muestra se presenta la aplicación de la respectiva formula, pero antes es importante detallar el significado de cada uno de los elementos con la que está compuesta:

En la siguiente tabla, Posso (2013, pág. 187), describe la formula para la para identificar la muestra.

Tabla 5 Fórmula para el cálculo de la muestra

SIMBOLO	DETALLE
n	Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse
N	Universo o población a estudiarse.
σ^2	Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. Es un valor constante que equivale a 0.25.
N-1	Corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades
e	Limite aceptable de error de muestra que varía entre 0.01- 009 (1%y9%)
Z	Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. En un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1.96.

Fórmula que aplicar:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot \sigma^2}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot \sigma^2}$$

Para la identificación de la muestra se utilizaron los siguientes datos:

N	390
σ^2	0.25
N-1	389
e	5%
Z	1.96
n	?

Resolución:

$$\begin{aligned}
n &= \frac{390 \times 1,96^2 \times 0,25}{389 \times 0,05^2 + 0,25 \times 1,96^2} \\
n &= \frac{390 \times 0,25 \times 3,8416}{389 \times 0,0025 + 0,25 \times 3,8416} \\
n &= \frac{374,556}{0,9725 + 0,9604} \\
n &= \frac{374,556}{1,9329} \\
n &= 194
\end{aligned}$$

El número de artesanos pertenecientes a la UNAIMCO que se encuestaron fueron 194 (ciento noventa y cuatro). La estrategia utilizada para el levantamiento de esta información fue localizar a este grupo en la feria desarrollada en la plaza centenaria conocida también como Plaza de Ponchos de Otavalo.

2.6.3 Información Primaria

Para la realización de la investigación se determinó dos técnicas de investigación para la recolección de información que son; entrevista y encuesta, estas técnicas de investigación fueron dirigidas a comerciantes de sacos en Estados Unidos y a los artesanos del mercado centenario de Otavalo, a dos agentes de carga de la ciudad de Otavalo.

2.6.4 Encuesta

Es una técnica o método de recolección de información primaria, se la realizó mediante la elaboración de un cuestionario, en el que constarán 15 preguntas cerradas y 2 preguntas abiertas, las encuestas estuvieron dirigidas a recabar información a 194 personas seleccionadas en la muestra obtenida de la asociación UNAIMCO de la ciudad de Otavalo sobre su nivel de producción, sus técnicas y procesos de producción, junto con su conocimiento sobre el proceso de exportación

de sus artesanías textiles. La aplicación de la encuesta se hizo el día sábado 8 de julio y el día sábado 15 de julio por la afluencia de los socios a vender sus productos en el mercado Centenario de Otavalo.

2.6.5 Entrevista

Es un elemento de la obtención de información primaria, es un método de investigación, que consiste en establecer un diálogo entre dos o más personas determinadas con un cuestionario, el objetivo de la entrevista es preguntar a las personas seleccionadas para la obtención de la información sobre el mercado meta que es Estados Unidos. Esta metodología es de vital importancia ya que permitió obtener información directa. Con las entrevistas se buscó diagnosticar las condiciones actuales del mercado estadounidense de los sacos de lana y poder determinar la demanda en el exterior.

Las entrevistas online están dirigidas a potenciales compradores en el mercado estadounidense, en especial a dos empresas con quienes el propietario de la empresa Teen New York mantuvo contacto de índole informal sobre la comercialización de sacos, Mexiamericans, Unlimited Avenue que se encuentran ubicadas en la ciudad de Nueva York, con quienes se va a proponer una posible negociación para realizar la venta de los sacos de lana, la finalidad de estas entrevistas es conocer la forma como se realiza el proceso de importación de los sacos de lana, además se desea conocer los gustos y preferencias de los consumidores en el mercado final.

De la misma manera se realizó entrevistas a dos empresas que realizan procesos de transporte de carga a diferentes mercados internacionales como el estadounidense, las preguntas están dirigidas para buscar información referente al proceso de exportación de sacos de lana, requerimientos de envío de la mercadería, los medios de transporte utilizados, los principales puertos y aeropuertos a los que se envía la mercadería a Estados Unidos.

2.6.6 Información Secundaria

La información secundaria se obtuvo de fuentes como la página WEB de Pro Ecuador, Trademap, CIA, Santandertrade, EcuRed, BBC Mundo, Expansión para buscar información referente a las exportaciones e importaciones mundiales de sacos de lana de Estados Unidos de América y de los principales competidores a nivel mundial. Parte de la información secundaria busca establecer las tendencias del mercado de destino, al igual que gustos y preferencias.

2.7 Tabulación y Análisis de la oferta y demanda

2.7.1 Encuesta realizada a los 194 propietarios de los talleres artesanales textiles del cantón Otavalo. Ver anexo 1

¿Cuál es la materia prima con la que realiza en la mayoría de casos los sacos de lana?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

Tabla 6. Materia Prima de Sacos de Lana

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Lana de oveja	96	49%
Hilos de alpaca	35	18%
Algodón	47	24%
Otros hilos	16	8%
TOTAL	194	100%

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

Se puede determinar que la mayoría de los artesanos continúan con la producción de prendas a base de lana de oveja debido a que sus clientes tienen una mayor preferencia hacia este material natural que el Ecuador tiene en abundancia y su costo es bajo debido a la producción local situada en las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Azuay, Imbabura, Carchi, Pichincha, Cañar.

¿En qué lugar realiza la compra de materias primas para sus artesanías textiles?

Objetivo diagnóstico que desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

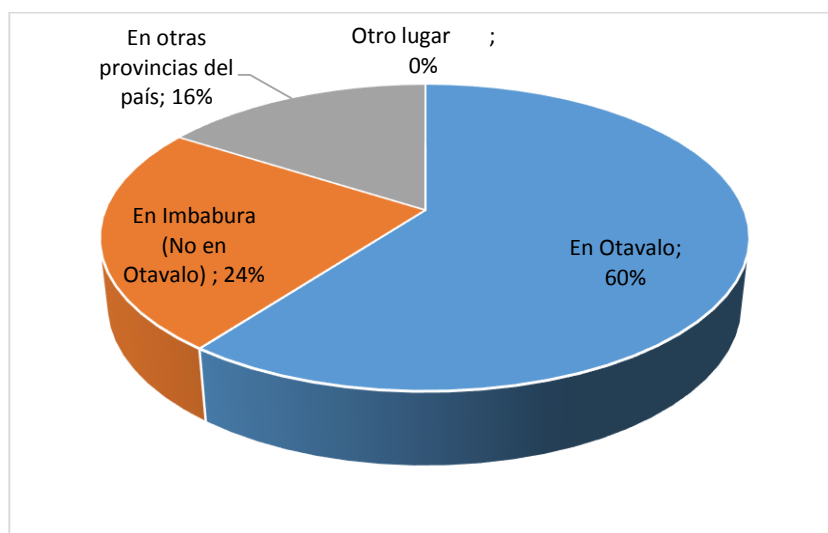


Figura 6. Lugar de Compra de Materia Prima

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

Conocer el lugar de abastecimiento de materias primas indica la facilidad con la que los artesanos pueden conseguir recursos de producción en el mercado otavaleño sin la necesidad de requerirla en lugares lejanos a sus industrias, lo que puede deducirse como una ventaja a la hora de establecer los costos de producción para la venta tanto local como para una posible venta a clientes internacionales. Se puede concluir que el abastecimiento de materias primas es continuo por estar establecidos la mayor parte de proveedores en Otavalo, esto implica que los costos de adquisición y transporte de materias primas disminuyan y permitan tener materias primas de excelente calidad para la elaboración de los sacos.

¿Cuáles son las herramientas con las que fabrican las artesanías textiles?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

Tabla 7. Herramientas para Fabricar Artesanías Textiles

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Telar eléctrico	157	81%
Telar de madera o pedal	25	13%
Telar de cintura	3	2%
Otros.	9	5%
TOTAL	194	100%

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

Las herramientas con las que se elaboran las artesanías textiles demuestran la capacidad de producción que tiene dichos talleres ya que de acuerdo a ello se puede diagnosticar la productividad de cada uno de ellos; en la encuesta se determinó que la mayor parte de talleres utiliza telares eléctricos para elaborar sus prendas, lo que implica una ventaja a nivel del volumen de producción de los sacos de lana que permiten un mejor abastecimiento de los requerimientos de clientes nacionales o extranjeros, sin embargo una de las tendencias a nivel internacional es la adquisición de productos elaborados a mano (manufacturados).

En una menor proporción se utiliza los telares de madera en la fabricación de las prendas, esto abarata costos debido a su poca inversión en maquinaria, pero implica una desventaja de una deceleración de producción. Otro bajo porcentaje utiliza el telar de cintura, el cual obtiene un resultado de mayor proporción de valor a las prendas debido a que es un método casi igual a la producción 100% a mano, sin embargo, también implica un bajo nivel de producción.

¿Cuántos telares o máquinas poseen para elaborar sus artesanías textiles?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

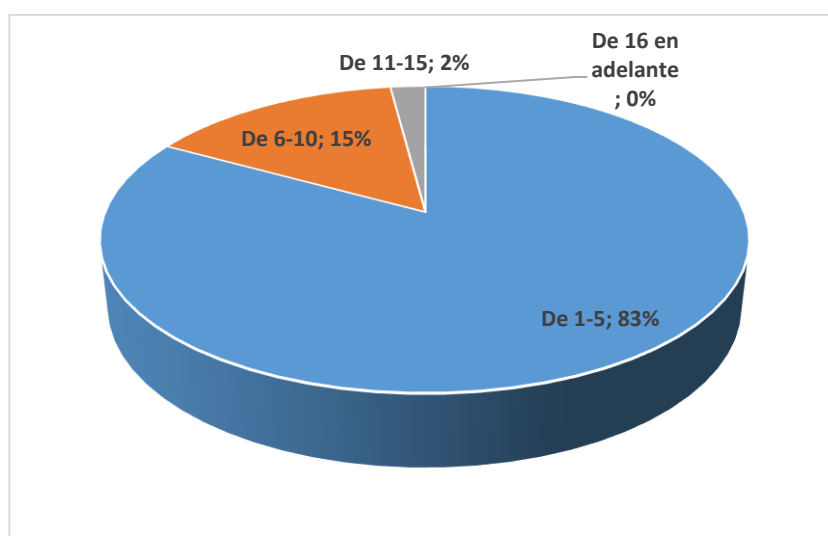


Figura 7. Cantidad de Maquinas en los Talleres

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

Continuando el contexto de la productividad de los talleres, la cantidad de maquinaria juega un papel muy importante al momento de determinar la capacidad de producción de los talleres artesanales. Se puede concluir que la mayor cantidad de talleres artesanales son pequeños por la cantidad de máquinas que se dispone para la elaboración de prendas artesanales, por lo cual se le dificulta tomar ordenes de mayor cantidad de clientes; por otro lado, también implica que la presencia de talleres artesanales pequeños obliga a los productores a ser más cuidadosos en los acabados de las prendas para tener productos de alta calidad que satisfaga la necesidad de clientes nacionales y extranjeros.

¿Con cuántos empleados o personal cuenta en su taller?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

Tabla 8. Personal del Taller

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1-5 empleados	155	80%
De 6-10 empelados	29	15%
De 11-15 empleados	8	4%
De 16 en adelante	2	1%
TOTAL	194	100%

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

Al igual que la maquinaria la cantidad de colaboradores con los que cuentan los talleres artesanales permite identificar la productividad de los talleres, en la mayoría de los casos se puede interpretar que los talleres artesanales no maneja gran cantidad de personal por no tener problemas legales con el Ministerio De Trabajo, ya que si bien es cierto se requiere de gran cantidad de mano de obra, algunas veces no se les puede contratar con todos los pagos de ley y se hace un proceso producción por contrato para tratar de abaratar los costos de producción.

En una escala del 1-4 siendo 1 el de mayor fabricación y 4 de menor fabricación, ¿Qué tipo de artesanía produce?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

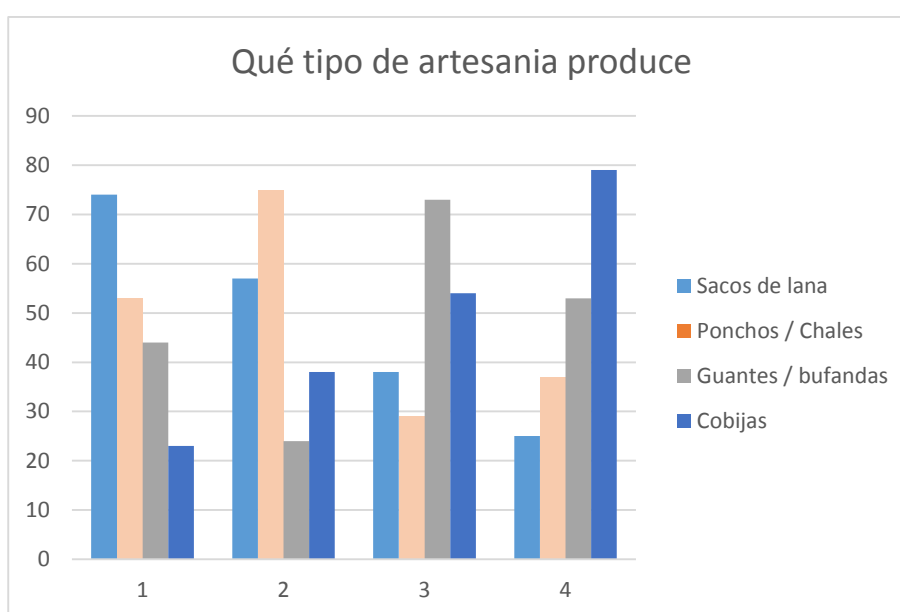


Figura 8. Tipos de Artesanías que Produce

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

La determinación de los principales textiles de producción en los talleres artesanales ayudará en el estudio a determinar la capacidad exportadora de los artesanos textiles asociados a la UNAIMCO; para este caso se tomó como referencia las respuestas que tuvieron una puntuación de uno que es la de mayor producción. Para fines de este estudio aproximadamente la mitad de talleres artesanales tienen la disposición de producir sacos de lana para el mercado nacional e internacional, lo cual puede ser una ventaja estratégica para la empresa al querer incrementar las exportaciones al mercado estadounidense; para ello, se puede hacer una alianza estratégica con los talleres artesanales para producir sacos de lana y exportarlos en conjunto, lo cual ayudaría a Teen New York a cumplir los posibles pedidos superiores a lo previsto.

En el caso de producir sacos de lana en su taller. ¿Cuál es el promedio de producción mensual que tiene de sacos de lana?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

Tabla 9. Promedio de Producción Mensual

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 5 a 10 prendas	26	13%
De 11 a 20 prendas	67	35%
De 21 a 40 prendas	86	44%
De 41 a 60 prendas	13	7%
Más de 61 prendas	2	1%
TOTAL	194	100%

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

La cantidad de sacos que producen al mes los talleres demuestra la capacidad mensual de producción que podría tener un potencial exportador. Al ser consultados de la capacidad de producción casi la mitad de los encuestados produce hasta 40 sacos al mes, con lo cual se puede verificar que tiene una buena producción a pesar de ser talleres pequeños de dos o tres personas. Contemplando la estrategia de comprar a los productores de sacos los excedentes de sus locales para exportarlos se puede prever que existe una gran cantidad de talleres artesanales que pueden convertirse en proveedores de Teen New York si la demanda lo amerita.

¿Cuál es la composición de los colores en los hilos que utiliza en la elaboración de sus artesanías textiles?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

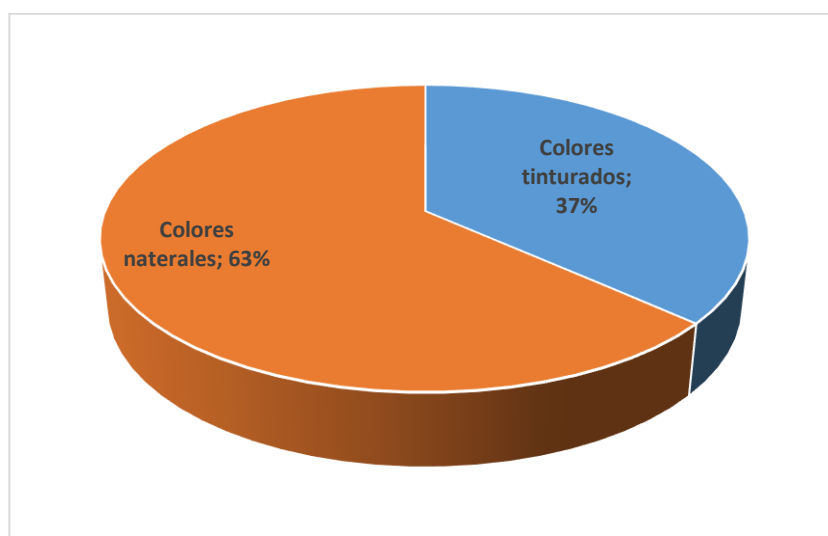


Figura 9. Composición de los Colores

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

Los colores que se utilizan para la realización de las artesanías textiles son de suma importancia al momento de determinar la calidad el producto y de esa forma poder dirigir la producción de los talleres artesanales. Es fácil determinar que la preferencia de los productores se orienta por colores naturales, lo cual puede servir para ingresar a nichos de mercado de productos naturales. Según PROECUADOR y agencias de carga de Otavalo, el ingreso de prendas con materia prima con tintes no tiene ningún tipo de restricción de ingreso de productos al mercado objetivo.

¿Cómo determina la utilidad de su taller textil?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

Tabla 10. Forma de Costeo en el Taller Artesanal

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Costeo de materias primas	127	65%
Ayuda de un profesional	39	20%
Por percepción propia	21	11%
No la determina	7	4%
TOTAL	194	100%

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

La forma de determinar la utilidad por parte de los artesanos brinda una idea del conocimiento que tienen en el área financiera a la hora de establecer costos; es por ello que más de la mitad de los talleres artesanales lo hacen por costeo de materias primas, es decir en base a lo que invirtieron en materia prima y después ponen un porcentaje de utilidad. Un quinto de los artesanos lo hace con ayuda de contadores o familiares con títulos universitarios que conocen de administración de tal manera que puedan obtener el costo de una forma más técnica, existen talleres que lo hacen de forma empírica utilizando la percepción propia y de acuerdo al conocimiento en producción adquirido a lo largo del tiempo, una pequeña cantidad de talleres no determina utilidad, sino que simplemente establece los precios de acuerdo a productos similares en el mercado o de la competencia.

¿Cuenta usted con conocimientos de Comercio Internacional?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

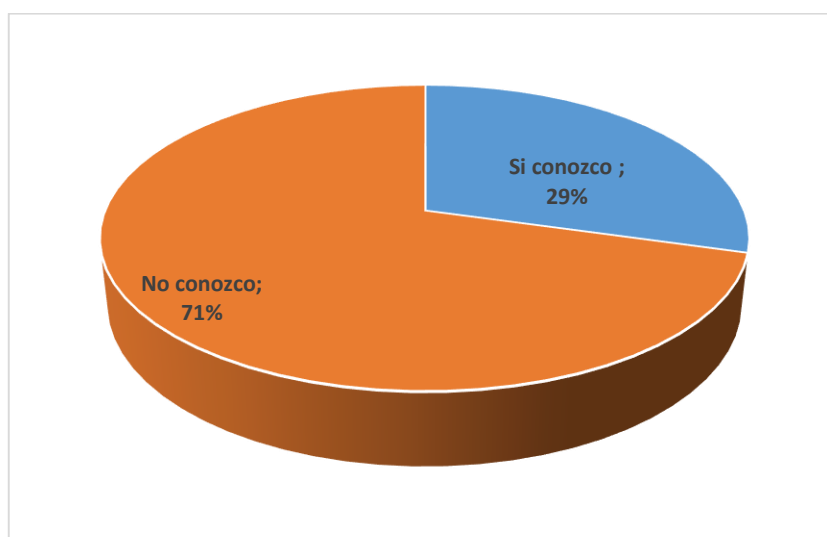


Figura 10. Conocimiento de Comercio Exterior

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

Como parte del análisis del plan de exportación de sacos de lana, se busca determinar el conocimiento que tienen los artesanos sobre comercio internacional y la posibilidad que tiene ellos para iniciar la exportación de sus productos; se pudo constatar que casi los dos tercios de los encuestados no posee los conocimientos necesarios para cumplir con la exportación, lo que les obliga a comercializar sus productos en los mercados locales; el otro tercio manifestó que sí conoce cómo exportar y que alguna vez ha realizado el proceso de exportación. Se puede observar que la mayoría de los artesanos no tiene el conocimiento sobre comercio exterior y los pasos a seguir para exportar con lo cual la empresa Teen New York puede servir de nexo o comprar la producción para exportar estas artesanías textiles de calidad.

¿Qué calificación referente a calidad les daría a los productos que obtiene en su taller artesanal?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

Tabla 11. Calidad de los Productos

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	67	35%
Buena	114	59%
Regular	13	7%
Mala	0	0%
TOTAL	194	100%

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

La calidad con la cual son producidos los sacos de lana es muy importante que se tomará en cuenta a la hora de la comercialización y sobre todo para el proceso de exportación que se estudia en esta investigación; más de la mitad de los encuestados consideran que sus productos tiene una calificación buena, por el hecho de no dar prioridad al control de calidad en los acabados del saco, casi un tercio de ellos manifiesta que la calificación de sus productos es muy buena debido al tipo de material que es usado en el producto y tienen modelos innovadores. Con esto se puede constatar que la calidad de los sacos se encuentra mayormente entre la calificación buena y muy buena lo que hace que puedan ser aptos para exportar si se llegase a necesitar en el futuro; como recomendación seria que los artesanos mejoren los procesos de acabados para que califiquen como artesanías textiles de calidad.

En una escala del 1-4 siendo 1 el de mayor venta Y 4 el de menor venta ¿Qué productos venden más en su taller artesanal?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

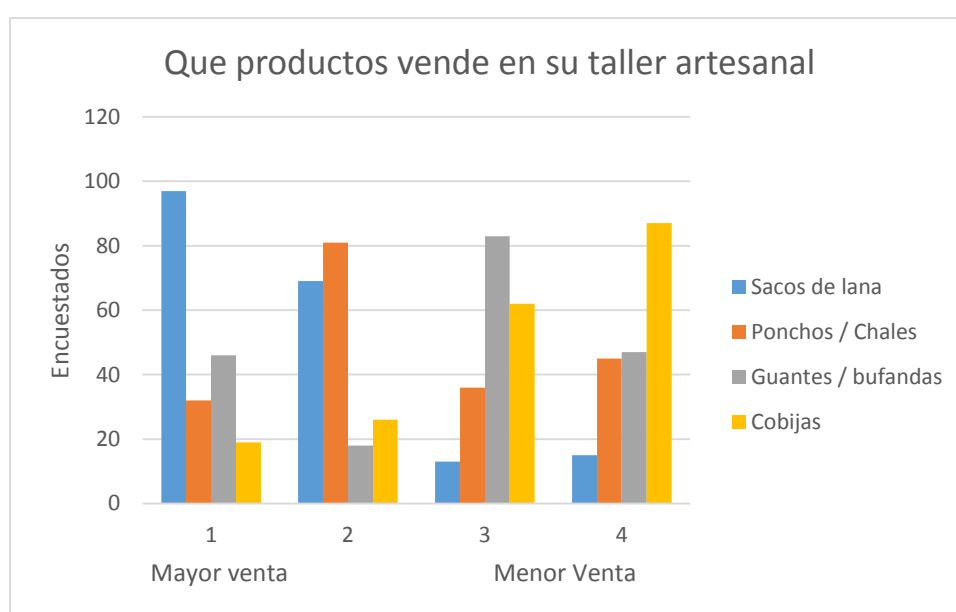


Figura 11. Tipo de Producto que Vende en su Taller Artesanal

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

El tipo de producto que más se vende por parte de los talleres artesanales permite pronosticar el futuro de la producción de los sacos de lana en los talleres artesanales, pero sobre todo ayuda a determinar el segmento de mercado al cual están atendiendo los artesanos textiles, en el estudio se constató que las personas que eligieron con la puntuación de uno a que vendan en mayor cantidad sacos de lana, seguido por productos como guantes, bufandas, ponchos y chales. Con estos resultados no se puede descartar que los artesanos solo venden un solo tipo de productos ya que disponen de una variedad de productos para la venta.

¿Cuál es el tiempo de demora en vender un saco de lana en su taller artesanal?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

Tabla 12. Tiempo en Vender un Saco de Lana

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 3 días	14	7%
De 4 a 7 días	54	28%
De 8 a 15 días	83	43%
De 16 a 30 días	37	19%
Más de 31 días	6	3%
TOTAL	194	100%

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

El tiempo en el que se comercializa los sacos de lana muestra la dirección de las ventas en el mercado, con ello también se puede identificar la cantidad de inventario que se necesita para garantizar las ventas para el mercado nacional e internacional. Los artesanos que logren vender sus mercancías en poco tiempo obtendrán un nivel de rotación de inventarios óptimo el cual se podría concluir que no cuentan con niveles de stock estancado y los sacos de lana tienen una demanda en el mercado local mínimo pero constante.

¿Estaría su empresa en la capacidad de exportar sacos de lana al mercado internacional?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

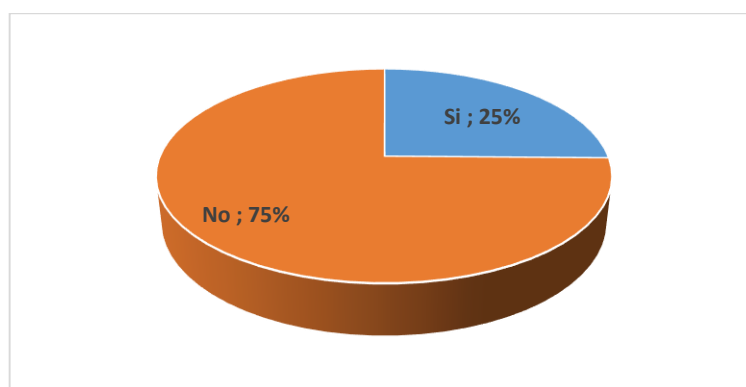


Figura 12. Capacidad de Exportar al Mercado Internacional

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

La principal preocupación que tienen los artesanos al realizar el proceso de exportación de sacos de lana es la capacidad de poder exportar. En los resultados de esta pregunta se puede verificar que uno de los principales problemas de los artesanos es el desconocimiento y la capacidad productiva de poder exportar sus artesanías textiles al mercado estadounidense se puede deducir que Teen New York con el presente proyecto puede convertir de esta situación una fortaleza.

¿Aproximadamente cuál es el precio de venta de sus sacos de lana en el mercado?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

Tabla 13. Precio de Venta Aproximado

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 -15 USD	12	6%
16 -20 USD	37	19%
21 -25 USD	96	49%
26 - En adelante USD	49	25%
TOTAL	194	100%

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis:

El precio de venta se establece por oferta y demanda de los sacos, de acuerdo a esto se puede identificar el precio de comercialización los artesanos al ser consultados manifestaron el rango de ventas de 20 y 25 dólares con ciertas variaciones en el grafico anterior.

¿Cuál considera su mayor fortaleza Y su mayor debilidad?

Objetivo diagnóstico a desarrollar: Determinar las características de la oferta local de sacos de lana para analizar la competencia en el mercado otavaleño

Tabla 14. Fortalezas y Debilidades

FORTALEZAS DE LOS ARTESANOS ENCUESTADOS	DEBILIDADES LOS ARTESANOS ENCUESTADOS
• Tener productos de buena calidad para ofrecer a los clientes nacionales y extranjeros • Trabajo en equipo • Diseños nuevos	• No pueden vender continuamente sus productos debido al clima en el Ecuador • Procesos de producción no renovados • Carencia de recursos financieros que tienen los talleres artesanales para poder crecer y tener los volúmenes de exportación • Desconocimiento de acuerdos del estado en comercio.

Fuente: Artesanos UNAIMCO

Elaborado por: Cinthia Pineda

Las fortalezas que poseen cada uno de los talleres artesanales les permite determinar en qué forma pueden competir en el mercado, cuáles son sus factores de éxito que les han permitido permanecer produciendo durante largo tiempo en Otavalo. En el proceso de tabulación de la información obtenida en las encuestas, se ha agrupado las respuestas de los artesanos en grandes grupos de respuestas, de las cuales al ser encuestado los artesanos textiles.

Al identificar las fortalezas con las que cuentan los artesanos textiles, también se tiene que identificar las debilidades que no les han permitido crecer en el mercado y desarrollarse como una fuente potencial exportadora del mercado ecuatoriano.

2.7.2 Entrevistas

ENTREVISTA AL SEÑOR ANTONIO ALARCON, PROPIETARIO DE MEXIAMERICANS DE LA CIUDAD DE NUEVA YORK (VER ANEXO N°2)

Objetivo: Diagnosticar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.

ANÁLISIS

La empresa Mexiamericans realiza la venta de una gran variedad de artesanías textiles, la demanda de productos en la ciudad de Nueva York tiene mucho que ver con las temporadas climáticas en las que se tiene temperaturas bajas. La empresa importa productos de México ya que posee una gran cultura y variedad de productos, existe un mercado potencial al cual abastecer con productos ecuatorianos debido a la disposición de ampliar la oferta de productos en el local comercial. Los productos ecuatorianos gozan de un gran prestigio con lo cual podrían llegar a ser un sustituto para los productos importados desde México. La empresa no dispone de productos ecuatorianos y puede ser una gran oportunidad de ingresar a nuevos nichos de mercado en el mercado estadounidense. Se puede organizar una negociación con esta empresa para ofertar las artesanías textiles de alta calidad y de gran aceptación en el mercado estadounidense.

Se puede observar que la empresa tiene una disposición de llegar a negociaciones posteriores con la empresa Teen New York para la comercialización de sacos de lana en su local. Siempre y cuando se esté dispuesto a abastecer los pedidos que se hagan. Las artesanías provenientes de Otavalo son conocidas por ser elaboradas totalmente a mano y de muy buena calidad, capaces de competir con cualquier otro producto proveniente de otros países.

Los productos ecuatorianos cumplen con los requerimientos necesarios para satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores estadounidenses. El principal término de negociación de la mercadería es FOB, en donde las responsabilidades del exportador llegan hasta la entrega a bordo del buque,

después de eso toda la responsabilidad recae por parte del importador. Las dos temporadas en las que se venden mayor cantidad de sacos de lana en el mercado neoyorquino son en otoño e invierno, por lo cual se debe orientar las exportaciones a tratar de cubrir la demanda existente en esas temporadas. El precio de los sacos de lana en el mercado estadounidense es considerable para comenzar las exportaciones de las artesanías textiles de Otavalo. Tomando en cuenta que en el mercado ecuatoriano el precio de venta promedio de los sacos de lana era de USD 25,00 según las encuestas realizadas

Entre los medios de pago habituales que se pueden usar para realizar las transacciones comerciales se encuentra el cheque bancario, de esta forma se puede garantizar la cancelación oportuna de las transacciones comerciales. La empresa Teen New York tiene un cliente potencial para iniciar negociaciones con la empresa MexiAmericans ya que tiene una predisposición de iniciar sus relaciones comerciales.

ENTREVISTA AL SEÑOR GARY SACHDEV, PROPIETARIO DE UNLIMITED AVENUE DE LA CIUDAD DE NUEVA YORK

Objetivo: Diagnosticar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.

ANÁLISIS

La empresa solo se dedica a la comercialización de vestidos, para su variación la empresa Teen New York tiene como oferta sacos de lana y suplir la demanda insatisfecha para el mercado estadounidense. Los productos que la empresa puede proveer para el mercado estadounidense son suéteres para la temporada invernal en la cual hace mayor frío y que son apropiados para ese clima. La empresa Unlimited Avenues posee experiencia en los procesos de importación por lo cual se puede presentar una oferta para iniciar futuras negociaciones.

El principal país de importación es la India por ser el lugar de donde proviene el dueño del negocio, lo importante es que se encuentre en la predisposición de iniciar futuras negociaciones. Los productos ecuatorianos cumplen con los requerimientos necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes en el mercado destino. Se puede observar que el dueño de la empresa entrevistada no ha realizado importaciones de productos ecuatorianos, pero con una buena propuesta de negocio se puede llegar a negociaciones. Se pueden asegurar futuras negociaciones con esta empresa para abastecer sacos de lana para las próximas temporadas invernales. La demanda potencial de sacos de lana por parte de esta empresa es grande como se dio a conocer en la respuesta es de aproximadamente 2500 sacos para iniciar la negociación, cantidad que pudiera irse incrementando según el nivel de relación comercial que se vaya adquiriendo en el transcurso del tiempo con lo que será un gran cliente para la empresa Teen New York. Características como la calidad y la elaboración a mano de las artesanías textiles han sido una de las características principales para que los productos ecuatorianos se encuentren en las perchas estadounidenses.

En la elaboración de sacos de lana, los artesanos son meticulosos a la hora de dejar residuos que lleguen a causar picazón a los usuarios, encareciendo los sacos de lana por la utilización de mayor mano de obra, pero cumpliendo con los requerimientos de calidad. La mayoría de las negociaciones de las empresas exportadoras de sacos de lana se las hace en términos FOB, por lo cual los importadores son los que corren con mayor riesgo en la transacción comercial. Se debe asegurar abastecer la demanda de sacos de lana para las épocas de invierno y otoño en la cual se incrementa su venta. El precio el cual plantea la empresa entrevistada es bajo en comparación con las otras entrevistas, pero es una gran oportunidad para ingresar al mercado estadounidense por el volumen de compra. La empresa está dispuesta a negociar las importaciones con pagos en efectivo, lo cual sería beneficioso para ventas posteriores.

ENTREVISTA AL SEÑOR CRISTIAN TAPIA, ASISTENTE DE LA EMPRESA CARGA INTERNACIONAL SADECOM DE LA CIUDAD DE OTAVALO

Objetivo: Diagnosticar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.

ANÁLISIS

La empresa Sadecom con agencia en la ciudad de Otavalo cuenta con experiencia suficiente para el proceso de exportación de sacos de lana, sobre todo para el envío de mercadería por vía aérea. Su experiencia en envío de artesanías les permite recomendar algunas normativas que se aplican para diferentes mercados, es por ello que se tiene que tomar en cuenta los requisitos específicos para el mercado estadounidense y seguir los requerimientos que pide la aduana del Ecuador. Se tiene que tomar en cuenta las temporadas en las cuales se incrementa la demanda de los sacos de lana para seguir las tendencias del mercado y no enviar todos los meses los sacos de lana, sobre todo en demanda baja.

Se tiene que considerar la cantidad de cajas que se desea enviar a Estados Unidos para poder seleccionar el tipo de transporte más adecuado para disminuir costos de envío. Es necesario considerar la cantidad de cajas a enviar y tratar de llenar los contenedores para que el costo de transporte disminuya, para considerar el inicio de las exportaciones se debería considerar hacer envíos por vía aérea hasta regularizar la demanda de los clientes estadounidenses. El aeropuerto de Nueva York es uno de los destinos preferidos para el envío de las artesanías ecuatorianas y el tiempo de llegada de la mercadería no sobrepasa los 5 días, con lo cual el abastecimiento al mercado estadounidense puede ser rápido. Cada una de las empresas exportadoras debe de realizar el proceso de etiquetado antes de iniciar con el proceso de exportación al mercado estadounidense, con lo cual la empresa de carga no se responsabiliza si el exportador no cumple con los requerimientos de mercado destino.

ENTREVISTA AL SEÑOR JAVIER VIÑACHI, AGENTE DE CARGA DE LA EMPRESA SIATYGROUP DE LA CIUDAD DE OTAVALO

Objetivo: Diagnosticar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.

ANÁLISIS

La empresa Siatygroup al tener una oficina en el mercado estadounidense les permite disponer de un conocimiento más amplio en los requerimientos del mercado destino y de toda la tramitología necesaria para ingresar productos desde el Ecuador. Es necesario cumplir con los requerimientos de exportación que exige la aduana del Ecuador, ya que las artesanías otavaleñas son muy demandadas en el mercado estadounidense y no existe complicación alguna para su ingreso en el mercado destino.

Conocer los meses en los que se debe enviar los sacos de lana a Estados Unidos permitirá a la empresa planificar las cantidades y las temporadas de exportación. Para la selección del tipo de transporte que se debe utilizar para el envío de los sacos de lana a Estados Unidos se tiene que tomar en cuenta la cantidad de sacos a ser enviados ya que de ello depende disminuir el costo de envío de los sacos. En el inicio de las exportaciones de sacos de lana se debe seleccionar el transporte aéreo como mecanismo de envío de los sacos de lana, de esto depende la estrategia de penetración de mercados internacionales. Los productos artesanales ecuatorianos ingresan por los principales aeropuertos internacionales, en el caso de este estudio una de las terminales de ingreso es el de Nueva York y el tiempo de llegada de la mercadería es de 3 a 4 días.

Se debe seleccionar una empresa que brinde la asesoría necesaria para poder embalar y etiquetar los sacos de lana para no tener complicaciones en el proceso de exportación.

2.8. Aspectos relevantes del estudio de mercado

El estudio de mercado ayuda a realizar un análisis de todos los factores que se debe tener en cuenta para realizar y poner en marcha el plan de exportación, además que tenga como resultado una correcta internacionalización de la empresa.

Es importante conocer los beneficios que presenta el plan de exportación respecto a las artesanías de Otavalo con la finalidad de internacionalizar los productos y llegar al mercado de los Estados Unidos con un producto de calidad que este alineado a los gustos y preferencias de los consumidores, además busca mejorar las ventas de los artesanos y su calidad de vida para cual determinará el comportamiento del mercado hasta la actualidad con el apoyo de una investigación bibliográfica basada en fuentes como libros, páginas web como Trade Map y Mipro

Para lo cual es necesario identificar los diferentes proveedores que abastecen o distribuyen al mercado sacos de lana hechos a mano, conocer los colores y modelos que mayor acogida presentan en el mercado y son de preferencia para los consumidores. De modo que se empleará las variables de oferta y demanda con el fin de determinar la cantidad de producción de sacos que deben producir los talleres de artesanías textiles y cada qué periodo de tiempo.

2.8.1. Estructura de mercado

Mercado Otavaleño

En la actualidad en la ciudad de Otavalo se encuentra gran producción de sacos de lana mismos que son elaborados por empresas familias grandes, medias o pequeñas que van formando asociaciones de artesanías aprovechando los conocimientos tradicionales que de generación ha ido trascendiendo hasta crear grandes empresas productoras y comercializadoras de textiles tanto en el mercado nacional como en el mercado internacional dándose a conocer por la calidad de producto y cubriendo las necesidades de los clientes, diferenciándose de la competencia por realizar sacos de lana a mano siendo muy apreciado por los consumidores internacionales que valoran mucho el trabajo y sacrificio que realizan los artesanos para obtener los sacos.

Se debe tomar en cuenta que en la ciudad de Otavalo la principal actividad económica es la elaboración de diferentes tipos de artesanías pueden ser: adornos como textiles que los elaboran de varios tipos de hilos como de alpaca o de oveja, en muchos de los casos son negocios familiares basados en conocimientos de los antepasados que fabricaban sus vestimentas de la lana de los animales que se encontraban al cuidado de los antiguos.

Otavalo, es una ciudad de la provincia de Imbabura, en Ecuador; situada a 110 kilómetros al norte de la ciudad de Quito. Otavalo ciudad que en el 2003 ha sido declarada por el Congreso Nacional como “Capital intercultural de Ecuador” como se establece en el Plan de Desarrollo Territorial de Otavalo, (GAD-Otavalo, 2012), conocida así por su espíritu de superación, su gran potencial en varios aspectos, beneficiario de un encanto paisajístico, riqueza cultural, historia y desarrollo comercial. Este pueblo andino es hogar de la etnia indígena kichwa de los Otavalos, conocidos por su habilidad textil y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica. La Plaza de Ponchos o Plaza Centenario, colorido mercado artesanal, es un sitio de afluencia a donde personas de todas partes del mundo llega para admirar la diversidad y habilidad artesanal y comercial.

El cantón Otavalo se encuentra ubicado en la zona norte del Ecuador, según el Censo de población y vivienda del 2010 realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) cuenta con una población total de 104.874. Según datos del Gobierno Municipal de Otavalo está constituida por once parroquias dos urbanas y nueve rurales, los idiomas oficiales son el castellano y kichwa y la moneda que utilizan es el dólar americano.

Sin embargo, Bain (2014), afirma que “los indígenas otavaleños, que constituyen aproximadamente el 50% de la población de la ciudad, han sido tejedores desde tiempos pre-incas” (párr.8). De manera que desde hace varios años las elaboraciones de las diferentes artesanías en estas tierras fueron realizadas por las hábiles manos de hombres y mujeres indígenas, labor que ha ido trascendiendo de generación en generación a través del tiempo.

En la actualidad Otavalo posee riquezas culturales (costumbres y tradiciones), varios sitios turísticos y un potencial desarrollo comercial; además, se le considera como la capital de las artesanías ecuatorianas.

2.8.2. Competitividad del mercado (5 fuerzas de Porter).

Con el objetivo de realizar un examen sobre la competitividad en el mercado se realizó un análisis de las fuerzas de Michael Porter, esto se debe a que este análisis permite maximizar el conocimiento sobre las principales fuerzas que interactúan en el giro de negocio de la empresa, así se detalla a continuación las 5 fuerzas de Porter:



Figura 13 Cinco Fuerzas de Porter
Fuente: (Baena, 2011)

La Rivalidad entre las empresas

Referente a la rivalidad en la comercialización de sacos de lana en el cantón Otavalo existe varios competidores que se encuentra abasteciendo al mercado estadounidense como el caso del señor Humberto Lema que se dedica a la producción y distribución de sacos de la en Nueva York, pero es necesario resaltar que no es considerado tan fuerte debido a que su disponibilidad no es concurrente en el mercado neoyorquino ya que también tiene negocios en Europa, por su limitado tiempo en Estados Unidos, el Señor Lema no puede abastecer y satisfacer

las necesidades del mercado, lo que permitirá obtener una mayor ventaja para la empresa Teen New York al ofrecer disponibilidad de los sacos de lana a los mejores precios y de manera continua en el mercado y no esporádica, así como también la empresa Teen New York realice apropiadas selecciones de sus hilos para la elaboración de las artesanías textiles y por ende el crecimiento de la empresa al ofrecer productos de alta calidad. Por ende, se impulsará a ser la empresa con mayor comercialización de sacos de lana al ganar posicionamiento en el mercado internacional como en el mercado local.

El poder de negociación de los proveedores

Los principales proveedores para la producción de sacos son los proveedores de lana, en la actualidad existe proveedores en las provincias de Imbabura, Tungurahua, Cotopaxi y Pichincha; además, se dispone de materia prima proveniente de países como Bolivia y Perú. El poder que ejercen los proveedores es casi imperceptible por existir materia prima suficiente en el mercado para abastecer la demanda de hilos para la elaboración de los sacos de lana. Además, para la exportación es necesario tener en cuenta los pedidos la entrega oportuna de los sacos de lana e incluso la disposición de cantidad, variedad y gamas de colores, así cumplir con los clientes en el tiempo acordado, sin ningún tipo de retraso ya que la puntualidad se refleja la seriedad de la empresa.

Amenaza de los nuevos entrantes.

Se puede considerar que la amenaza de los nuevos productores de sacos de lana se encuentra en un término medio, debido a la falta de experiencia, poca maquinaria y tecnología para los terminados, los mismo no les permite producir en grandes cantidades los sacos de lana, pero ello no quiere decir que a futuro no pueda existir ofertantes nacionales que cuenten con gran capacidad de producción de sacos de lana e incluso que pueda abastecer el mercado, dado que actualmente muchas asociaciones y empresas del país han planteado estrategias de mejoramiento y crecimiento de los pequeños y medianos comercializadores de sacos de lana al igual que incrementar la capacidad de producción de sacos de lana así como diferentes tipos de prendas de vestir elaborados de lana.

De acuerdo al análisis de los competidores es importante tomar en cuenta que los productores de sacos de lana una vez que dispongan de suficiente calidad podrían ingresar en el mercado internacional con sacos de lana a precios bajos y con cantidad suficiente lo que permitirá ganar mercado y fidelizar clientes.

Amenaza de productos sustitutos

Es necesario indicar que en el mercado otavaleño desde hace varios años atrás ha existido la amenaza de productos sustitutos como los sacos elaborados con hilos sintéticos que han hecho que los precios sean inferiores. Varias empresas, talleres textiles han visto la necesidad de adquirir otro tipo de materia prima minimizando la calidad del producto al ver que existe mucha competencia en el mercado nacional dejando de lado la calidad y necesidad de los consumidores, de esta forma buscan captar clientes a precios bajos sin darse cuenta que la calidad del producto es uno de los distinguos principales de las artesanías textiles otavaleñas. No se puede pasar por alto la intensa producción que existe de artesanías textiles en el mercado otavaleño elaboradas con algodón, lo cual ha generado a que varios productores busquen ofertar a menores precios y de otro tipo de calidad.

Sin embargo, se debe de considerar la diferente gama de productos textiles provenientes del mercado chino que vienen a los diferentes mercados a precios inferiores de los que se comercializa en el mercado otavaleño.

El poder de negociación de los clientes.

No esta demás considerar el incremento de clientes ya que al contar con varios mercados aumentaran las ventas y por lo tanto las ganancias para la empresa, para realizar negociaciones se debe analizar los mercados ya que cada país cuenta con sus propias estrategias de acuerdo a sus costumbres. Para ofertar los productos la empresa debe tener en cuenta la capacidad de producción y hasta donde puede cubrir ya que los mercados buscan proveedores que mantengan abastecido el mercado para cumplir a tiempo con los clientes, en muchos de los casos las empresas al no cumplir con lo cantidad establecida con los clientes, los clientes deben buscar otro producto sustituto para no perder la clientela que les ha costado mucho trabajo mantenerla.

Se puede mencionar que dentro de una buena negociación esta los acuerdos de pago de la mercadería, de igual manera deben ser a tiempo y en las cantidades acordadas luego de tener la negociación, dependiendo de puede ser el 50% para realizar el pedido y el 50% restante una vez recibida la mercadería ya que la persona que recibe debe verificar que la mercadería llegue en las condiciones, cantidades, colores y calidad establecidas en el contrato. De igual manera se debe verificar que todas las certificaciones se encuentren en correcta forma para la correspondiente comercialización en el país de destino, debe contar con el etiquetado adecuado a los sacos se debe detallar cada una de exigencias que el país tenga para la comercialización de sacos de lana originarias de Ecuador.

2.8.3. ANÁLISIS DEL MERCADO DE ESTADOUNIDENSE

El estudio del mercado estadounidense busca establecer un panorama general sobre las principales características y patrones de consumo, sobre todo en el mercado de la ciudad de Nueva York, para ello se estableció la siguiente matriz informativa:

Información de Estados Unidos

Tabla 15. Información de Estados Unidos

Nombre oficial:	Estados Unidos de América
Capital:	Washington D. C.
Población total:	324.118.000 millones (Año 2016)
Superficie:	9.834 millones km ²
Presidente:	Donald John Trump
Salario mínimo:	1.256,7 dólares USA (Año 2016)
Moneda:	Dólar estadounidense (USD)
Lengua oficial:	Inglés

Forma de gobierno:	República federal democrática
Orígenes étnicos:	Blancos, los indígenas nativos americanos y nativos de Alaska, los asiáticos, los afroamericanos, los nativos de Hawái y las islas del Pacífico.
Situación Geográfica:	Formado por 48 estados situados en el territorio de América del Norte y además Alaska y Hawái. Otras áreas corresponden a los territorios de Puerto Rico, Samoa, Guam y las Islas Virginia.
Fronteras:	Norte: Canadá (zona de los Grandes Lagos). Sur: México (río Bravo), el Golfo de México y el Océano Atlántico. Este: Océano Atlántico. Oeste: Océano Pacífico.
Clima:	Posee desde un clima cálido y tropical como en la Florida hasta frío y seco como en Alaska. El clima está dado por las siguientes estaciones climáticas: La temporada de primavera en Estados Unidos comienza el 21 de marzo y finaliza el 21 de junio. La época de verano en Estados Unidos empieza el 21 de junio y termina entre el 21 y 23 de septiembre. En Estados Unidos, la estación de otoño inicia el 21 de septiembre hasta aproximadamente el 21 de diciembre.

	El invierno en Estados Unidos comienza el 21 de diciembre y finaliza el 21 de marzo aproximadamente.
Principales ciudades y población:	Nueva York (8,405,873 habitantes al 2016) Los Ángeles (3,884,307 habitantes al 2016) Chicago (2,718,782 habitantes al 2016) Houston (2,195,914 habitantes al 2016) Philadelphia (1,553,165 habitantes al 2016) San Francisco (837,442 habitantes al 2016) San Diego (1,355,896 habitantes al 2016) Miami (417,650 habitantes al 2015)
Composición del núcleo familiar	- Edad media del jefe de familia 45 años - No. Total de hogares (MM) 116.7 - Tamaño promedio de los hogares 2.6 per - % de hogares de 1 persona 26.7% - % de hogares de 2 personas 32.8% - % de hogares 3 a 4 personas 29.5% - % de hogares de más de 5 personas 11.0%
Distribución de la población por edades	- Menores de 5 años 6.9% - De 5 a 14 años 13.2% - De 15 a 24 años 14.1% - De 25 a 69 años 56.6% - Más de 70 años 9.1% - Más de 80 años 3.8%
Idioma de negocios:	El idioma oficial de Estados Unidos es el inglés, por esta razón el empresario debe estar preparado para que la negociación se lleve a cabo en este idioma.

Clima político	El clima político en Estados Unidos se encuentra dividido por la elección del presidente Donald Trump, que busca renegociar algunos acuerdos comerciales con diferentes países. Los principales intereses de este país y las renegociaciones pueden afectar a futuras exportaciones desde el Ecuador, con lo cual se tiene que tener en cuenta dicho proceso.
Principales exportaciones:	Refinado de Petróleo, Coches, Aviones, helicópteros, y / o de la nave, Piezas-Repuestos y Medicamentos envasados.
Principales exportaciones del capítulo 61.03	Estados Unidos realizó exportaciones en el 2016 por un valor de USD 222000
Principales importaciones:	Petróleo Crudo, Coches, Computadoras, Refinado de Petróleo y Piezas-Repuestos.
Principales importaciones del capítulo 61.03	Estados Unidos realizó importaciones en el 2016 por un valor de USD. 408 752 000
Reglas generales de Ingreso al mercado	- Para ingresar al mercado estadounidense se tiene que tomar en cuenta las siguientes recomendaciones: Tener una visión clara del mercado y de lo que le interesa al consumidor Crear un mensaje simple, pero contundente - Construir una iniciativa social alrededor del negocio para crear mayor impacto - Conocer todas las normas y reglamentaciones - El agente de aduana es fundamental en el éxito del ingreso de los productos a Estados Unidos

**Formas o estrategias de
negociación con el mercado
estadounidense**

- Las reuniones se programan con mucho tiempo de anticipación y se deben cumplir de manera puntual.
- Evadir respuestas es signo de deshonestidad.
- NO REGATEE. Ofrecer un precio alto para luego bajarlo no es una práctica comercial aceptable.
- Asista a las reuniones en traje completo y sin muchos accesorios.
- Los ejecutivos estadounidenses están dispuestos a tomar riesgos. La toma de decisiones riesgosas suele resultar en los estadounidenses haciéndose con la mayor parte un negocio, o el 100% de este si es posible.
- Los eventos de negocios como las fiestas de cóctel, los juegos de golf, las parrilladas, o las cenas formales o casuales no se pretenden para desarrollar relaciones personales, sino para alcanzar los objetivos del negocio

**Acuerdos Comerciales con
Ecuador**

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), actualmente en el 2018 concede arancel cero o aranceles reducidos a los países beneficiarios. Los países menos desarrollados (LDCs, por sus siglas en inglés) generalmente reciben tratamiento preferencial para ciertos productos y reducciones arancelarias significativas. Cabe mencionar que el acuerdo de ATPDA perdió vigencia el 31 de diciembre del 2017.

Logística internacional

EE.UU. depende principalmente del transporte marítimo. Este medio de transporte se caracteriza por su alta competitividad y por las diferentes aplicaciones para el transporte de mercancías en gran volumen sin importar su estado.

Elementos de infraestructura:

Al ser un país desarrollado, Estados Unidos cuenta con una infraestructura de transportes avanzada: 6.465.799 km de autopistas, 226.427 km de vías férreas, 15.095 aeropuertos y 41.009 km de vías fluviales

Patrones de gastos

- Tener seguridad en cuanto abastecimiento oportuno y cantidades necesarias.
- Alcanzar un negocio a largo plazo y estable.
- Calidad e innovación (valor agregado).
- Que el producto cumpla con los requerimientos de su demanda.
- Precios que permitan tener rentabilidad a la empresa.
- Contar con un proveedor interesado en potenciar su producto, para trabajar conjuntamente, especialmente cuando se trata de apertura del mercado.

Elaborado por: Cinthia Pineda

Fuente: (Expansión & EcuRed & BBC Mundo, 2017)

2.8.4. Requisitos documentales de ingreso de mercancías a USA

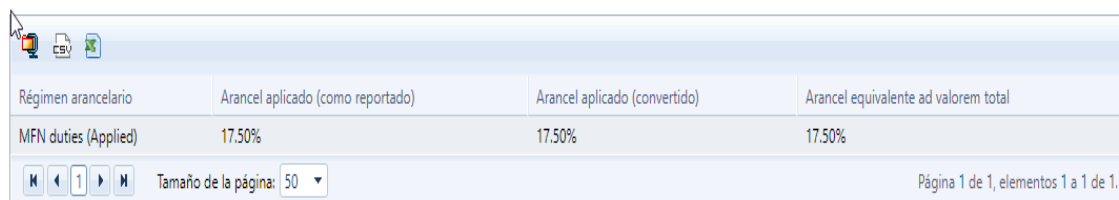
- Los requisitos para ingresar sacos de lana al mercado de los Estados Unidos desde Ecuador son:
- Documento de transporte
- Factura Comercial o documento que acredite la transacción comercial
- Lista de embarque
- Certificado de Origen
- Póliza de seguro

Barreras arancelarias

Producto: 610331 - Chaquetas "sacos" de lana o pelo fino, para hombres o niños (ex. de punto, así como cazadoras y artículos similares)

Socio: Ecuador

País importador: Estados Unidos



Régimen arancelario	Arancel aplicado (como reportado)	Arancel aplicado (convertido)	Arancel equivalente ad valorem total
MFN duties (Applied)	17.50%	17.50%	17.50%

Tamaño de la página: 50

Página 1 de 1, elementos 1 a 1 de 1.

Figura 14. Barreras Arancelarias

Fuente: (Market Access Map, 2017)

Según la cláusula de la nación más favorecida para que Ecuador ingrese al mercado de los Estados Unidos es necesario cumplir con el pago de Aranceles el Ad- Valorem se debe cancelar 17,50%.

Barreras no arancelarias

Los productos textiles deben cumplir con requerimientos de contenido, estampado y etiquetado, establecidos en la Ley de Productos y Fibras Textiles, la cual rige y contiene toda la normatividad referente a la importación de los productos de este sector. A continuación, algunos de sus requerimientos:

El nombre del país de origen de fabricación.

El nombre del fabricante, o identificación de registro emitido por la Comisión Federal de Comercio.

Porcentajes de peso de las fibras y nombres genéricos del textil deben detallarse en la etiqueta, los componentes que representas menos del 5%, deben ser listados como "otras fibras “.

2.9. Análisis de las exportaciones de sacos de lana

Análisis de las exportaciones de sacos de lana de Estados Unidos (En miles de dólares).

Tabla 16. Exportaciones de Sacos de Lana de Estados Unidos

Importadores	Valores exportados en 2012	Valores exportados en 2013	Valores exportados en 2014	Valores exportados en 2015	Valores exportados en 2016
Mundo	6 116	7 908	8 992	10 197	10 221
Canadá	3 225	4 468	6 041	5 167	5 911
Arabia Saudita	0	0	6	0	1 156
Japón	460	610	587	1 610	861
Reino Unido	213	533	388	549	595
Hong Kong, China	286	420	451	556	424
Italia	1 296	1 429	798	801	349
Corea, República de	19	23	102	332	173
España	0	3	0	3	170
Francia	10	72	61	112	147
China	6	13	38	258	71
Los 10 primeros países	5 515	7 571	8 472	9 388	9 857

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Cinthia Pineda

Las exportaciones de Estados Unidos de los sacos han venido creciendo hasta el año 2016 con un valor exportado de USD 10 211 000, en el análisis se observa que el principal país al que se exporta para el año 2016 de la sub partida arancelaria 610331 es Canadá con una participación de mercado de 58%, el seguido es Arabia Saudita con una participación del 11% del mercado mundial y como tercer país al que se exporta es Japón con un 6%, el resto de países como Reino Unido, Hong

Kong, Italia, República de Corea, España, Francia y China no sobrepasan el 5% de las exportaciones cada uno a nivel mundial. Al contabilizar las exportaciones de los 10 países exportadores se obtiene unas exportaciones de USD 9 857 000 y una participación sobre todas las exportaciones del 96% a nivel mundiales, convirtiéndolos en los mayores importadores de esta partida arancelaria.

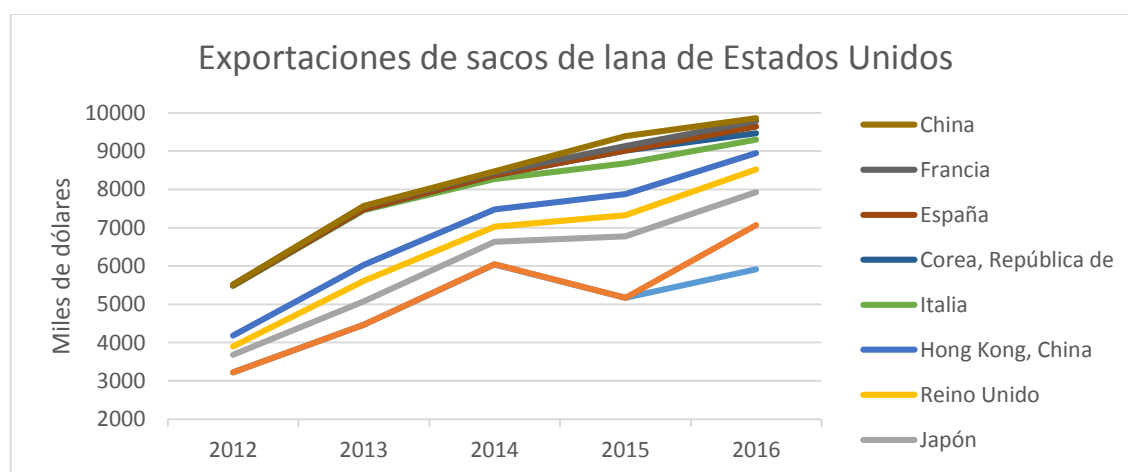


Figura 15. Exportaciones de Sacos de Lana de Estados Unidos
Fuente: Trade Map
Elaborado por: Cinthia Pineda

2.10. Exportaciones de sacos de lana de Ecuador al mundo (En miles de dólares).

Tabla 17. Exportaciones de Sacos de Lana de Ecuador

Importadores	Valores exportados en 2012	Valores exportados en 2013	Valores exportados en 2014	Valores exportados en 2015	Valores exportados en 2016
Mundo	1 121.00	961.00	1 046.00	709.00	403.00
Estados Unidos de América	383.00	305.00	412.00	314.00	222.00
Chile	292.00	361.00	364.00	199.00	107.00
Canadá	69.00	52.00	65.00	53.00	32.00
Reino Unido	39.00	16.00	26.00	23.00	22.00
España	13.00	19.00	18.00	17.00	5.00
Francia	86.00	58.00	55.00	43.00	4.00
Guatemala	21.00	14.00	20.00	7.00	2.00
Panamá	5.00	5.00	5.00	7.00	2.00
Argentina	1.00	3.00	1.00	5.00	1.00
Costa Rica	28.00	3.00	2.00	5.00	1.00
Los 10 primeros países	937.00	836.00	968.00	673.00	398.00

Fuente: Trade Map
Elaborado por: Cinthia Pineda

Las exportaciones que Ecuador realiza de esta sub partida han variado mucho desde el año 2012 al año 2016, el año donde se tuvo mayores exportaciones del periodo analizado fue en el 2012 que hacienden a USD 1 121 000 y descendiendo a USD 403 000 en el año 2016. El principal socio comercial al cual se envían sacos de lana es Estados Unidos de América con una participación del 55% de las exportaciones totales de Ecuador, en segundo lugar, se encuentra Chile con una participación de mercado del 27% de las exportaciones, Canadá con un 8%, Reino Unido con 5% y finalmente Guatemala, Panamá, Argentina y Costa Rica representan un 1% de las exportaciones cada uno. En total los 10 principales destinos de los productos de la partida 620331 representan USD 398 000 que representan el 99% de las exportaciones,

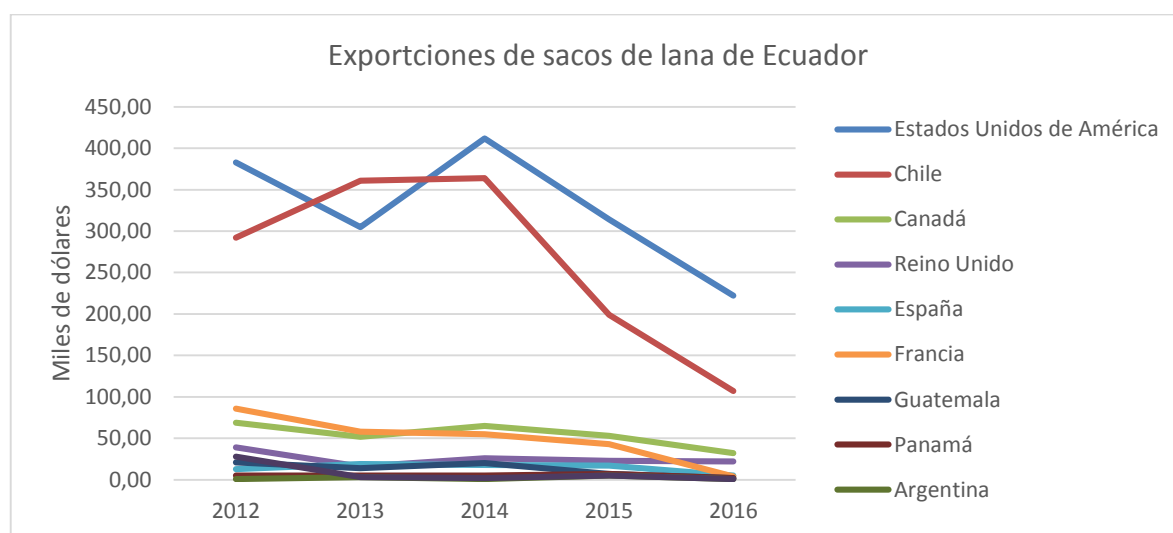


Figura 16. Exportación de Sacos de Lana de Ecuador

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Trade Map

2.10.1. Análisis de la Demanda de sacos de lana.

Análisis de las importaciones de sacos de Ecuador. (En miles de dólares).

La demanda de Ecuador de los productos que pertenecen a la sub partida arancelaria 610331 hasta el año 2014, luego de eso ha venido en decrecimiento hasta el año 2016, en donde se tiene importaciones por un total de USD 318 000. El principal país del cual se importa este producto es Turquía con una participación del 16%, le sigue China con una participación de 14% del total de las importaciones,

Portugal tienen un 13% de las importaciones, Rumania con una participación del 10%, Bulgaria junto con Egipto e Italia y tiene participación del 9% cada uno, finalmente Croacia, España y Marruecos tiene una participación inferior al 5%. En total los diez principales de los cuales se importa representan el 98% de las importaciones de Ecuador.

Tabla 18. Importación de Sacos de Lana del Ecuador

Exportadores	Valores importados en 2012	Valores importados en 2013	Valores importados en 2014	Valores importados en 2015	Valores importados en 2016
Mundo	351	355	489	469	318
Turquía	0	55	61	116	52
China	14	71	92	110	45
Portugal	21	40	38	59	42
Rumania	0	23	38	13	33
Bulgaria	0	15	11	21	31
Egipto	0	19	33	37	31
Italia	54	85	164	71	30
Croacia	0	0	6	3	25
España	22	11	13	20	12
Marruecos	0	10	9	7	10
Los 10 primeros países	111	329	465	457	311

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Cinthia Pineda

Análisis de las importaciones de Estados Unidos (En miles de dólares).

Como se pudo observar en el cuadro anterior Estados Unidos es el principal importador de los productos de la sub partida 610331, las importaciones han venido creciendo desde el 2012 hasta el 2014 en donde ascendieron a un total de USD 454 579 000. El primer país proveedor es Italia con una participación del 18%, le sigue muy pegado China con una participación del 17% del total de las exportaciones, Canadá con un 13%, Indonesia y México tienen un 11% cada uno, Vietnam participa con el 8% de las compras que realiza Estados Unidos, India con un 5% y finalmente Egipto con Turquía tienen un 2% cada uno.

Tabla 19. Importación de Sacos de Lana de Estados Unidos

Exportadores	Valores importados en 2012	Valores importados en 2013	Valores importados en 2014	Valores importados en 2015	Valores importados en 2016
Mundo	406 464.00	435 001.00	454 579.00	444 500.00	408 752.00
Italia	78 291.00	83 842.00	97 036.00	85 550.00	72 332.00
China	69 472.00	72 893.00	74 935.00	72 526.00	68 860.00
Canadá	50 103.00	47 856.00	52 860.00	55 810.00	53 876.00
Indonesia	30 433.00	37 268.00	38 253.00	42 488.00	43 556.00
México	43 140.00	54 845.00	51 995.00	36 765.00	43 193.00
Vietnam	17 245.00	14 694.00	17 531.00	29 287.00	31 466.00
India	27 134.00	39 143.00	35 104.00	35 506.00	20 410.00
Guatemala	9 071.00	11 844.00	8 181.00	10 347.00	11 145.00
Egipto	6 945.00	5 577.00	8 227.00	11 116.00	8 580.00
Turquía	9 358.00	6 553.00	6 671.00	6 980.00	8 111.00
Los 10 primeros países	341 192.00	374 515.00	390 793.00	386 375.00	361 529.00

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Cinthia Pineda

En total los diez principales proveedores de estados unidos representan el 88% de las comprar que realiza este país al mundo, lo que indica que las negociaciones de estos productos están centradas mayormente en estos diez países.

2.11. Balanzas comerciales de los sacos de lana

2.11.1. Balanza comercial de Ecuador (En miles de dólares)

Al analizar la balanza comercial del Ecuador se tiene que las exportaciones de sacos de lana son superiores a las importaciones, esto implica que la balanza comercial es positiva y señala que el Ecuador es un país exportador de sacos de lana.

Tabla 20. Tabla de Balanza Comercial de Ecuador

Concepto	2012	2013	2014	2015	2016
Exportaciones	1 121	961	1 046	709	403
Importaciones	-351	-355	-489	-469	-318
Balanza Comercial	770	606	557	240	85

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Cinthia Pineda

Las exportaciones del Ecuador desde al año 2012 se han mantenido hasta el año 2014 entre un millón de dólares, pero para el 2015 se disminuyó un 32% de las exportaciones y para el 2016 se disminuyó un 43%; en cuanto a las importaciones estas se han mantenido en el año 2012 y 2013 entre los USD 353 000, pero para el 2014 se incrementó un 37%, para el 2015 se disminuyó un 4% y finalmente para el 2016 se disminuyó en un 32%. El saldo de la balanza comercial para el año 2012 es de USD 770 000, pero se ha venido disminuyendo cada año hasta llegar al 2016 con el valor de USD 85 000; esto se debe a que tanto las exportaciones como las importaciones han venido disminuyendo hasta el año 2016.

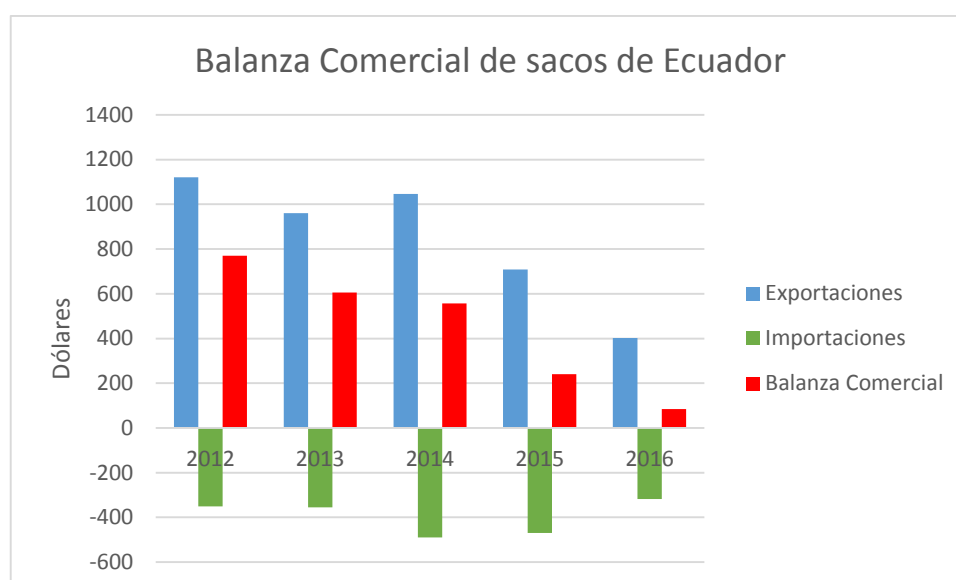


Figura 17. Balanza Comercial de Sacos de Ecuador

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Cinthia Pineda

2.11.2. Balanza comercial de Estados Unidos

La balanza comercial de Estados Unidos indica que este país ha tenido desde el 2012 una balanza comercial de sacos de lana negativa, esto se explica debido a que las importaciones son superiores a las exportaciones con lo que es un mercado potencial para la venta de sacos de lana como mercado internacional.

Tabla 21. Balanza Comercial de Estados Unidos

Concepto	2012	2013	2014	2015	2016
Exportaciones	6116	7 908	8 992	10 197	10 221
Importaciones	-406 464	-435 001	-454 579	-444 500	-408 752
Balanza comercial	-400 348	-427 093	-445 587	-434 303	-398 531

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Cinthia Pineda

Las exportaciones de sacos de lana de Estados Unidos se han venido incrementando desde el 2012 pasando desde USD 6 116 000 hasta llegar a los USD 10 221 000 en el 2016, estas exportaciones no superan de ninguna manera a los valores importados por este país que han venido creciendo desde el 2012 desde USD 406 464 000 hasta el 2015 por un valor de USD 444 500 000, pero se disminuyó un 9% en el 2016 para llegar al valor de USD 408 752 000. La balanza comercial para todos los años analizados ha sido negativa Incrementando desde el 2012 hasta el 2015 y disminuyendo en el 2016 hasta llegar a los USD 398 531 000.

2.12. Matriz F.O.D.A.

2.12.1. Fortalezas

- F1.** Cuenta con productos de calidad
- F2.** Posibilidad de atender la demanda local e internacional de sacos de lana
- F3.** Capacidad de endeudamiento
- F4.** Experiencia en procesos de exportación
- F5.** Permisos otorgados por el Estado de NY para participar en ferias.

2.12.2. Oportunidades

- O1.** Alta demanda de productos de lana en el mercado estadounidense
- O2.** Puntos de venta en Estados Unidos interesados en comprar sacos
- O3.** Acceso a créditos para las pequeñas y medianas empresas
- O4.** Mecanismos como exporta-fácil para exportar en bajos volúmenes
- O5.** Marca país establecida en el mercado estadounidense.

2.12.3. Debilidades

- D1.** Estándares de producción sin definir.
- D2.** Procesos de producción no renovados
- D3.** Comercialización para época de otoño e invierno
- D4.** Altos costos de importación de maquinaria para procesos textiles.
- D5.** No cuenta con una filosofía empresarial

2.12.4. Amenazas

- A1.** Incremento de costos de materia prima en los productos terminados
- A2.** Posibilidad de que los artesanos competencia exporten directamente.
- A3.** Incremento de impuestos y tributos a los sacos de lana
- A4.** Uso de Materia prima sintética de menor costo para textiles en general
- A5.** Ingresos de productos elaborados en Bolivia y Perú.

2.13. Cruce Estratégico FA, FO, DO, DA.

2.13.1. Estrategia FO

- F5 – O5 Utilizar los permisos otorgados para participar en las ferias internacionales, sobre todo cuando el país se encuentra haciendo la promoción de la marca países en distintas ciudades de Estados Unidos. Se debe de hacer nuevas búsquedas de mercados para productos artesanales ecuatorianos.

- F4 – O4 El conocimiento del proceso de exportación al mercado estadounidense le brinda una ventaja a la empresa Teen New York al querer ingresar de mejor manera a dicho mercado, sobre todo cuando el gobierno ha iniciado programas que permiten enviar pequeñas cantidades de productos como incentivos para empresas que desean impulsar el cambio de la matriz productiva.

2.13.2. Estrategia FA

- F2 – A2 La posibilidad de organizarse y atender la demanda necesaria del mercado estadounidense por parte de los artesanos otavaleños puede fomentar que ellos mismos realicen el proceso de exportación dejando a

un lado a la empresa Teen New York. Se debe de utilizar la estrategia de despacho sobre pedidos.

- F1 – A4** La posibilidad de abaratar costos puede hacer que los artesanos puedan buscar utilizar materiales más baratos y disminuya la calidad de los productos a exportar, eso generaría que la empresa no cuente con productos de primera calidad.

2.13.3. Estrategia DO

- D3 – O1** Se debe de generar una estrategia que permita abastecer al mercado creciente en Estados Unidos con la finalidad ingresar la mayor cantidad de producto en las épocas de mayor demanda y no quedarse con inventarios cuando se termine las temporadas de ventas.

- D2 - O3** Debido a que no se tiene procesos de producción no renovada se puede acceder a créditos que permitan renovar la maquinaria y los procesos de producción para tener una amplia variedad de modelos que se renueven en cada una de las temporadas para ofertar en el mercado estadounidense.

2.13.4. Estrategia DA

- D3 – A1** Al tener una demanda estacionaria en el mercado estadounidense no se puede hacer un manejo adecuado de inventarios, lo que puede generar en la empresa un incremento en los costos de producción y en los inventarios de productos terminados que generen perdidas a largo plazo.

- D5 – A2** No contar con una planificación y filosofía empresarial puede hacer que no se establezcan objetivos de crecimiento de la empresa y generando una oportunidad para que exporte los talleres artesanales de la competencia.

2.14. Determinación del Problema de Diagnóstico

Luego de realizar el análisis de la información obtenida de las encuestas, entrevistas y en el estudio de mercado se puede observar que, existe oportunidad de iniciar negociaciones para la venta de sacos de lana al mercado estadounidense; la calidad y aceptación con las que cuentan las artesanías textiles elaboradas en el mercado otavaleño son reconocidas a nivel mundial, lo cual crea una ventaja para la empresa Teen New York al querer exportar sacos de lana, en especial al mercado de estadounidense, sobre todo al tomar en consideración la saturación del mercado local en la venta de sacos de lana, que ha disminuido las ventas de esta empresa. para lo cual se busca solucionar este problema con un “PLAN DE EXPORTACIÓN DE SACOS DE LANA HECHOS A MANO DE LA EMPRESA TEEN NEW YORK HACIA EL MERCADO ESTOUNIDENSE” con la finalidad de incrementar sus ingresos y llegar a nuevos nichos de mercado y mantener la estabilidad laboral de su personal.

CAPITULO 3

PLAN DE EXPORTACIÓN

3.1. Resumen Ejecutivo

3.1.1. Propósito del Plan

Hoy en día es primordial fomentar las exportaciones ecuatorianas, ya que por medio de estas se genera trabajo y recursos para las empresas medianas y pequeñas que se dedican a la fabricación y comercialización de sacos de lana, el cual se apoyan con el máximo desempeño de los artesanos que se encuentran en diferentes regiones. Exportando productos artesanales como sacos de lana donde basada observaciones directas por los propietarios de la empresa Teen New York en el mercado estadounidense, este producto es muy apreciado y tiene una alta demanda en dicho mercado, se ayudaría a incrementar los ingresos y equilibrar la balanza comercial del Ecuador. Los sacos de lana son originalmente producidos en Otavalo y Peguche en los cual los artesanos de estas áreas y sus familias serán altamente beneficiados al Mejor la calidad de vida de estas familias en vivienda, educación y alimentación. También los emprendedores ecuatorianos, así como clientes extranjeros de varias nacionalidades establecidos en el exterior en este caso Nueva York genera un alto nivel de ingresos ya que se les proveerá sacos de lana variados de acuerdo con las preferencias de los consumidores de una forma constante y permanente.

La empresa Teen New York se encuentra en la ciudad de Otavalo desde hace cinco años. Esta empresa se dedica a la importación de telas, el cual los propietarios han decidido mantener un equilibrio económico, por medio de la diversificación de sus productos, es decir hoy en día produce y comercializa en el mercado nacional a mayoristas sacos de lana hechos a mano, que con el paso del tiempo, ha logrado a pesar de la gran oferta que este producto tiene en la ciudad de Otavalo, cuenta con clientes potenciales nacionales pero debido a la crisis que hoy Ecuador atraviesa, es de suma importancia llegar a internacionalizar este producto por parte

de la empresa Teen New York ya que la mayoría de los clientes nacionales ya no optan por comprar este producto en grandes cantidades y la empresa tiene excedentes de producción que puede abastecer la demanda insatisfecha de este producto en el extranjero y por ende con la creación de este plan de exportación se logrará incrementar sus ingresos. Por ende, el presente proyecto pretende dar a conocer a fondo normativas, en caso de existencia de acuerdos comerciales con el país objetivo de este producto, así como la base legal, oferta y demanda para la exportación de los sacos de lana

3.1.2. Perfil de la empresa

La empresa tiene sus orígenes en la ciudad de Otavalo, inicio con el nombre de Ecuadorian Crafts en el año 1990, su fundador fue Antonio Pineda, la empresa se dedicaba a la producción de prendas de lana fabricadas a mano, entre los principales productos se puede mencionar que se confeccionaban sacos de lana, ponchos, bufandas, guantes y otros productos que se demandasen en las distintas temporadas; el emprendimiento vendía sacos de lana y demás productos al por mayor hasta 1994 en donde dejaron el negocio y ciudad de Otavalo; se trasladaron a Canadá y luego a Estados Unidos para trabajar con ropa procedente de la China; en el 2012 retornaron al Ecuador para continuar con el trabajo de los sacos de lana, para ese año la competencia en la producción de sacos de lana era muy fuerte por lo cual delego el negocio a su yerno Luis Cabascango.

Una vez que se hizo cargo Luis Cabascango cambió de nombre de la microempresa a Teen New York y continuo con el negocio de los sacos de lana, pero se ampliaron a otros negocios como la importación de tela desde china con la cual han venido trabajando.

En la actualidad la empresa Teen New York está dedicada a la importación de telas, el cual los propietarios han decidido mantener un equilibrio económico, por medio de la diversificación de sus productos, es decir hoy en día produce y comercializa en el mercado nacional a mayoristas sacos de lana hechos a mano, que con el paso del tiempo, ha logrado a pesar de la gran oferta que este producto tiene en la ciudad de Otavalo, cuente con clientes potenciales nacionales pero debido a la

crisis que hoy Ecuador atraviesa, es de suma importancia llegar a internacionalizar este producto por parte de la empresa Teen New York ya que la mayoría de los clientes nacionales ya no optan por comprar este producto en grandes cantidades y la empresa tiene excedentes de producción que puede abastecer la demanda insatisfecha de este producto en el extranjero.

3.2. Requerimientos Financieros

A continuación, se presenta los recursos financieros necesarios para poner en ejecución el plan de exportación de sacos de lana elaborados a mano al mercado de New York – Estados Unidos.

3.2.1 Detalle de la Inversión Fija

Con el fin de iniciar las operaciones de exportación se requiere equipar las instalaciones de producción de sacos en la ciudad de Otavalo de propiedad del sr. Antonio Pineda, para equipar se requiere la compra de maquinaria necesaria para los obreros y utensilios y accesorios, los costos de la inversión fija se detallan a continuación.

Tabla 22. Utensilios y Accesorios

ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Agujetas	12	\$ 7.00	\$ 84.00
Tijeras	12	\$ 8.00	\$ 96.00
Basureros grandes	8	\$ 25.00	\$ 200.00
Escobas	8	\$ 2.50	\$ 20.00
Recogedores	4	\$ 4.50	\$ 18.00
SUB TOTAL			\$ 238.00

Elaborado por: Cinthia Pineda

Tabla 23. Maquinaria

ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
Maquina recta	1	\$ 350.00	\$ 350.00
SUB TOTAL			\$ 350.00

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.2.1. Total Inversión Fija

De acuerdo con las tablas anteriores se puede determinar que del total de la inversión fija la maquinaria se encuentra en un 45.6% del total de la inversión fija y los utensilios y accesorios conforman un 54.4%, en definitiva, se tiene que la inversión fija asciende a un monto de US\$ 786.00. Esto es debido que la confección de los sacos de lana no requiere mayor inversión en maquinaria ni la construcción de una infraestructura compleja para su funcionamiento. Dado que la empresa cuenta con los activos descritos en el anexo 5.

Tabla 24. Total de la Inversión Fija

ACTIVO	MONTO	PORCENTAJE
Maquinaria	\$ 350.00	45.6%
Utensilios y accesorios	\$ 418.00	54.4%
Total	\$ 768.00	100.0%

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.2.2. Detalle de la Inversión Variable

La inversión variable en la empresa se encuentra constituida por todos los costos y gastos que está en función de la producción de sacos de lana y exportarlos al mercado estadounidense.

3.2.3. Costos de producción

Los costos de producción que se incurren son: la compra de lana como principal materia prima por un valor de US\$ 13 356.00. (Ver tabla 33) además, se tiene el pago de los 8 obreros con sus beneficios de ley durante los 12 meses de trabajo que se cuantifica en US\$ 41 690.52 (Ver tabla 33); finalmente se tiene a los costos indirectos de fabricación en un valor de US\$ 1 116.00 (Ver tabla 33); la siguiente tabla resume la composición porcentual de los costos de producción.

Tabla 25. Costos de Producción

CUENTA	VALOR ANUAL	PORCENTAJE
Materia prima directa	\$ 13,356.00	24%
Mano de obra directa	\$ 41,690.52	74%
Costos indirectos de fabricación	\$ 1,116.00	2%
Total	\$ 56,162.52	100%

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.2.4. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos contemplan todas las erogaciones de dinero que se realiza con el fin administrar las actividades de producción, comerciales y de exportación. En la tabla siguiente se detalla los gastos que se van a incurrir de forma mensual y anual:

Tabla 26. Gastos Administrativos

CUENTA	MENSUAL	ANUAL	PORCENTAJE
Sueldos	\$ 1086.61	\$ 13039.30	69%
Arriendo	\$ 300.00	\$ 3600.00	19%
Agua	\$ 28.00	\$ 336.00	2%
Energía Eléctrica	\$ 65.00	\$ 780.00	4%
Teléfono e internet	\$ 36.00	\$ 432.00	2%
Suministros de Oficina	\$ 25.00	\$ 300.00	2%
Implementos de limpieza	\$ 30.00	\$360.00	2%
Total	\$ 1,570.61	\$ 18,847.30	100%

Elaborado por: Cinthia Pineda

El rubro que mayor gasto administrativo representa es el pago de sueldos con una participación del 69%, el arriendo con un valor del 19%; la energía eléctrica con un valor de 4% y los restantes gastos no supera el 2% del total de los gastos administrativos.

3.2.5. Gastos de Exportación

Para los gastos de exportación se tuvo en cuenta todos los pagos que ha realizado la empresa para poner el contenedor en las condiciones de negociación del

incoterm FOB. Los gastos para obtener el termino ExWork se refieren a poner las etiquetas externas en el producto final por un costo de US\$ 0.05 para cada saco, la funda de embalaje con un costo de US\$ 0.06 por saco y un embalaje global que consiste en una caja de cartón que posee la capacidad de almacenar 60 sacos de lana; los gastos del incoterm FCA representan al arriendo del contenedor, el cargue del contenedor, el transporte del contenedor desde Otavalo al puesto de Guayaquil, la documentación necesaria para la exportación y el pago al agente afianzado de aduana; para los gastos del Incoterm FAS se contempló el pago del aforo, el porteo, la recepción/despacho y el costo del precinto, todos estos costos se los tomo de la empresa Contecon que es la encargada de administrar el despacho y recepción de mercadería en el puerto de Guayaquil. A continuación, se presenta una tabla con los gastos de exportación totales por cada uno de los incoterms:

Tabla 27. Costos de Exportación

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Etiquetas externas	\$ 120.00
Embalaje unitario	\$ 144.00
Embalaje global	\$ 140.00
GASTOS Ex Works:	\$ 404.00
Arriendo del contenedor	\$ 494.80
Carga-Estiba contenedor	\$ 20.00
Transporte interno (B-M)	\$ 420.00
Documentos de exportación	\$ 76.00
Agente Afianzado de Aduanas	\$ 225.00
GASTOS FCA:	\$ 1,235.80
Aforo	\$ 92.78
Porteo	\$ 43.30
Recepción/Despacho	\$ 37.11
Precinto	\$ 11.41
GASTOS FAS:	\$ 184.60
Documentos de embarque	\$ 98.00
Carga-estiba	\$ 160.83
Tributos	\$ 514.42
GASTOS FOB	\$ 773.25
TOTAL	\$ 2,597.65

Elaborado por: Cinthia Pineda

Los costos para incurridos para el incoterm FOB contempla los documentos de embarque, la carga del contenedor y los tributos aduaneros de despacho de la

exportación. Como se observa los gastos para el incoterm FCA es el gasto de exportación que tiene mayor peso en el proceso de exportación con un 47.6%, los gastos FOB representan un 29.8% del gasto de exportación, los gastos ExWork un 15.6%, los gastos FAS no sobrepasan el 8%.

3.2.6. Capital de Trabajo

El total de inversión variable es conocido tradicionalmente como capital de trabajo y este tiene un valor de US\$ 77 607.46, como se detalla en el cuadro siguiente este monto es necesario disponer para poder exportar un contenedor de sacos de lana al año; por ello, se hace indispensable contar con dinero para cubrir los costos de producción detallados anteriormente que ascienden a US\$ 56 162.52, en gastos administrativos se ha proyectado un monto de US\$ 18 847.30; y, finalmente los gastos de exportación por US\$ 2 597.65. Es evidente que los costos de producción siguen siendo el rubro con mayor participación al tener un 72,4% del capital de trabajo global de la empresa, los gastos administrativos representan un 24.3% de capital, que si bien es cierto es un monto considerable, no es tan significativo y los gastos de exportación solo representan un 3.3% del capital de trabajo.

Tabla 28. Capital de Trabajo

CUENTA	VALOR MENSUAL	PORCENTAJE
Costos de Producción	\$ 56,162.52	72.4%
Gastos Administrativos	\$ 18,847.30	24.3%
Gastos de Exportación	\$ 2,597.65	3.3%
Total capital de trabajo	\$ 77,607.46	100%

Elaborado por: Cinthia Pineda

Resumen de la Inversión

El total de la inversión necesaria para la exportación de sacos de lana a Estados Unidos es de US\$ 78 375.46; este valor se encuentra constituido por la inversión fija que representa un 1%, la inversión variable que representa un 99%.

Tabla 29. Total Inversión

INVERSION	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Fija	\$ 768.00	1%
Inversión Variable	\$ 77,607.46	99%
TOTAL DE INVERSION	\$ 78,375.46	100%

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.2.7. Estructura del Financiamiento

El financiamiento para el presente plan de exportación se base en el análisis del balance general de la empresa (ver anexo 5), en el cual se obtiene que índice de endeudamiento igual a 0 lo que le permite endeudarse sin comprometer su liquidez.

En tal sentido el financiamiento se divide en inversión propia por un monto de US\$ 48 375.46, este monto será financiado en partes iguales por tres integrantes de Teen New York en montos similares, ya que cada uno de ellos posee actividades comerciales separadas y desean unirse para concretar el presente proyecto. La inversión financiada se la realizará a través de una entidad financiera por un monto de US\$ 30 000.00. El crédito se lo obtendrá en BanEcuador que es una institución financiera pública que apoya los emprendimientos y el cambio de la matriz productiva que son parte del objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir; las condiciones para el préstamo es un plazo de 5 años, a una tasa de interés del 11.07% anual. Los pagos se realizarán anualmente al realizar el proceso de exportación y obtener las ganancias. La tabla de amortización se la presenta en el anexo 4.

Tabla 30. Estructura de Financiamiento

INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Propia	\$ 48,375.46	62%
Inversión Financiada	\$ 30,000.00	38%
TOTAL	78,375.46	100%

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.3. Localización de la Microempresa

3.3.1. Macrolocalización

Teen New York se encuentra en la provincia de Imbabura, Cantón Otavalo, a 30 minutos de la ciudad de Ibarra y una hora 30 minutos de la ciudad de Quito, ubicada en la zona norte del Ecuador en donde se desarrolla la mayor actividad de confección y venta de artesanías en el Ecuador.

Figura Mapa de Imbabura



Figura 18. Mapa de Imbabura

Fuente: (Dirección de planificación-GPP, 2009)

3.3.2. Micro localización

La empresa Teen New York se encuentra ubicada en la calle Sucre No. 707 y Piedrahita, aquí se encuentran las oficinas y la bodega en donde se almacenan los sacos de lana elaborados.

3.4. Datos Generales de las Actividades de la Empresa

3.4.1. Productos

Los sacos de lana están compuestos por lana de oveja de los cuales se puede determinar una variedad de modelos de sacos 100% originales y al gusto del

cliente, además de producirá sacos de lana en los colores blanco y gris; y se dispondrá de una sola talla.

Para determinar el contexto del producto exportar respecto al tema de estudio el cual es el plan de exportación de la partida arancelaria 610331 correspondiente a Chaquetas "sacos" de lana o pelo fino, para hombres o niños (exc. de punto, así como cazadoras y artículos similares).

3.4.2. Características y usos del producto

Con lo que se refiere a las características los sacos son fabricados con lana de oveja, son prendas unisex para la vestimenta. Esta materia prima es una fibra natural ideal para el uso en zonas frías al permitir mantiene el calor corporal.

Llano (2011), establece que las características que presenta este tipo de producto por ser confeccionado con lana de oveja son explicadas a continuación:

Absorción de humedad: es la mayor ventaja con la que cuenta este tipo de fibra en comparación a otras ya que puede absorber hasta un 30% en peso de vapor de agua sin tener la sensación que esté húmeda.

Repelencia superficial: en lo que se refiere a la superficie de la fibra hay una delgada capa de material ceroso que le otorga la propiedad de impermeabilidad la cual permite a la lana repeler superficialmente líquidos.

Aislamiento térmico: la prenda de lana tiene como principal función proporcionar abrigo en época invernal y fresca en verano debido a que su estructura fibrilar permite atrapar el aire a efectos del volumen de los rizos de la lana produciendo de esta forma un aislamiento térmico.

3.4.3. Capacidad de producción:

Para el proceso de elaboración de los sacos es necesario obtener fibra natural de la oveja, es decir es la lana que dependiendo de las necesidades del diseño y estilo se puede necesitar que sea blanca o de colores, luego se procede con el tejido

aplicando diferentes puntadas de acuerdo con el diseño de saco requerido (forma y estilo, detalles en patrones y figuras, gamas de colores, etc.). Una vez concluida la obra se procede a su doblado, empaquetado y guardado hasta el momento de sacarlo a la venta.

Para la confección de los sacos manualmente (artesanal) requiere mayor tiempo de dedicación. A continuación, se detalla la producción obtenida por persona en cada frecuencia de tiempo:

Tabla 31. Capacidad de Producción de Sacos de Lana

FRECUENCIA	SACOS POR PERSONA	SACOS 8 PERSONAS
Diario	1.25	10
Semanal	6.25	50
Mensual	25	200
Anual	300	2400

Elaborado por: Cinthia Pineda

Fuente: Entrevistas

De acuerdo con la información de la tabla anterior se llega a la conclusión que la producción anual es de 300 sacos de lana de oveja que son elaborados manualmente por cada artesano, es decir que la empresa al contar con 8 trabajadores tendrá una producción total de 2400 sacos de lana anuales. La elaboración artesanal es modesta frente a los grandes volúmenes obtenidos con la producción industrial mediante el manejo de maquinarias textiles, pero son los detalles y la calidad del acabado lo que permite que este tipo de sacos tenga la aceptación en el mercado interno e incluso internacionalmente.

La mercadería será ajustada de acuerdo a la cantidad que se pueda transportar en el contenedor y la mercadería sobrante será destinada para la venta en el mercado local, logrando de esta manera llegar a cubrir las necesidades del mercado internacional y nacional.

3.4.4. Flexibilidad para la producción.

Dada las bondades del clima del Ecuador, los sacos de lana son prendas de vestir utilizadas especialmente en la sierra, su uso es frecuente como parte de la vestimenta cotidiana y tal vez se refuerza en las épocas de lluvia. Los factores expuestos son los que no condicionan la producción de dichas prendas a fechas específicas, por lo que no presenta una estacionalidad y su confección es constante.

Los volúmenes producidos, en cambio, si varían de acuerdo con la disponibilidad de la mano de obra mas no signifique una escases o abundancia de los sacos en épocas claves; por lo contrario, es la demanda la que regula la producción de esta y otras prendas textiles de fibra de oveja.

3.5. Pensamiento Estratégico

3.5.1. Logotipo



Figura 19. Logotipo Teen New York
Elaborado por: Cinthia Pineda

3.5.2. La misión

TEEN NEW YORK es una empresa ecuatoriana. El propósito es ser líder en la elaboración, comercialización y exportación de sacos de lana de oveja con excelente calidad y con características distintivas de la competencia que permita captar la preferencia de los consumidores, generando beneficios a los empleados y socios, proyectando al sano crecimiento de nuestra empresa tanto nacional como internacional.

3.5.3. La visión y los valores

Para el 2022 ser la empresa ecuatoriana líder en elaborar, comercializar y exportar sacos de lana con modelos exclusivos y de calidad en el mercado local como en el mercado internacional mediante la utilización de materia prima de alta calidad, proporcionando a los clientes un producto con características propias de la lana como: finura, flexibilidad, suavidad y brillo, donde lo principal es permanecer dentro de los gustos y preferencias de consumidores más exigentes, haciendo que todo el equipo de trabajo participe de manera proactiva con la finalidad de obtener resultados positivos.

3.5.4. Nuestros valores

- Trabajo en equipo
- Compromiso
- Lealtad en el trabajo
- Innovación
- Equidad laboral
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Innovación

3.5.5. Objetivos empresariales

- Ser la empresa líder en la elaboración de textiles de alta calidad y comercializador de sacos de lana.
- Ampliar el catálogo de sacos de lana a la vanguardia de las necesidades de los clientes proporcionando calidad, variedad y cantidad; cumpliendo así con el requerimiento del cliente.
- Mejorar la calidad de vida de quienes forman parte la empresa Teen New York al ofrecer una condición de trabajo a adecuado y un buen clima laboral.
- Promover la capacitación y mejora continua del equipo de trabajo con la finalidad de incrementar la productividad y generar valor agregado en los productos.

- Velar por la prosperidad de los indicadores de crecimiento, rentabilidad, responsabilidad social, ambiental y costos para un crecimiento continuo de la empresa.

3.5.6. Organización

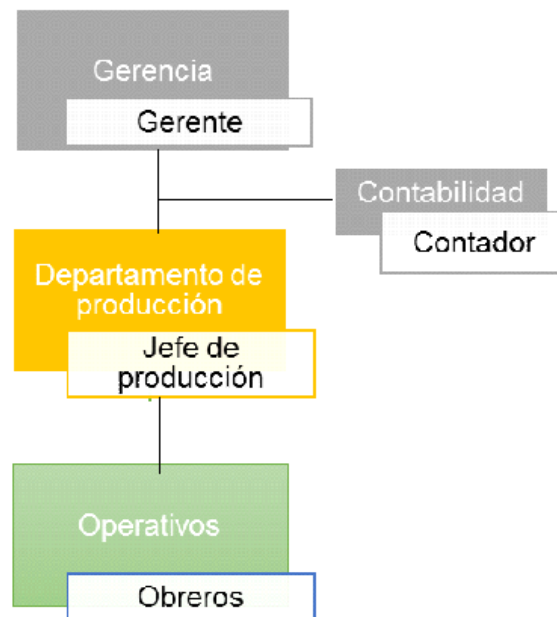


Figura 20. Organigrama
Elaborado por: Cinthia Pineda

3.5.7. Manual de Funciones

IDENTIFICACION DE CARGOS

Nombre del cargo:	Gerencia
Dependencia:	Área Administrativo
Cargo del jefe inmediato:	Ninguno
Solicita reportes y reporta a:	Contador, jefe de producción, jefe de compras y abastecimiento y jefe de comercialización

Funciones esenciales

Representa legalmente a la empresa y es el responsable de la contratación del personal, vigilancia de procesos de envíos, encargado de la evaluación del desempeño del personal.

Administrar y organizar el taller de forma óptima para que se cumpla a cabalidad todas las metas que se han establecido

Controlar y supervisar a cada departamento del taller.

Gestiona los recursos financieros necesarios para el funcionamiento del taller.

Realiza pagos de materias primas.

Gestiona el buen funcionamiento de la empresa.

Perfil

Nivel Académico

Ingeniería en Comercio Internacional, Contable, Ingeniero Comercial. Preferentemente con Maestría en Finanzas o Administración de Empresas.

Experiencia

De 3 a 5 años en el cargo o puestos similares.

Nombre del cargo:	Jefe de Producción
Dependencia:	Área de Producción
Cargo del jefe inmediato:	Gerencia
Solicita reporte y reporta a:	Gerencia, contador y jefe de comercialización

Funciones esenciales

Gestionar y supervisar al personal a su cargo.
 Realiza ordenes de pedidos de materia prima a proveedores
 Organizar y planificar el aprovisionamiento de materia prima para la elaboración de los sacos de lana
 Optimizar los procesos de trabajo
 Llevar registros de la producción por cada obrero
 Gestionar el acopio de los sacos de lana en la bodega
 Reportar los niveles de inventarios a gerencia

Perfil

Nivel Académico

Técnico o Graduado en Ingeniera Industrial y/o Mantenimiento

Experiencia

De 1 año a 2 años de experiencia en cargos o puestos similares.

Nombre del cargo:	Obrero
Dependencia:	Área de producción Jefe de producción, Gerente
Cargo del jefe inmediato:	propietario.
Solicita reporte y reporta a:	

Funciones esenciales

Realiza requerimiento de materia prima
Elabora los sacos de lana para la empresa
Reporta la existencia de productos terminados
Reporta el uso y desgaste de herramientas
Solicita modelos para la producción
Realizan la entrega de producto

Perfil

Nivel Académico

Estudios primarios o secundarios

Experiencia

De 1 año de experiencia en cargos o puestos similares.

3.6. Actividades de Comercialización y Estrategias

3.6.1. Estrategia de producto

Como una empresa ecuatoriana con propietarios indígenas, en los diseños de los sacos se recalcará su cultura, el cual, según la entrevista a uno de los compradores, el hecho que se remarque que son hechos a mano es lo que más valor agregado da a sus productos. Así como también se comprará materia prima de calidad es decir se observará que la lana no tenga materiales innecesarios que produzca que la lana pique, así como también los cierres serán de excelente calidad así incrementar la fidelidad de nuestros clientes.

El control de calidad lo realiza el jefe de producción con el fin de cumplir con los estándares de calidad para que el producto pueda ser exportado, en el caso de no pasar el control de calidad, los sacos son regresados a acabados para que se realice las correcciones necesarias para su exportación; seguido de este proceso se realiza el empacado de los sacos de lana en fundas de plástico que protegen al saco y posteriormente se pone en la caja de cartón para almacenarlo hasta el momento de exportación.

Tallas

El gerente señaló que dado el proceso de producción y las características de venta es importante que se realice una sola talla para que nuestro producto sea comercial y el proceso sea rápido.

Colores

Existe alrededor de 22 colores naturales distintos que se utilizan a la hora de realizar sacos de lana, pero según el estudio de mercado en el mercado estadounidense se establece que la preferencia es hacia los colores naturales como el blanco y gris. Cabe resaltar que se puede hacer la mezcla de algunos colores de lana según el modelo a fabricar, a partir de la mezcla de colores se puede obtener una infinidad de colores naturales.

Etiquetado

En cuanto a los requisitos del etiquetado para ingresar productos textiles a Estados Unidos se tiene que incluir el origen del producto, la talla, la marca registrada, instrucciones de cuidado y conservación, número de identificación registrado, símbolos y finalmente el porcentaje de fibras o lana.

Embalaje

En lo que se refiere al embalaje de la mercadería se realizará en cajas de cartón corrugado que se manda a fabricar con las siguientes dimensiones: 1,10 m x 0,84 m x 0,79 m; en cada unidad entrarán 60 sacos de tamaño grande. El cartón debe llevar impresiones detalladas que facilitan la manipulación y proporcionan información clave conforme a lo establecido por la normativa internacional.

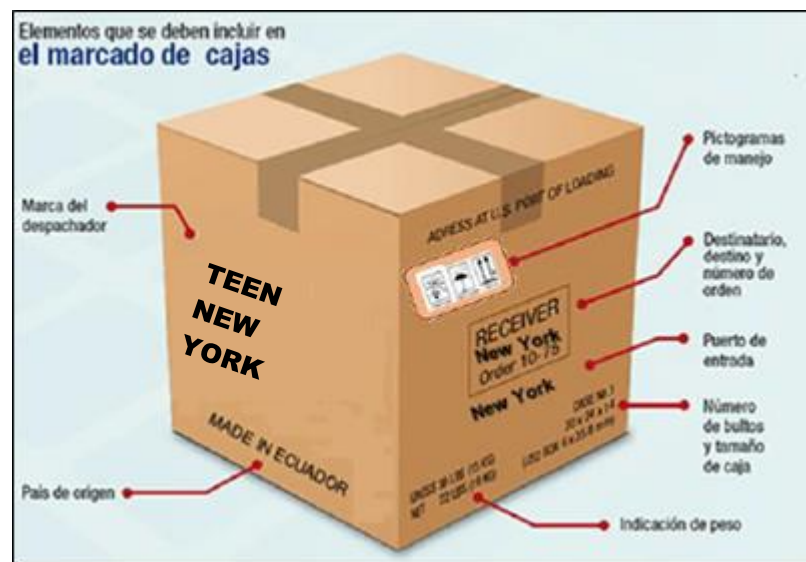


Figura 21 Mercado de cajas
Fuente: (Urrego, 2013)

Mercado

Consiste en las imágenes impresas en la caja las cuales representan instrucciones del manipuleo y cuidado que debe tener la mercadería contenida en este recipiente.

Los pictogramas se muestran en una parte visible en el exterior de la caja y serán de dos tipos: sobre aspectos del ambiente (proteger del calor y humedad) y forma de ubicar la carga (que lado debe ir hacia arriba).



Figura 22 Pictogramas
Fuente: (Anónimo, 2013)

También estará impreso en la caja datos tales como: contenido, unidades, peso e información clave sobre destino, puerto, etc.

3.7. Estrategia de Precio

De acuerdo con las encuestas realizadas a diferentes clientes y la observación de la competencia se dice que en el mercado estadounidense el precio al que se adquieren los sacos de lana se encuentra en un rango de US\$ 35 a US\$ 40 dólares de acuerdo con las condiciones de calidad y durabilidad que posean cada unidad vendida.

Para determinar el precio de exportación en el término de negociación FOB se realizó un desglose de cada uno de los incoterms desde el precio de venta de cada uno de los sacos hasta el valor del saco en termino FOB, en la siguiente tabla se detalla cada uno de los gastos que se incurre en el proceso de exportación.

El precio final de cada uno de los sacos puesto sobre en el buque en el puerto de Guayaquil es de US\$ 43.08; el precio de una caja que contiene 60 sacos es de US\$ 2 584.94; y, el precio del contenedor de 20 pies asciende a un valor de US\$ 103 397.65.

Tabla 32. Determinación del Costo FOB

CONCEPTO	Valor Unitario	Unidad de Exportación	Valor Total
Precio de Venta:	\$ 42.00	\$ 2,520.00	\$ 100,800.00
Etiquetas externas	\$ 0.05	\$ 3.00	\$ 120.00
Embalaje unitario	\$ 0.06	\$ 3.60	\$ 144.00
Embalaje global	\$ 0.06	\$ 3.50	\$ 140.00
 Ex Works:	 \$ 42.17	 \$ 2,530.10	 \$ 101,204.00
Arriendo del contenedor	\$ 0.21	\$ 12.37	\$ 494.80
Carga-Estiba contenedor	\$ 0.01	\$ 0.50	\$ 20.00
Transporte interno (B-M)	\$ 0.18	\$ 10.50	\$ 420.00
Documentos de exportación	\$ 0.03	\$ 1.90	\$ 76.00
Agente Afianzado de Aduanas	\$ 0.09	\$ 5.63	\$ 225.00
 FCA:	 42.68	 2561.00	 102439.80
Aforo	\$ 0.04	\$ 2.32	\$ 92.78
Porteo	\$ 0.02	\$ 1.08	\$ 43.30
Recepción/Despacho	\$ 0.02	\$ 0.93	\$ 37.11
Precinto	\$ 0.00	\$ 0.29	\$ 11.41
 FAS:	 \$ 42.76	 \$ 2,565.61	 \$ 102,624.40
Documentos de embarque	\$ 0.04	\$ 2.45	\$ 98.00
Carga-estiba	\$ 0.07	\$ 4.02	\$ 160.83
 FOB SIN ADUANA PAGADA	 \$ 42.87	 \$ 2,572.08	 \$ 102,883.23
Tributos	\$ 0.21	\$ 12.86	\$ 514.42
 FOB CON ADUANA PAGADA (USD)	 \$ 43.08	 \$ 2,584.94	 \$ 103,397.65

Elaborado por: Cinthia Pineda

La confección de tejidos con lana 100% natural es el valor agregado más apreciado en el mercado estadounidense, lo que ha generado que se pague precios superiores a los US\$ 70; se tiene que tomar en cuenta que la calidad de los acabados hace que la clientela responda favorablemente al momento de realizar la compra.

El precio se espera que no varíe durante los primeros años dados que se basa en el coste de producción; por otro lado, en caso de existir alguna variación significativa en dicho costo se podría negociar con los clientes.

3.8. Punto de Equilibrio

La producción y exportación de sacos de lana demandan de la amortización de una suma de dinero importante para producir sacos de lana todo el año y recuperar el total de la inversión al momento de concretar la exportación; es por ello, que se hace indispensable para este caso calcular el punto de equilibrio tanto en la venta de unidades físicas de sacos, como en la venta en unidades monetarias.

3.8.1. Punto de Equilibrio en Unidades Físicas

El punto de equilibrio en unidades físicas busca establecer la cantidad de sacos de lana que se tiene que vender para alcanzar a cubrir los gastos administrativos y no tener pérdidas para la empresa; a continuación, se realiza el proceso de cálculo:

$$PE_{Unid} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$PE_{Unid} = \frac{\$ 21\,882.95}{\$42 - \$23.40}$$

$$PE_{Unid} = 1177 \text{ Sacos al año}$$

En total se tiene que vender 1177 sacos al año para poder cubrir todos los costos de producción, los gastos administrativos y de exportación.

3.8.2. Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias

El punto de equilibrio en unidades monetarias representa al igual que el anterior la cantidad de dólares que se tiene que vender para poder solventar los costos y

gastos de tal manera que la empresa no obtenga perdidas; a continuación, se realiza los cálculos:

$$PE_{US\$} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio}}}$$

$$PE_{US\$} = \frac{\$ 21\,882.95}{1 - \frac{\$23.40}{\$42}}$$

$$PE_{US\$} = \frac{\$ 21\,882.95}{1 - 0.5572}$$

$$PE_{US\$} = \$49\,415.89$$

Se tiene que vender sacos por un monto de US\$ 49 415.89 para continuar con las operaciones de la empresa.

En el cuadro anterior se detalla gráficamente el proceso que se tiene que seguir para que el pago de la carta de crédito se haga efectivo, sobre todo al tener en cuenta que una carta de crédito es un instrumento financiero a favor del exportador por un banco para facilitar la venta de productos y mercaderías, este documento especifica la fecha de embarque y la fecha de vencimiento, un detalle de la mercadería a ser enviada y enumera los documentos a ser presentados para poder hacer efectiva la carta de crédito y solicitar el pago.

Almacenamiento

El almacenamiento de los sacos de lana se los realizará en las instalaciones que posee la empresa en la actualidad en la calle Sucre No. 707 y Piedrahita, dado que se almacenará toda la producción hasta el momento de la exportación se utilizará 40 cajas de cartón con las siguientes dimensiones: 1.10 m de largo, 0.84 m de ancho y 0.79 m de alto; cada caja tiene la capacidad de almacenar 60 sacos de lana embalados con su respectiva funda de embalaje. Para almacenar las 40 cajas se necesita un espacio aproximado de 31 metros cuadrados con el fin de mantener segura la mercadería.

Transporte y distribución

Una vez seleccionado el Incoterm FOB, el transporte que se utilizará en la operación es marítimo, este tipo de transporte es el más utilizado a nivel mundial debido a su capacidad de carga y bajos costo, pero la mayor desventaja que se presenta es el tiempo de movilización de la mercadería ya que desde el punto de embarque (Ecuador), hasta su destino final (New York) suelen pasar entre 20 días y dos meses.

Existe una amplia variedad de contenedores entre los cuales podemos contar los contenedores comunes de 20 y 40 pies, contenedores refrigerados, contenedores cisterna, flexitanque, contenedor abierto, contenedores flat rack y contenedores granelero. Para el presente proceso de exportación se utilizará un contenedor común de 20 pies de dimensión, este contenedor tiene la capacidad de transportar 25 toneladas de peso neto o 33 metros cúbicos en volumen.

El cubicaje de la mercadería es el proceso mediante el cual el operador acomoda las cajas de cartón que contiene la mercancía sobre el contenedor dando la adecuación de la carga que permite optimizar el espacio y el tiempo asegurando así el proceso de exportación. Conforme las dimensiones internas del contenedor se pueden cargar 42 cajas en las cuales cada una contiene 60 sacos, para la producción que tiene la empresa se necesita de 40 cajas para empacar los 2400 sacos; el saco de lana tiene un peso de 2.2 kg y las cajas 3,12 kg; con un total de 2.400 sacos su peso total representa 5280kg; mientras que el peso bruto de los cartones es 124.8 kg teniendo un contenido neto de embalaje de 5404.80 kg.

El contenedor de 20 pies con los sacos de lana será transportado desde la ciudad de Otavalo hasta el puerto de Guayaquil ya que mediante la negociación se determinó el medio de transporte marítimo al ser el más conocido y utilizado para el transporte de sacos de lana, el costo de transporte del contenedor es de USD 400; una vez se encuentre en el puerto de Guayaquil se enviará la mercadería hasta el puerto de New York lugar donde revisará el comprador para su posterior traslado al almacén.

El puerto aduanero de llegada en New York es el de New Jersey y desde allí la mercadería será trasladada en transporte terrestre hasta la bodega del comprador.

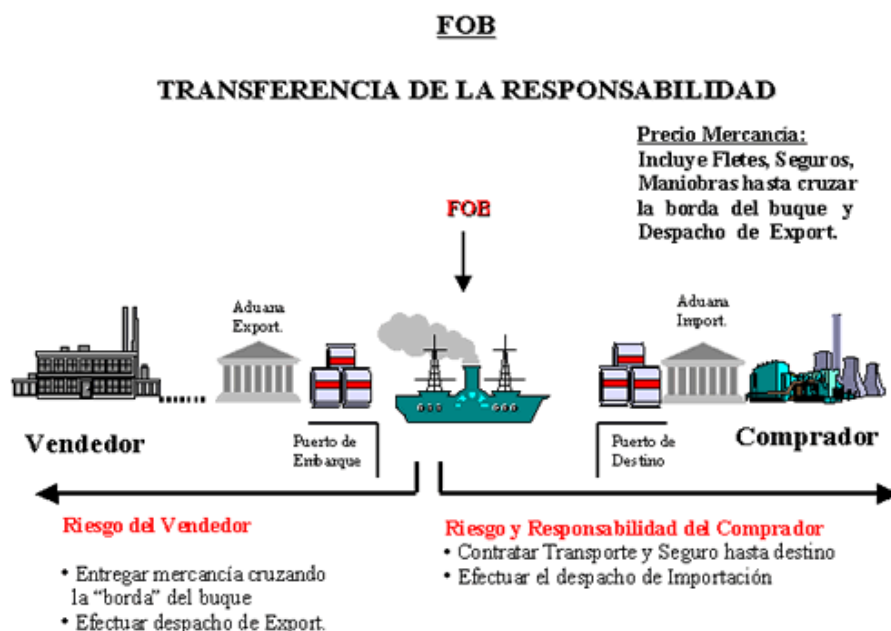


Figura 23. Incoterm FOB

Fuente: (INCAE, 2014)

Servicio al cliente

El contacto con los clientes juega un papel muy importante al momento de verificar el nivel de satisfacción de los clientes en la operación de exportación, en particular Teen New York debe realizar el seguimiento de la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de los requisitos establecidos en la negociación, que permitan realizar correcciones en la organización para posteriores embarques de mercadería.

La recepción de información se las realizará a través de quejas, encuestas o cuestionarios que se pedirá que llenen los clientes una vez finalizado el proceso de exportación. Como parte del proceso de mejora continua en la empresa es precisamente la posibilidad de aumentar la satisfacción del cliente, lo que permitirá identificar oportunidades de mejora.

3.9. Flujo del proceso de exportación

La actividad de exportación debe seguir un proceso de tal manera que se cumpla con la normativa respectiva tanto en el país de origen como para el país de destino, pero previo al proceso específico de exportación se deben realizar los siguientes pasos previos a la exportación que dan cabida al proceso de exportación en sí:

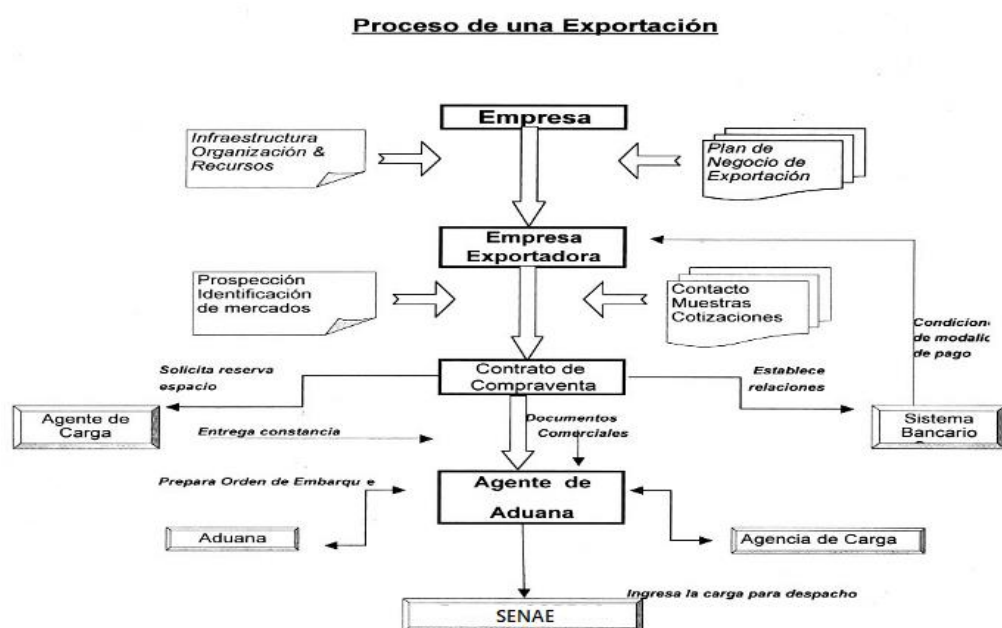


Figura 24. Proceso de Exportación

Fuente: (Revista Judicial, 2014)

1. Inicio de las negociaciones.
2. Firma del contrato de aceptación de ambas partes.
3. Recepción y fabricación del pedido
4. Análisis de la logística para el envío solicitado
5. Selección del transporte
6. Seguimiento del envío hasta el punto acordado
7. Cobro del pedido según el Incoterm acordado

Una vez confirmado los contactos y establecido el cliente, se inicia el proceso de exportación mediante los documentos de acompañamiento y soporte.

3.9.1. Documentos de acompañamiento

Según lo dispuesto en el Reglamento al Título de las Facilitación Aduanera para el Comercio, administrado por (Correa, 2011) del Libro V del COPCI en el artículo 72 explica que: “Constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación.”

3.9.2. Documentos de soporte

En el Reglamento al Título de las Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del COPCI administrado por (Correa, 2011) en el artículo 73 explica sobre los documentos de soporte mismos que son los que avalan la autenticidad de la mercadería y que la misma pueda movilizarse en la aduana.

Los documentos serán originales (electrónicos o físicos) y deberán reposar en el archivo del declarante o su agente de aduanas al momento de la presentación o transmisión de la declaración aduanera, dichos documentos deben ser conservados durante el plazo de cinco años según lo dispone la ley. Los documentos de soporte son tres: documentos de transporte, factura comercial y certificado de origen.

a) Documentos de transporte. - Es el conocimiento de embarque el cual puede ser: **marítimo** o Bill of Lading (su nombre en inglés, con las siglas B/L); **terrestre**: Carta de porte Internacional (con las siglas CPI); **aéreo**: Airway Bill es el realizado por la International Air Transport Association (IATA); este documento acredita la propiedad de las mercancías, tal documento podrá ser transferido hasta antes de la transmisión o presentación de la declaración aduanera.

Es el tipo de contrato que sirve para salvaguardar la carga y al receptor de la carga frente al dueño del navío que presta el servicio de transporte, con el fin de proporcionar confianza a las partes involucradas en el flete del buque.

b) Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial. La factura confirmará a la aduana el valor realmente pagado por la mercancía en la transacción comercial. Es necesario presentar la factura

original, aun cuando esta sea digital, su aceptación estará sujeta a las normas de valoración relativas al control aduanero.

La factura comercial es el documento más significativo en la transmisión de la información, lo emite el exportador al comprador de la mercadería; con el valor total pagado por la mercancía se puede realizar el cálculo de los tributos a pagar en destino, este informe detallado además sirve para el despacho aduanero en origen y en destino.

c) Certificado de Origen. - Este documento certifica el origen del producto, si el caso pertenece se obtendrá la liberación del pago de tributos al comercio exterior, al amparo de convenios o tratados internacionales.

Requisitos y trámites de exportación

Para la exportación es necesario cumplir con algunos trámites lo cual requieren del cumplimiento de tres requisitos indispensables como son: la obtención del Registro Único del Contribuyente (RUC), la firma electrónica y el registro en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE). A continuación, se procede a explicar que es y cómo se obtiene cada uno de ellos.

Registro Único de Contribuyente

El Registro Único del Contribuyente (RUC) expide el Servicio de Rentas Internas (SRI). Al inicio del trámite de exportación, todas las personas naturales o jurídicas deberán estar registradas en el RUC.

Obtención de firma electrónica

La firma electrónica surge de la necesidad en las organizaciones de reducir sus costos e incrementar la seguridad de sus procesos internos, es por ello que se hace uso de medios electrónicos que permitan agilizar los procesos, reducir los tiempos y minimizar el uso del papel. El certificado digital para la firma electrónica y autenticación lo otorga el registro civil en las siguientes direcciones:

Matriz – Quito - Av. Amazonas y NN UU edificio la Previsora. Página Web - www.bce.ec.

Security Data Quito, oficina - calle Río Palora Oe2-37 y Amazonas (sector antiguo aeropuerto) en el Edificio de JR ELECTRIC SUPPLY en su planta baja; su página web es www.securitydata.net.ec/

La firma electrónica la puede solicitar tanto una persona natural como personas jurídicas, los requisitos para cada uno de ellos son distintos.

Requisitos Persona Natural

- Copia de cédula a color.
- Copia de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores a sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad).
- Copia de la última factura de pago de luz, agua o teléfono.

Para la expedición de los certificados de firma electrónica existen tarifas conforme lo mencionado en la Resolución Administrativa No.BCE-0115-2015 de 13 de octubre de 2014, son las siguientes:

TOKEN (es un dispositivo criptográfico USB, donde se almacena su certificado digital de forma segura), vigencia 2 años. El costo se encuentra en USD 27 el certificado digital (Token, archivo, roaming HSM), adicionalmente se tiene que adquirir el dispositivo Token por un valor de USD 22. Los posesos de aprobación, pago y emisión de certificados en contenedores (token, archivo y romming) se los realizará exclusivamente en las oficinas del Registro Civil, autorizadas por la entidad de certificación Banco Central del Ecuador.

3.9.3. Registro en el portal del ECUAPASS

El ECUAPASS es el sistema aduanero para los Operadores de Comercio Exterior para que puedan realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación (www.proecuador.gob.ec); se requiere seguir el siguiente proceso:

- 1)** Ingresar a la página del ECUAPAS (<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

- 2) Hacer „click” en solicitud de usuario que habilitará la creación de un correo electrónico
- 3) Ingresar la certificación del TOKEN escogiendo el tipo de certificado de acuerdo a la entidad; aceptar políticas de uso.
- 4) Concluidos los pasos anteriores se ingresa al ECUAPAS, luego habrá de dirigirse al módulo de ventanilla única ecuatoriana para obtener el certificado de origen de exportación emitido por el MIPRO.

Transmisión de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

En la actualidad Ecuador cuenta con una plataforma tecnológica mediante el sistema “ECUAPASS”, con este programa se realiza la declaración aduanera de exportación; la DAE es un formulario que tiene como objetivo principal el registro de las exportaciones que realice cualquier persona que ejecute operaciones de comercio exterior y es un vínculo legal del exportador ante la autoridad del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

El documento se debe presentar en el distrito aduanero donde se embarca la mercancía el cual tiene que estar acompañado por la factura, proforma y documentación previa el embarque de la mercancía (Anexo 6). Una vez aceptada la DAE se ingresa la mercancía a zona primaria del distrito, donde se embarca para su exportación, la mercancía será transferida a un depósito temporal para que el personal del SENAE ejecute el canal de aforo a la mercancía que haya sido asignado; los canales de aforo son: (Reglamento al Título de las Facilitación Aduanera para el Comercio, Libro V del COPCI en los artículos 79-83).

Aforo documental. Consiste en que un funcionario a cargo del trámite procederá a la revisión de los datos electrónicos y la documentación en formato digital, al momento del ingreso de la mercancía a zona primaria, este procederá al cierre del aforo si en el trámite no existieren novedades, se le otorga la salida autorizada y posterior a esto la carga podrá ser embarcada.

Aforo Físico intrusivo. Se trata de que el personal a cargo del trámite proceda a verificar lo antes mencionado a diferencia que tomará muestras

aleatorias de la mercancía a exportar, para la comprobación con lo que se presentó en la DAE.

Aforo Físico no intrusivo. Radica en que el personal a cargo realizará el procedimiento, a diferencia de lo que se describe en el aforo físico instructivo, el procedimiento que se sigue es el inspeccionar el cargamento usando sistemas tecnológicos de alta gama que no dañan el embalaje.

Aforo Automático. Consiste en la validación de la declaración aduanera, con la aplicación de perfiles de riesgo establecidos por el SENA a través del sistema ECUAPASS, si el trámite es aprobado el sistema le otorgará la salida autorizada o en caso de no darse la aprobación retorna el aforador, el declarante de la (DAE) tendrá un periodo de 30 días que determina la ley para regularizar o emitir una (DAE) correctiva.

Una vez cumplido con el aforo, la mercadería puede ser exportada y ser enviada al país de destino para concretar la negociación comercial internacional.

3.10. INFORMACIÓN FINANCIERA

3.10.1. Presupuesto de egresos

El presupuesto de egresos busca establecer la salida de dinero que va a tener la empresa en la ejecución de las operaciones de producción de sacos de lana. Aquí se determinan los costos de producción y los gastos operativos de Teen New York para el análisis del presente proyecto.

3.10.2. Costos de producción

Tabla 33. Costos de Producción

DETALLE	c/u	COSTO	CANT.	TOTAL MENSUAL	ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA		5.57	200	1,113.00	13,356.00
Lana de oveja	5.40				
Cierres	0.15				
Etiqueta interna	0.02				
MANO DE OBRA DIRECTA		17.37	200	3474.21	41,690.52
Operarios	17.37				

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	0.47	200	93.00	1,116.00
Electricidad	0.33			
Agua	0.14			
COSTO DE PRODUCCION POR UNIDAD	23.40			
TOTAL COSTO			4,680.21	56,162.52

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.3. Presupuesto de costos

Tabla 34. Presupuesto de Costos

AÑO	Q UNIDADES	COSTO/ UNIDADES	TOTAL \$
1	2,400.00	\$ 23.40	56,162.52
2	2,448.00	\$ 23.76	58,156.51
3	2,497.00	\$ 24.12	60,222.26
4	2,547.00	\$ 24.48	62,361.86
5	2,598.00	\$ 24.86	64,577.45

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.4. Gastos operativos

Tabla 35. Sueldos del Personal

PERSONAL	CANTIDAD	VALOR
Gerente general	1	450.00
Jefe de producción	1	400.00
Obreros	8	386.00
TOTAL	10.00	1,236.00

Elaborado por: Cinthia Pineda

Tabla 36. Presupuesto Rol de Pagos Año 1

Empleado	No. Empleados	Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total (mensual)	Total (anual)
Gerente general	1	450.00		54.68	37.50	31.25	573.43	6881.10
Jefe de producción	1	400.00		48.60	33.33	31.25	513.18	6158.20
Obreros	8	386.00		46.90	32.17	31.25	3474.21	41690.52
Remuneración mensual	10.00	1236.00		150.17	103.00	93.75	4560.82	
Remuneración anual		14832.00		1802.09	1236.00	1125.00	54729.82	54729.82

Elaborado por: Cinthia Pineda

Tabla 37. Presupuesto Rol de Pagos Año 2

Empleado	No. Empleados	Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total (mensual)	Total (anual)
Gerente general	1	461.07	38.42	56.02	38.42	32.96	626.89	7522.64
Jefe de producción	1	409.84	34.15	49.80	34.15	32.96	560.89	6730.74
Obreros	8	395.49	32.96	48.05	32.96	32.96	3796.92	45563.03
Remuneración mensual		1266.39	105.53	153.87	105.53	98.87	4984.70	
Remuneración anual		15196.72	1266.39	1846.40	1266.39	1186.48	59816.41	59816.41

Elaborado por: Cinthia Pineda

Tabla 38. Presupuesto Rol de Pagos Año 3

Empleado	No. Empleados	Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total (mensual)	Total (anual)
Gerente general	1	472.40	39.37	57.40	39.37	33.77	642.30	7707.63
Jefe de producción	1	419.91	34.99	51.02	34.99	33.77	574.69	6896.25
Obreros	8	405.22	33.77	49.23	33.77	33.77	3890.29	46683.43
Remuneración mensual		1297.53	108.13	157.65	108.13	101.30	5107.28	
Remuneración anual		15570.41	1297.53	1891.80	1297.53	1215.65	61287.31	61287.31

Elaborado por: Cinthia Pineda

Tabla 39. Presupuesto Rol de Pagos Año 4

Empleado	No. Empleados	Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total (mensual)	Total (anual)
Gerente general	1	484.02	40.33	58.81	40.33	34.60	658.10	7897.16
Jefe de producción	1	430.24	35.85	52.27	35.85	34.60	588.82	7065.83
Obreros	8	415.18	34.60	50.44	34.60	34.60	3985.95	47831.38
Remuneración mensual		1329.44	110.79	161.53	110.79	103.80	5232.86	
Remuneración anual		15953.29	1329.44	1938.32	1329.44	1245.54	62794.37	62794.37

Elaborado por: Cinthia Pineda

Tabla 40. Presupuesto Rol de Pagos Año 5

Empleado	No. Empleados	Sueldo	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Total (mensual)	Total (anual)
Gerente general	1	495.92	41.33	60.25	41.33	35.45	674.28	8091.35
Jefe de producción	1	440.82	36.73	53.56	36.73	35.45	603.30	7239.58
Obreros	8	425.39	35.45	51.68	35.45	35.45	4083.96	49007.57
Remuneración mensual		1362.13	113.51	165.50	113.51	106.35	5361.54	
Remuneración anual		16345.58	1362.13	1985.99	1362.13	1276.17	64338.49	64338.49

Elaborado por: Cinthia Pineda

Tabla 41. Proyección Anual de Salarios

Empleado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente general	6881.10	7522.64	7707.63	7897.16	8091.35
Jefe de producción	6158.20	6730.74	6896.25	7065.83	7239.58
Obreros	41690.52	45563.03	46683.43	47831.38	49007.57
TOTAL	54729.82	59816.41	61287.31	62794.37	64338.49

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.5. Gastos Administrativos

Tabla 42. Gastos de Administración

CUENTA	MENSUAL	ANUAL
Sueldos	1086.61	13039.30
Arriendo	300.00	3600.00
Agua	28.00	336.00
Energía Eléctrica	65.00	780.00
Teléfono e internet	36.00	432.00
Suministros de Oficina	25.00	300.00
Implementos de limpieza	30.00	360.00
TOTAL	1,570.61	18,847.30

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.6. Presupuesto de Gastos Administrativos

Tabla 43. Presupuesto de Gastos Administrativos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	13039.30	14253.38	14603.87	14962.99	15330.93
Arriendo	3600.00	3654.72	3710.27	3766.67	3823.92
Agua	336.00	341.11	346.29	351.56	356.90
Energía Eléctrica	780.00	791.86	803.89	816.11	828.52
Teléfono e internet	432.00	438.57	445.23	452.00	458.87
Suministros de Oficina	300.00	304.56	309.19	313.89	318.66
Implementos de limpieza	360.00	365.47	371.03	376.67	382.39
TOTAL	18847.30	20149.66	20589.78	21039.88	21500.19

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.7. Gastos de exportación

Tabla 44. Gastos de exportación

CUENTA	VALOR ANUAL
GASTOS Ex Works:	\$ 404.00
GASTOS FCA:	\$ 1,235.80
GASTOS FAS:	\$ 184.60
GASTOS FOB	\$ 773.25
TOTAL	\$ 2,597.65

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.8. Presupuesto de gastos de exportación

Tabla 45. Presupuesto de Gastos de Exportación

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS Ex	\$ 404.00	\$ 410.14	\$ 416.37	\$ 422.70	\$ 429.13
Works:					
GASTOS FCA:	\$ 1,235.80	\$ 1,254.58	\$ 1,273.65	\$ 1,293.01	\$ 1,312.67
GASTOS FAS:	\$ 184.60	\$ 187.41	\$ 190.25	\$ 193.15	\$ 196.08
GASTOS FOB	\$ 773.25	\$ 785.00	\$ 796.93	\$ 809.04	\$ 821.34
TOTAL	\$ 2,597.65	\$ 2,637.13	\$ 2,677.21	\$ 2,717.91	\$ 2,759.22

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.9. Presupuesto de depreciaciones

Tabla 46. Presupuesto Depreciaciones

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00
Utensilios y accesorios	83.60	83.60	83.60	83.60	83.60
TOTAL DEPRECIACIONES	118.60	118.60	118.60	118.60	118.60

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.10. Presupuesto de amortizaciones

Tabla 47. Presupuesto Amortizaciones

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto de Constitución	\$ 319.40	\$ 319.40	\$ 319.40	\$ 319.40	\$ 319.40
TOTAL AMORTIZACIÓN	\$ 319.40	\$ 319.40	\$ 319.40	\$ 319.40	\$ 319.40

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.11. Total Presupuesto de Gastos

Tabla 48. Total Presupuesto de Gastos

CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	18,847.30	20,149.66	20,589.78	21,039.88	21,500.19
Gastos de Exportación	2,597.65	2,637.13	2,677.21	2,717.91	2,759.22
Depreciación	118.60	118.60	118.60	118.60	118.60
Amortización	319.40	319.40	319.40	319.40	319.40
TOTAL	21,882.95	23,224.79	23,704.99	24,195.79	24,697.41

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.12. Determinación del Gasto Unitario

Tabla 49. Determinación del Gasto Unitario

CONCEPTO	Total Mensual
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1,570.61
GASTOS EXPORTACIÓN	\$ 216.47
TOTAL GASTOS	\$ 1,787.08
UNIDADES PRODUCIDAS MENSUALMENTE	200
GASTO POR UNIDAD	8.94

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.13. Presupuestos de ingresos

Determinación del Precio de Exportación.

Tabla 50. Determinación del Precio de Exportación

CONCEPTO	Costo Prod. Mens	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Gasto Unitario	Costo T.Unit.	Utilidad 23%	Precio de exportación
SACO DE LANA	4,680.21	200.00	\$ 23.40	8.94	\$ 32.34	\$ 9.66	\$ 42.00

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.14. Presupuesto de Ingresos

Tabla 51. Presupuesto de Ingresos

AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/ UNIDAEES	TOTAL \$
1	2,400.00	\$ 43.08	103,397.65
2	2,448.00	\$ 43.74	107,068.68
3	2,497.00	\$ 44.40	110,871.82
4	2,547.00	\$ 45.08	114,810.92
5	2,598.00	\$ 45.76	118,889.91

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.10.15. Estado de resultados

Tabla 52. Estado de Resultados

CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	103,398	107,069	110,872	114,811	118,890
(-) Costo de Ventas	56,163	58,157	60,222	62,362	64,577
(=) Utilidad Bruta	47,235	48,912	50,650	52,449	54,312
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	18,847	20,150	20,590	21,040	21,500

Gasto de Exportación	2,598	2,637	2,677	2,718	2,759
Depreciación	119	119	119	119	119
Amortización	319	319	319	319	319
TOTAL GASTOS	21,883	23,225	23,705	24,196	24,697
 (=) Utilidad Operativa	 25,352	 25,687	 26,945	 28,253	 29,615
(-) Gastos Financieros					
 Intereses	 3,128	 2,578	 1,964	 1,280	 517
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores	22,225	23,110	24,980	26,973	29,098
(-) 15% Participación de trabajadores	3,334	3,466	3,747	4,046	4,365
(=) Utilidad antes de Impuestos	18,891	19,643	21,233	22,927	24,733
(-) Impuesto a la Renta Personal	626.90	717.18	907.97	1,152.55	1,423.46
(=) Utilidad Neta	18,264	18,926	20,325	21,774	23,310

Elaborado por: Cinthia Pineda

En el anexo 7 se presenta la tabla utilizada para el cálculo del impuesto a la renta personal obtenida del Servicio de Rentas Internas para el año 2018.

3.10.16. Flujo de caja

Tabla 53. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Utilidad neta		18,264	18,926	20,325	21,774	23,310
		4	6	5	4	
(+) Depreciación		119	119	119	119	119
(+) Valor de rescate del capital						77,607
TOTAL INGRESOS	0	18,383	19,045	20,444	21,893	101,036
EGRESOS						
Inversión	78,375					
Amortización de la deuda		4,766	5,316	5,929	6,613	7,376
TOTAL EGRESOS	78,375	4,766	5,316	5,929	6,613	7,376
FLUJO NETO	- 78,375	13,617	13,729	14,515	15,280	93,659

Elaborado por: Cinthia Pineda

3.11. EVALUACIÓN FINANCIERA

Determinación del costo de capital

Lawrence (2012), propone que para la determinación del costo de capital del proyecto se hace para identificar una tasa de rendimiento adecuada para el proyecto, esto con el propósito de realizar la evaluación financiera del indicador VAN, existen algunas formas de determinar el costo del capital para un proyecto, en el caso de este proyecto se utilizó la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), esta tasa tiene un componente de capital propio y un componente de capital no propio, la fórmula para obtener el TMAR del proyecto se detalla a continuación:

$$\text{TMAR} = \text{COSTO CAPITAL PROPIO} + \text{COSTO CAPITAL NO PROPIO}$$

COSTO CAPITAL PROPIO

El costo de capital propio está dado por el porcentaje de aportación que van a tener la empresa multiplicado por el resultado de la suma de la inflación con el premio de riesgo; para este caso se tiene que la empresa va a aportar el 62% de la inversión y que la inflación considerada en este proceso es de 0.92% que es el promedio de inflación de los últimos tres años y el premio libre de riesgo está dado por el Banco Central y se ubica en los 453 puntos lo que traduce una tasa de 4.53%, como se detalla en la resolución de la fórmula siguiente:

$$\text{Costo capital propio} = \% \text{ de aportación} \times (\text{inflación} + \text{premio de riesgo})$$

$$\text{Costo capital propio} = 0.62 * (0.0092 + 0.0453)$$

$$\text{Costo capital propio} = 3.78\%$$

COSTO CAPITAL NO PROPIO

El costo del capital no propio se establece al multiplicar el porcentaje de crédito que se va a obtener para la inversión por la tasa de interés del crédito; para el caso de este proyecto se tiene que se va a financiar con el BanEcuador un 38% de proyecto a una tasa de 11.07%.

Costo de capital no propio = % de aportación x tasa activa bancaria

Costo Capital no Propio = 0.38 * 0.1107

Costo Capital no Propio = 4.15%

TMAR= COSTO CAPITAL PROPIO + COSTO CAPITAL NO PROPIO

TMAR= 3.78% + 4.15%

TMAR= 7.93%

Valor Presente Neto

El autor Westerfield (2012), en su libro Finanzas Corporativas menciona que el valor actual neto del proyecto permite descontar todos los flujos de caja que va a tener el proyecto a lo largo de los 5 años que se evaluó, este indicador nos determina en valor presente la cantidad de dinero que se generó en el proyecto una vez descontado la inversión total del proyecto en el año cero. La evaluación de este indicador dice que si el VAN supera el valor de cero el proyecto es factible, si es igual a cero es indiferente invertir en este proyecto y si es menor a cero el proyecto no es factible. El VAN del proyecto es de \$ 31 171.64, lo que hace que sea factible la aplicación del proyecto.

$$VAN = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{FN_j}{(1+i)^j}$$

Tabla 54. Valor Presente Neto

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
0	-78,375.46	1.00	-78,375.46
1	13,616.70	0.93	12,611.38
2	13,728.85	0.86	11,776.49
3	14,514.67	0.79	11,531.33
4	15,279.88	0.74	11,243.02
5	93,659.49	0.68	63,827.19
		VAN	32,613.95

Elaborado por: Cinthia Pineda

Tasa Interna de Retorno

Según Westerfield (2012), establece que la tasa interna de retorno permite identificar la rentabilidad que genera el proyecto, al evaluar los flujos de caja del proyecto, la evaluación financiera de la TIR se hace al comparar esta tasa con la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del proyecto, si la TIR es mayor a la TMAR se dice que el proyecto es aceptable, si la TIR es igual a la TMAR la implementación del proyecto es indiferente, si la TIR es menor a la TMAR no es factible la implementación del proyecto. En el análisis de este indicador se obtuvo una TIR de 17.63% y un TMAR de 7.93% lo que hace que el proyecto sea aceptable.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla 55. Tasa Interna de Retorno

AÑO	FLUJO EFECTIVO
0	-78,375.46
1	13616.70
2	13,728.85
3	14,514.67
4	15,279.88
5	93,659.49
TIR	18.27%

Elaborado por: Cinthia Pineda

Costo Beneficio

El autor Lawrence (2012), menciona que la determinación de costo beneficio del proyecto permite analizar si la suma del valor presente de los flujos de caja del proyecto desde el año 1 al año 5, superan la inversión, la interpretación del índice dice que si supera el valor de uno el proyecto es factible; para el caso de este proyecto se puede decir que por cada dólar que se invierte en el proyecto se recupera el dólar de inversión y se obtiene una utilidad de 42 centavos. En la

formula se tiene que B_j es el flujo neto positivo en el periodo j , C_j es el flujo neto negativo en el periodo j , i es la tasa de descuento de la inversión (T_{mar}).

$$R_{B/C} = \frac{\sum_{j=0}^n \frac{B_j}{(1+i)^j}}{\sum_{j=0}^n \frac{C_j}{(1+i)^j}}$$

Tabla 56. Costo / Beneficio

COSTO BENEFICIO		
<u>VALOR PRESENTE</u>	<u>110,989.41</u>	1.42
INVERSIÓN TOTAL	78,375.46	

Elaborado por: Cinthia Pineda

Periodo de recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión permite comparar el flujo de caja de ingresos que va a tener y descontarlo de la inversión inicial que se realizó para el proyecto, en el análisis de este indicador se puede apreciar que la recuperación de la inversión se efectúa en el año cinco, esto se debe a que el proyecto necesita un fuerte componente de inversión en capital de trabajo y este solo se recupera hasta el final del proyecto; al recuperarse la inversión se determina que es factible la realización del proyecto. En la formula se puede apreciar que para dicho calculo la letra a representa el año anterior inmediato al que se recupera la deuda, b es la inversión inicial, c es la suma de los flujos de efectivo anteriores y d es el flujo de efectivo del año en que se satisface la inversión.

$$PR = a + [(b - c) / d]$$

Tabla 57. Período de Recuperación

AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
0		78,375.46
1	13,616.70	64,758.76
2	13,728.85	51,029.91
3	14,514.67	36,515.24
4	15,279.88	21,235.36

5	93,659.49	-72,424.12
PRI	4 AÑOS y 3 MESES	

Elaborado por: Cinthia Pineda

$$PR = 4 + [(78,375.46 - 57,140.10) / 93,659.49]$$

$$PR = 4.23 \text{ AÑOS}$$

$$PR = 4 \text{ Años y 3 Meses}$$

EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

Tabla 58. Evaluación Financiera del Proyecto

EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO						
RUBRO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo Efectivo	-	13,616.	13,728.	14,514.	15,279.	93,659.
	78,375.4	70	85	67	88	49
	6					
Tmar	8.0%					
Valor Presente	32,613.9					
Neto	5					
Costo Beneficio	1.42					
Tasa Interna de Retorno	18.3%					
Periodo de Recuperación de la Inversión	4 años 3 meses					

Elaborado por: Cinthia Pineda

Al realizar la evaluación financiera del proyecto se puede apreciar la factibilidad del mismo, como se observa el flujo de caja neto del proyecto es positivo y permite recuperar la inversión al final del proyecto; la tasa mínima aceptable de rendimiento es de 7.9% y es la tasa a la que se realizó el descuento de los flujos de caja para obtener el VAN; el Valor presente neto es positivo y asciende a \$ 31 171,64 lo que lo hace factible; el costo beneficio es de 1, 39 y al ser superior a uno hace que el proyecto sea factible; la tasa interna de retorno es de 17.6%, al superior a la tasa TMAR de 9.7% hace que el proyecto sea factible; el periodo

de recuperación de la inversión es de 4 años y 3 meses y determina que se puede recuperar la inversión dentro del periodo analizado para el proyecto.

CONCLUSIONES

- La producción de sacos de lana ha sido parte esencial de la cultura indígena del pueblo otavaleño, estos se comercializan tradicionalmente en el mercado Centenario de la ciudad de Otavalo, en el proyecto se busca revalorizar la producción ancestral y promover la cultura indígena en diferentes mercados.
- Estados Unidos es el principal socio comercial del Ecuador por lo que en el estudio de mercado se pudo determinar que existen almacenes en Estados Unidos que se dedican a la venta de artesanías textiles de diferentes partes del mundo, sus propietarios están dispuestos a realizar las compras a Teen New York, pero en algunos casos los volúmenes que necesitan superan la capacidad de producción de la empresa, lo que hace que no se puedan concretar algunas negociaciones.
- La evaluación financiera demuestra que, si es factible la realización del plan de exportación de sacos de lana a la ciudad de Nueva York, ya que se obtiene un VAN de US\$ 31 171.64 que es un valor superior a cero; una TIR de 17.6% que es superior a 7.9% que es la tasa mínima aceptable de rendimiento; y, su periodo de recuperación es de 4 años y tres meses. Además, se debe de tomar en cuenta que la empresa es pequeña y las condiciones de producción nacionales no favorecen a la competitividad de la misma.
- Esta investigación servirá como base para otras empresas que deseen exportar productos que cumplen todos los requerimientos de exportación y que estén encaminados en el cambio de la matriz productiva del Plan Nacional del Buen Vivir.

RECOMENDACIONES

- Se debería considerar la asociatividad entre diferentes productores de sacos de lana en la ciudad de Otavalo, para poder atender con mayor volumen de producción la demanda existente de algunos locales comerciales especializados en venta de artesanías textiles en Estados Unidos.
- Analizar la oportunidad de realizar exportaciones por consolidación de mercadería, para reducir los costos de producción por efectos de escala, disminuir el transporte y papeleo de los productos en el lugar de destino. Además, se puede disminuir la presión por requerimientos de capital de trabajo, de esta forma también se podría llevar directamente al mercado meta sin tanto intermediario.
- Se debe analizar la factibilidad de comenzar a producir sacos de otro tipo de material como la lana de alpaca, considerando que este tipo de prendas tiene un mejor precio en el mercado internacional y está comenzando a ser demandado en el mercado estadounidense.
- En lo posterior se debería considerar la oportunidad de certificar a la empresa para poder poner la marca país “Mejor si es hecho en Ecuador”, con el fin de gozar del reconocimiento que tienen los productos ecuatorianos en el exterior, así como también dar un valor agregado al producto.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Asociatividad:** un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común (Comercio, 2014)
- **FOB:** significa que el vendedor retiene el riesgo de pérdida hasta que los bienes lleguen al comprador (Business, s.f.)
- **Incoterms:** son un conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional (Aduanas, s.f.)
- **Importación:** Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras (SENAE, 2014)
- **Plan de Exportación:** Nos asistirá en la planeación de la viabilidad del negocio, así como para determinar mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación (Aduanas, s.f.)
- **Van:** se conoce a esta herramienta financiera como la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto para ver si realmente es un producto (o proyecto) que puede dar beneficios a la empresa (Economía, 2012)
- **Tir:** es la tasa de descuento que se tiene en un proyecto y que nos permite que el BNA sea como mínimo igual a la inversión (Economía, 2012)

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Anónimo. (octubre de 2013). *Transporte Internacional*. Obtenido de <http://transportesperucllothes.blogspot.com/p/preparacion-de-la-carga-para-el.html>
- Ayni Bolivia. (2016). *Propiedades de la fibra de alpaca*. Recuperado el 04 de Mayo de 2017, de <http://aynibolivia.com/shop/blog/alpaca-fibra-andes/>
- Ayni Bolivia. (2016). *Propiedades de la fibra de lana*. Recuperado el 04 de Mayo de 2017, de <http://aynibolivia.com/shop/blog/alpaca-fibra-andes/>
- Baena, E. (2011). *EL ENTORNO EMPRESARIAL Y LA TEORÍA DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS*. Recuperado el 01 de Junio de 2017, de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/7385-5439-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/7385-5439-1-PB%20(1).pdf)
- CAPEIPI. (2012). *Mecanismos de promoción de exportaciones para las pequeñas y medianas empresas en los países de la ALADI*. Montevideo - Uruguay. Recuperado el 06 de Mayo de 2017, de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjRyovW8b7UAhWGbSYKHbjkCVMQFggs>
- COFECYT. (2012). *Debilidades y desafíos tecnológicos del sector del sector productivo lácteo ovino*. Recuperado el 05 de Mayo de 2017, de http://www.cofecyt.mincyt.gov.ar/pcias_pdfs/la_pampa/UIA_lacteo_ovino_08.pdf. (Visitado en noviembre 2009).
- Consejo de gobierno local. (2015). *CGL*. Recuperado el 03 de Mayo de 2017, de <http://www.cglogistics.com.ec/herramientas/exportador.pdf>
- Correa, R. (2011). *Reglamento del Código Orgánico de la Producción*. Obtenido de COPCI.
- EAE. (2015). *Escuela de negocios*. Recuperado el 13 de Junio de 2017, de [Guía ¿Cómo internacionalizar mi empresa familiar?:](#)

Expansión & EcuRed & BBC Mundo. (2017). Salario mínimo de Estados Unidos. Recuperado el 30 de Abril de 2017, de <http://www.datosmacro.com/smi/usa>

Expansión. (2016). Nueva York. *Nueva York*. Recuperado el 10 de Junio de 2017, de <http://www.datosmacro.com/paises/usa-estados/nueva-york>

Exportación de chompas de alpaca con diseños exclusivos. (2011). Recuperado el 07 de Mayo de 2017, de <https://glaroque01.wordpress.com/>

FOES. (2016). *Federación de organizaciones empresariales sorianas*. Recuperado el 02 de Mayo de 2017, de Plan de exportación: http://www.foes.es/esp/Servicios/Internacionalizacion/PLAN_DE_EXPORTACION/dir_640_1.htm

GAD-Otavallo. (2012). *Actualización del Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial de Otavallo*. Recuperado el 05 de Mayo de 2017, de [www.otavalo.gob.ec:
http://www.otavalo.gob.ec/webanterior/wp-content/uploads/2013/08/PLAN_DOT-.pdf](http://www.otavalo.gob.ec:www.otavalo.gob.ec:content/uploads/2013/08/PLAN_DOT-.pdf)

García, G. (2012). En *Estrategias de internacionalización de la empresa* (pág. 240). Piramide. Recuperado el 03 de Mayo de 2017

Global negotiator. (2017). *Plan de exportación*. Recuperado el 02 de Mayo de 2017, de <http://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>

Hernández, S. M. (2000). *Comercio Internacional I: Mercadotecnia Internacional importación - exportación*. México: Limusa, S.A Grupo Noriega. Recuperado el 25 de Marzo de 2016

INCAE. (2014). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/110-que-es-incoterm-fob>

- Instituto nacional de comercio y aduanas. (2012). *Guía de pasos para exportar*. Recuperado el 02 de Mayo de 2016, de Pasos para elaborar un plan de exportación:
<http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/245-pasos-elaborar-plan-exportacion>
- Jiménez, A. (Noviembre de 2012). *El Blog Salmón*. Recuperado el 20 de Marzo de 2016, de La evolución histórica del concepto de empresa:
<http://www.elblogsalmon.com/historia-de-la-economia/la-evolucion-historica-del-concepto-de-empresa>
- JNDA. (2014). *Junta nacional de defensa del artesano*. Recuperado el 09 de Mayo de 2017, de Calificación artesanal:
<http://www.artesanos.gob.ec/?p=1676>
- Lawrence, G. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson .
- Llano, C. (2011). *Apriscos San Miguel*. Obtenido de http://www.actiweb.es/ovinos/lana_de_oveja.html
- LLano, C. (2015). *Lana*. Recuperado el 04 de Mayo de 2017, de Apriscos San Miguel: http://www.actiweb.es/ovinos/apriscos_san_miguel.html
- Market Access Map*. (2017). Recuperado el 07 de Marzo de 2017, de Aranceles:
<http://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?>
- Paredes, D. (2014). *Elaboración de un Plan de Negocios de Exportación*. Obtenido de Promperu:
<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?arquivo=3367A38B-75FA-419A-B7F7-1D01AFA8A0FB.PDF>
- Pinterest. (2016). *Diseños de sacos de lana de oveja*. Recuperado el 05 de Mayo de 2017, de <https://es.pinterest.com/explore/abrigo-de-lana-de-oveja-959207684006/?lp=true>

PROCOMER. (s/a). *Manual de registro de exportador*. Recuperado el 03 de Mayo de 2017, de <http://servicios.procomer.go.cr/aplicacion/documentos/exportador.pdf>

Proecuador. (2013). *Incoterms*. Recuperado el 10 de Junio de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>

Proecuador. (2014). *Programa introductorio al comercio exterior*. Ecuador. Recuperado el 13 de Junio de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Preparando-al-Exportador.pdf>

PROECUADOR. (24 de Marzo de 2016). Obtenido de www.proecuador.gob.ec

Proecuador. (2016). *Regímenes aduaneros de exportación*. Recuperado el 13 de Junio de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/cuales-son-los-regimenes-aduaneros-de-exportacion/>

Revista Judicial. (20 de Junio de 2014). Recuperado el 18 de Marzo de 2017, de Registro oficial N° 272: <http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2014/junio/code/RegistroOficialNo272>

Rodriguez Valencia, J. (2011). *Administración de Pequeñas y Medianas Empresas*. Cengage Learning. Recuperado el 20 de Marzo de 2016

Sassen. (2007). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-47052007000300001&script=sci_arttext&tlng=en

SENAE. (2017). *Servicios al Ciudadano - Para Exportar*. Obtenido de Aduana del Ecuador - SENAE: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Servicio de Rentas Internas (SRI). (2015). *RUC*. Recuperado el 26 de Julio de 2017, de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

Telegrafo. (2016). *El cabello largo y su importancia en los otavaleños*. Recuperado el 01 de Julio de 2016, de

<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional-manabi/1/el-cabello-largo-y-su-importancia-en-los-otavaleños>

Thompson, I. (Enero de 2006). *Portal de Mercadotecnia Promonegocios.net*. Recuperado el 19 de Marzo de 2016, de Tipos de Empresa: <http://www.promonegocios.net/empresa/tipos-empresa.html>

Todo comercio exterior. (2011). Procedimientos para exportar desde Ecuador. Recuperado el 13 de Junio de 2017, de <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2011/09/procedimientos-exportar-desde-ecuador.html#ixzz4k2bRaPtK>

Trade map. (2017). *Lista de los países exportadores para el producto 6104.31.00*. Recuperado el 10 de Junio de 2017, de http://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||610431|||6|1|1|2|1||2|1|1

Turismo Nueva York. (2016). *Bandera y escudo de Nueva York*. Recuperado el 10 de Junio de 2017, de <http://www.turismonuevayork.com/escudo-de-nueva-york/>

Universidad de Palermo. (2013). *Las Pymes y el Comercio Exterior*. Recuperado el 03 de Mayo de 2017, de <http://www.palermo.edu/cedex/pdf/cedexPymesyplandeexportacion.pdf>

Urrego, J. (27 de mayo de 2013). *Logística*. Obtenido de <http://magudefe.blogspot.com/2013/05/logistica-430812.html>

Villalobos, L. R. (2012). *Fundamentos de comercio internacional*. México: Miguel Angel Porrua. Recuperado el 02 de Mayo de 2017, de <http://librosebooks.org/libro/fundamentos-de-comercio-internacional/>

Westerfield, J. (2012). *Finanzas Corporativas*. México: McGraw-Hill.

ANEXOS

Anexo 1: Formato de encuesta



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

ENCUESTA

DATOS DE INFORMACIÓN: Las siguientes preguntas están dirigidas a los artesanos que elaboran textiles, con el fin de conocer la producción de prendas en especial sacos a base de lana de oveja.

INSTRUCTIVO: Lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque con una "X" la respuesta que considere la mejor opción y en algunos de los casos especifique su respuesta.

Fecha:

1. ¿Cuál es la materia prima con la que realiza en la mayoría de casos los sacos de lana?

Lana de oveja

☐

Hilos de alpaca

☐

Algodón

☐

Otros hilos _____

☐

2. ¿En que lugar realiza la compra de materias primas para sus artesanías textiles?

En Otavalo

☐

En Imbabura (No en Otavalo)

☐

En otras provincias del país _____

☐

Otro lugar Especifique _____

☐

3. ¿Cuáles son las herramientas con las que fabrican las artesanías textiles?

Telar eléctrico	☐
Telar de madera o pedal	☐
Telar de cintura	☐
Otros. _____	☐

4. ¿Cuántos telares o máquinas poseen para elaborar sus artesanías textiles?

De 1-5	☐
De 5-10	☐
De 10-15	☐
De 15 en adelante	☐

5. ¿Con cuántos empleados o personal cuenta en su taller?

De 1-5 empleados	☐
De 5-10 empleados	☐
De 10-15 empleados	☐
De 15 en adelante	☐

6. ¿Qué tipo de artesanía textil fabrica en mayor cantidad en su taller artesanal?

Sacos de lana	☐
Ponchos / Chales	☐
Guantes / bufandas	☐
Bolsos	☐
Cobijas	☐

7. En el caso de producir sacos de lana en su taller. ¿cuál es el promedio de producción mensual que tiene de sacos de lana?

De 5 a 10 prendas	☐
De 11 a 20 prendas	☐
De 21 a 40 prendas	☐
De 41 a 60 prendas	☐
Más de 61 prendas	☐

8. ¿Qué colores de hilo utiliza en la elaboración de sus artesanías textiles?

Colores naturales (negro, blanco, café)	☐
Colores oscuros (rojo, azul y negro)	☐
Colores claros (amarillo, naranja, verde)	☐
Colores pasteles (lila, beige, rosa, salmón, celeste)	☐

9. ¿Cómo determina la utilidad de su taller textil?

- Costeo de materias primas ☐
- Ayuda de un profesional ☐
- Por percepción propia ☐
- No la determina ☐

10. ¿Qué calificación en cuanto a calidad les daría a los productos que obtiene en su taller artesanal?

- Muy Buena ☐
- Buena ☐
- Regular ☐
- Mala ☐

11. ¿Cuál es el destino de las ventas de su saco de lana?

- Ventas a clientes nacionales ☐
- Ventas a clientes extranjeros ☐
- Comerciantes ☐
- Exportación de los productos ☐

12. ¿Qué tiempo se demora en vender un saco de lana en su taller artesanal?

- De 1 a 3 días ☐
- De 4 a 7 días ☐
- De 8 a 15 días ☐
- De 15 a 30 días ☐
- Más de 30 días ☐

13. ¿Estarían dispuestos a dedicar su producción para abastecer la demanda de la empresa Team New York?

- Entre el 71% y 100 % de la producción ☐
- Entre el 51% y 70 % de la producción ☐
- Entre el 31% y 50 % de la producción ☐
- Entre el 0% y 30 % de la producción ☐

GRACIAS POR SU APOORTE

Anexo 2 Entrevistas

ENTREVISTAS AL SEÑOR ANTONIO ALARCON, PROPIETARIO DE MEXIAMERICANS DE LA CIUDAD DE NUEVA YORK

Objetivo: Diagnosticar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.

Por favor podría indicarnos que productos del sector textil vende en su empresa

Los principales productos que se venden son sacos de lana, gorros de lana, bufandas, textil de puntos, calzado artesanal, pantalones y ropa de hogar para damas, niños y caballeros.

De los productos antes mencionados ¿Cuáles son los más demandados por el consumidor o cliente estadounidense?

La demanda de los productos depende de las temporadas o época climática.

Los productos textiles que usted comercializa ¿En su mayoría son importados o adquiridos en el mercado local?

Importados de México y adquiridos en el mercado local

¿Cuáles son los países de los cuales importa más productos textiles?

El principal país es México.

A la hora de seleccionar un país extranjero proveedor de productos textiles, en especial sacos de lana, que características toma en cuenta para una potencial negociación.

Si la empresa cuenta con productos de calidad y variedad.

¿Alguno de los productos textiles que usted comercializa en su negocio provienen del mercado ecuatoriano?

Ninguno

De ser así cual es la frecuencia de compra o de pedidos de estos productos.

Ninguno

Si usted comercializara en su empresa sacos de lana originarios de Ecuador, cual es el volumen y la frecuencia de compra.

Cuento con una empresa pequeña de artesanías provenientes de mi país México y me interesan los sacos de lana, para ofrecer mayor variedad en mi local, pero por el momento para empezar el volumen seria de 150 unidades dos veces al año.

¿Qué características son las que más le llama la atención de los sacos provenientes desde Ecuador?

Las características sobresalientes son que este producto es 100% elaborado a mano y su materia prima

¿Cuáles son los gustos de los consumidores estadounidenses a la hora de adquirir un saco de lana?

Que sea hecho a mano y un precio justo

¿Hasta dónde llega la responsabilidad de sus proveedores extranjeros a la hora de entregar los sacos de lana?

Hasta FOB

¿Cuáles son los meses de mayor demanda de sacos de lana?

Otoño e invierno, debido a que hace más frío

¿Cuál es el precio promedio de los sacos al que compra en el mercado estadounidense?

En promedio se paga alrededor de \$40 por sacos de lana a proveedores.

¿Qué medio de pago es el que utiliza en su empresa a la hora de adquirir los sacos de lana?

Cheques

¿De qué dependería que la empresa ecuatoriana Teen New York, productora y comercializadora de sacos de lana se convierta en su proveedor?

Que me provea con productos de calidad y buen precio

ENTREVISTA AL SEÑOR GARY SACHDEV, PROPIETARIO DE UNLIMITED AVENUE DE LA CIUDAD DE NUEVA YORK

Objetivo: Diagnosticar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.

ANÁLISIS

Por favor podría indicarnos que productos del sector textil vende en su empresa

Otros – Vestidos

De los productos antes mencionados ¿Cuáles son los más demandados por el consumidor o cliente?

Vestidos en verano y suéteres en invierno

Los productos textiles que usted comercializa ¿En su mayoría son importados o adquiridos en el mercado local?

Los textiles de que se ofertan en la empresa son importados de la India, no se hace compras en el mercado local.

¿Cuáles son los países de los cuales importa más productos textiles?

Como mencioné sólo importación de la India porque es mi patria.

A la hora de seleccionar un país extranjero proveedor de productos textiles, en especial sacos de lana, que características toma en cuenta para una potencial negociación.

Mi empresa sólo mira dos características que son el precio y la calidad.

¿Alguno de los productos textiles que usted comercializa en su negocio provienen del mercado ecuatoriano?

No

De ser así cual es la frecuencia de compra o de pedidos de estos productos.

No

Si usted comercializara en su empresa sacos de lana originarios de Ecuador, cual es el volumen y la frecuencia de compra.

Desde Unlimited Avenues sólo vende vestidos en el verano y no tenemos ningún producto que se venden en el invierno, puedo vender a otros clientes que es Macys y Target. Se puede comprar unos 2500 sacos para vender a la Estrella, pero con el paso del tiempo podemos pedir unidades cada vez mayor, me gustará que esté listo para el otoño y el invierno, dos veces al año sería el comprado.

¿Qué características son las que más le llamaría la atención de los sacos provenientes desde Ecuador?

Que son hechos a mano y está hecho de lana de oveja

¿Cuáles son los gustos de los consumidores estadounidenses a la hora de adquirir un saco de lana?

Que no te pica y un precio económico.

¿Hasta dónde llega la responsabilidad de sus proveedores extranjeros a la hora de entregar los sacos de lana?

Siempre hasta FOB

¿Cuáles son los meses de mayor demanda de sacos de lana?

De otoño a invierno

¿Cuál es el precio promedio de los sacos al que compra en el mercado estadounidense?

Se paga como mínimo un precio de US\$ 35

¿Qué medio de pago es el que utiliza en su empresa a la hora de adquirir los sacos de lana?

En efectivo

¿De qué dependería que la empresa ecuatoriana Teen New York, productora y comercializadora de sacos de lana se convierta en su proveedor?

Hemos trabajado con ustedes durante años, estaría encantado de comprar, pero tiene que ser constante.

ENTREVISTA AL SEÑOR CRISTIAN TAPIA, ASISTENTE DE LA EMPRESA CARGA INTERNACIONAL SADECOM DE LA CIUDAD DE OTAVALO

Objetivo: Diagnosticar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.

RESPUESTAS

¿Cuál es su experiencia como agencia de carga al mercado estadounidense?

El señor Tapia manifestó que Sadecom es una de las primeras agencias de exportaciones que tiene más de 25 años.

¿Qué procesos de exportación realizan para enviar los sacos de lana al mercado estadounidense y existe algún tipo de exigencias diferente a otros mercados?

Se manifestó que Sadecom exporta todo tipo de artesanías otavaleñas incluyendo sacos de lana, no tienen ningún tipo de exigencia. Solo para Centro América se debe registrar el material que se va a exportar.

¿En el lapso de un mes cuantas veces se transporta sacos de lana a Estados Unidos?

El señor Tapia menciona que depende de la temporada en Estados Unidos es decir si es invierno o verano.

¿Cómo experto en el área de logística, que medio de transporte recomienda para la exportación de sacos de lana? ¿Por qué?

El entrevistado manifestó que la agencia se dedica a exportar en avión, pero cuando el cliente quiere enviar más de 80 cajas, Sadecom recomienda enviar por marítimo por el volumen.

¿Cuál es el procedimiento logístico cuando el volumen de exportación de sacos de lana no llena un contenedor?

El señor Tapia comentó que depende del cliente, es decir si no llena un contenedor se recomienda consolidar.

¿Cuál es el tiempo de tarda en llegar productos como sacos de lana a los Estados Unidos y cuál es el puerto o aeropuerto al que arriban más los productos ecuatorianos?

El señor Tapia menciona que el tiempo en avión es de 3 a 5 días y el destino al que llega es al aeropuerto de la ciudad de cada destino, pero debe de ser aeropuerto internacional, mayormente a Nueva York Miami.

¿Procesos como etiquetado o embalaje dependen de la exportadora de sacos de lana o Uds. como agencia se encargan de eso?

El entrevistado manifestó que los proveedores o cliente se encargan del etiquetado debido a que Estados Unidos exigen etiquetas cocidas, su función es solo de envío de la mercadería.

ENTREVISTAS AL SEÑOR JAVIER VIÑACHI, AGENTE DE CARGA DE LA EMPRESA SIATYGROUP DE LA CIUDAD DE OTAVALO

Objetivo: Diagnosticar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.

¿Cuál es su experiencia como agencia de carga al mercado estadounidense?

El señor Viñachi manifestó que Siatygroup dispone de una sucursal en la ciudad de Miami y cuentan con 12 años en el mercado otavaleño.

¿Qué procesos de exportación realizan para enviar los sacos de lana al mercado estadounidense y existe algún tipo de exigencias diferente a otros mercados?

El entrevistado manifestó que la exportación de sacos de lana hacia Estados Unidos no es complicada, se necesita los trámites necesarios que pide la aduana como la factura de exportación del cliente, el token, el certificado de origen si el cliente lo pide.

¿En el lapso de un mes cuantas veces se transporta sacos de lana a Estados Unidos?

El entrevistado manifestó que, en los meses junio, septiembre de noviembre a diciembre y que son los auges que se envían un promedio de 20 exportaciones anuales.

¿Cómo experto en el área de logística, que medio de transporte recomienda para la exportación de sacos de lana? ¿Por qué?

El señor Viñachi manifestó que existen dos formas de exportar ese producto. La exportación aérea es cuando el cliente desea que la mercadería llegue lo más rápido posible, el cual es de 3 a 4 días al llegar al destino, la siguiente

que es marítima se demora de 18 a 20 días y su costo es menor que el aéreo, todo depende del cliente.

¿Cuál es el procedimiento logístico cuando el volumen de exportación de sacos de lana no llena un contenedor?

El señor Viñachi manifestó que es según como el cliente se sienta más satisfecho, es decir si desea mandar por contenedor o consolidado.

¿Cuál es el tiempo de tarda en llegar productos como sacos de lana a los Estados Unidos y cuál es el puerto o aeropuerto al que arriban más los productos ecuatorianos?

El entrevistado manifestó que los productos ecuatorianos arriban más a los puertos de Chicago, Nueva York y Los Ángeles; el tiempo de llegada es de 3 a 4 días por avión y por marítimo es de 18 a 20 días

¿Procesos como etiquetado en embalaje dependen de la exportadora de sacos de lana o Uds. como agencia se encargan de eso?

El señor Viñachi manifestó que el servicio de etiquetado no lo ofrecen, pero el de embalado sí.

ENTREVISTA AL SEÑOR NAHKEE CANASCANGO, REPRESENTANTE DE TEEN NEW YORK DE LA CIUDAD DE OTAVALO

¿Qué tipo de artesanía textil fabrica en mayor cantidad en su taller artesanal?

La fabricación de artesanías depende de la demanda de productos, por lo general se realiza en mayor cantidad sacos de lana; y, en pocas cantidades chales, ponchos, guantes, gorros.

¿Cuál es el promedio de producción semanal que tiene de sacos de lana?

Se tiene una producción de 20 sacos a la semana en el taller, las personas necesarias para esta labor son 5 personas calificadas.

¿Cuál es el destino de las ventas de su saco de lana?

El principal destino de los sacos de lana es la venta en el mercado de Otavalo a turistas internacionales que nos visitan todas las semanas, en muy pocas cantidades se vende al turista nacional.

¿Cuáles son sus principales fortalezas en la elaboración de sacos de lana en su taller artesanal?

Se puede considerar que las personas con las que se trabaja aquí en el local son las más adecuadas para este tipo de labor, ya que tiene experiencia en la realización de bordados, pero sobre todo su habilidad con las manos hace que se tenga productos de calidad y en poco tiempo.

¿Cuáles son las herramientas con las que fabrican las artesanías textiles?

Las principales herramientas que se utiliza son las agujetas de bordar para los empleados, se dispone además de una maquina recta que permite pegar cierres y etiquetas para los acabados finales.

¿Cómo es el proceso de elaboración de sacos de lana en su taller artesanal?

Lo primero que se hace es pesar la lana que se le va a entregar a cada una de las empleadas para la elaboración de sacos o cualquier otra prenda y luego se deja que ellos elaboren las prendas de acuerdo con las necesidades del mercado, por ejemplo, se dedica días enteros para sacos o para ponchos.

¿Con cuántos empleados o personal cuenta en su taller?

Como lo mencione anteriormente se cuenta con 5 personas para la elaboración de las prendas, la principal característica de estas personas es que tienen mucha habilidad con sus manos al momento tejer, de eso depende que no se demoren mucho en la fabricación de los diferentes tipos de productos.

¿Cómo realiza el proceso de control de calidad en los productos finales?

El control de calidad se lo realiza al momento que entregan toda la tarea encomendada al grupo de trabajadoras, ellas mismas son las encargadas de corregir cualquier falla antes de entregar los productos; posteriormente se recibe las prendas verificando la calidad y se almacenan.

¿Qué conocimientos tiene en el proceso de exportación de sacos a USA?

Se dispone de un buen conocimiento ya que se ha realizado procesos de exportación e importación de diferentes productos y de diferentes mercados; por lo cual, genera la idea de comenzar el proceso de exportación de sacos de lana por volumen al mercado estadounidense.

¿Qué factores del mercado destino se tiene que tomar en cuenta para la exportación?

Con la experiencia obtenida en exportaciones anteriores se puede decir que la calidad y el empaque son un factor importante al momento de ingresar el producto de exportación a Estados Unidos, otro factor, es el certificado de

origen de la mercadería para poder comercializarlos en el mercado de destino.

ENTREVISTA AL SEÑOR HUMBERTO LEMA, COMERCIANTE Y EXPORTADOR DE ARTESANIAS TEXTILES DE LA CIUDAD DE OTAVALO

¿Existe proveedores de sacos de lana reconocidos en el Ecuador?

Existen proveedores de sacos de lana a los cuales se les compra los sacos de lana, no existen grandes productores ya que estos sacos de lana se hacen a nivel artesanal y en pequeños talleres.

¿Qué tipo de sacos de lanas son los más demandados en el mercado estadounidense?

Los sacos más demandados son los sacos de cuello cerrado y los sacos con capucha ya que son los que mantiene más abrigado a los clientes en temporadas de invierno.

¿Cuáles son los colores que más se demanda de sacos de lana es Estados Unidos?

Los colores preferidos por el consumidor son los naturales ya que en la mayoría de los casos se evita que los clientes puedan tener alergias por las lanas teñidas.

¿Existe variación de los modelos de sacos de lana en USA?

Si existe variación en los modelos, pero en la mayoría de las veces el uso que se le da a las prendas es para mantener abrigado el cuerpo en las épocas invernales de Estados Unidos.

¿Existen dificultades para la comercialización de sacos de lana en USA?

Existen algunas restricciones como el correcto etiquetado de las prendas y su embalaje, otro factor importante es tener el certificado de origen del producto; por lo general la competencia hace que este tipo de productos se venda en lugares especializados en artesanías textiles.

¿Cuál es la percepción de la calidad de los sacos de lana otavaleños?

Los sacos de lana de Otavalo son reconocidos por los clientes por su calidad y por su amplia variedad de productos, la percepción es buena al momento de la venta.

¿Cuál es el tiempo promedio en el que llegan los sacos de lana desde Ecuador?

El tiempo varía de acuerdo con el recorrido de carga de la naviera, esto se puede tener en 20 días a dos meses, en lo particular se tiene que en promedio de 35 días la mercadería llega al puerto de New Jersey.

¿Cuáles son los meses de mayor demanda de sacos de lana?

Los meses de mayor demanda son los de clima frío en Estados Unidos que comienzan desde octubre hasta el mes de marzo, en estos meses se presenta la mayor cantidad de ventas de sacos de lana en el mercado de Nueva York.

¿Cuál es el precio promedio de los sacos en el mercado estadounidense?

El precio promedio de los sacos de lana se encuentra entre los Usd 50 y Usd 90, dependiendo de la calidad y la variedad de los productos, estos precios varían de acuerdo con el almacén en donde son vendidos los productos, pero sobre todo por la cercanía con la temporada navideña.

¿Cuáles son los productos que se consideran competencia de los sacos de lana de Otavalo – Ecuador?

Existen muchos productos artesanales de diferentes partes del mundo que son vendidas en el mercado estadounidense, entre ellas se debe de considerar las artesanías mexicanas que tienen buena acogida y los proveedores abastecen rápidamente.

Anexo 3 Costos de producción

Costos Directos de Fabricación.

MATERIA PRIMA	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO AÑUAL
Lana de oveja	Lbs	300	3.60	1080.00	12960
Cierres	Unid.	200	0.15	29.00	348
Etiqueta interna	Unid.	200	0.02	4.00	48
TOTAL				1113	13356

Rol de pagos Mano de Obra Directa.

Empleado	No.	Sueldo	Aporte Patrón	13avo	14avo	Total mensual	Total anual
Obreros	8	386.00	46.90	32.17	31.25	3474.21	41690.52
Remuneración mensual	8	386.00	46.90	32.17	31.25	3474.21	
Remuneración anual		4632.00	562.79	386.00	375.00	41690.52	41690.52

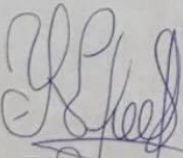
Costos Indirectos de Fabricación.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		
CUENTA	MENSUAL	ANUAL
Agua	28.00	336.00
Energía Eléctrica	65.00	780.00
TOTAL	93.00	1116.00

Anexo 4 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA				
BANCO	BanEcuador			
VALOR	\$ 30,000.00			
INTERES	11.07%			
INTERES TRIM.	2.77%			
PLAZO	20 (5 años)			
PERÍODO	Trimestral			
GARANTÍA	-----			
TRIMESTRE	CUOTAS	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO CAPITAL \$ 30,000.00
1° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 830.25	\$ 1,143.13	\$ 28,856.87
2° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 798.61	\$ 1,174.76	\$ 27,682.11
3° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 766.10	\$ 1,207.27	\$ 26,474.84
4° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 732.69	\$ 1,240.68	\$ 25,234.16
5° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 698.36	\$ 1,275.02	\$ 23,959.14
6° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 663.07	\$ 1,310.31	\$ 22,648.83
7° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 626.81	\$ 1,346.57	\$ 21,302.26
8° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 589.54	\$ 1,383.84	\$ 19,918.43
9° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 551.24	\$ 1,422.13	\$ 18,496.29
10° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 511.88	\$ 1,461.49	\$ 17,034.80
11° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 471.44	\$ 1,501.94	\$ 15,532.86
12° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 429.87	\$ 1,543.50	\$ 13,989.36
13° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 387.16	\$ 1,586.22	\$ 12,403.14
14° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 343.26	\$ 1,630.12	\$ 10,773.02
15° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 298.14	\$ 1,675.23	\$ 9,097.79
16° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 251.78	\$ 1,721.59	\$ 7,376.20
17° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 204.14	\$ 1,769.24	\$ 5,606.96
18° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 155.17	\$ 1,818.20	\$ 3,788.75
19° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 104.85	\$ 1,868.52	\$ 1,920.23
20° TRIMESTRE	\$ 1,973.38	\$ 53.14	\$ 1,920.23	\$ 0.00

Anexo 5 Balance General 2017

CABASCANGO VINUEZA NAKHEE YAMTTY NYC TEXTIL IMPORTADORA RUC. 1002634481001 BALANCE GENERAL DEL 01 DE ENERO AL 31 DE SEPTIEMBRE DEL 2017					
ACTIVOS			PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
ACTIVO DISPONIBLE		191457,32			
Caja Bancos	32525,00		Cuentas por Pagar	0,00	
Inventario de Mercaderías	158932,32		Préstamos por Pagar	0,00	
ACTIVO EXIGIBLE		0,00	TOTAL PASIVO		0,00
Cuentas por Cobrar	0,00				
Crédito Tributario IVA	0,00				
Crédito Tributario RENTA	0,00				
ACTIVO FIJO		0,00	PATRIMONIO		
Edificios	0,00		Capital Social	176197,11	
Equipo de computación y S	0,00		Utilidad del ejercicio	15260,21	
Muebles y enseres	0,00				
Maquinaria Equipo e instal.	0,00				
Vehículos	0,00				
(-) Depreciación Activo fijo	0,00		TOTAL PATRIMONIO	191457,32	
TOTAL ACTIVO		<u>191457,32</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>191457,32</u>
 Sr. Nakhee Yamtty Cabascango Vinueza RUC 1002634481001			 Lcda. Leticia Merlo López CONTADORA		

Anexo 6. Declaración Aduanera de Exportación



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN



Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE			
Información de general			
Código de la distrito		Código de régimen	
Tipo de Despacho		Código del declarante	
Información de Exportador			
Nombre del exportador			
Dirección del exportador			
Número de documento de		Ciudad del exportador	
CIU		Número de documento de	
Nombre del declarante			
Dirección del declarante			
Código de forma de pago		Código de moneda	
Información de carga			
Puerto de carga		Puerto privado desde	
Puerto de llegada o de		Fecha de la carta de	
Nombre del consignatario			
Dirección del			
Ciudad del contribuyente		Tipo de carga	
Almacen de lugar de		Medio de transporte	
País de destino final			
DOLAR ESTADOUNIDENSE			
Totales			
Código de moneda		Tipo de cambio	
Total moneda transacción (FOB)		Cantidad de ítem	
Peso neto total		Peso total	
Cantidad total de bultos		Cantidad de contenedores	
Cantidad total de unidades físicas		Cantidad total de unidades comerciales	
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

La declaración aduanera de exportación (DAE) es un formulario en el que se registra información general relativa a la mercadería que está siendo objeto de importación.

La Declaración Aduanera es única y personal, podrá ser formulada por: el importador; exportador o pasajero; por cualquier operador autorizado para el

efecto; por medio de un Agente de Aduana, será transmitida vía electrónica o presentada de manera física en casos excepcionales, de acuerdo con el procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Los datos que se agregan en la DAE son:

- Nombre de exportador o declarante.
- Descripción de la mercancía de la factura
- Datos del consignante.
- Destino de la carga
- Cantidades.
- Peso y demás datos relativos a la mercancía.

La DAE será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

A continuación, se presentan algunas recomendaciones para la presentación de la DAE:

- El documento de transporte debe estar procesado y aceptado por la aduana del Ecuador
- Se debe de verificar lo declarado para así evitar sanciones.
- Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Anexo 7. Tabla de Impuesto a las rentas personales.

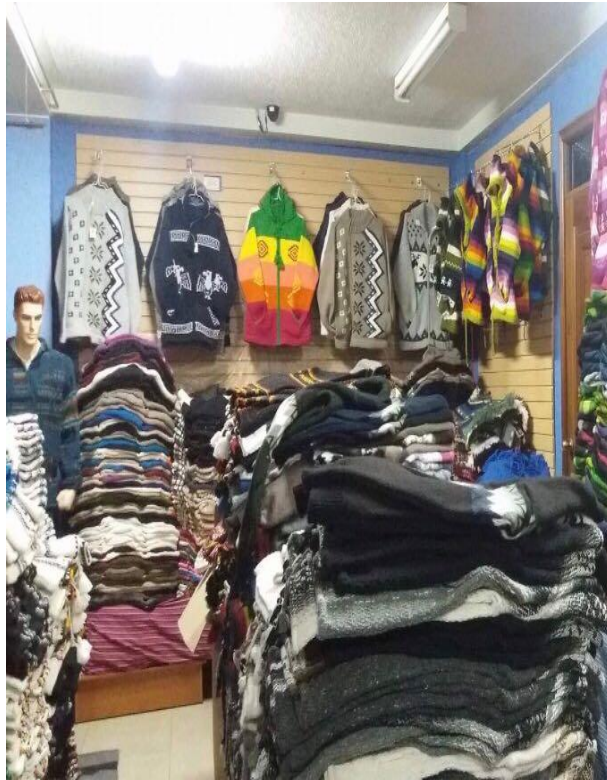
La tabla para personas naturales y sucesiones indivisas para el año 2018 (en dólares)

Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto fracción básica	% Impuesto fracción excedente
0	11270	0	0%
11270	14360	0	5%
14360	17950	155	10%
17950	21550	514	12%
21550	43100	946	15%
43100	64630	4178	20%
64630	86180	8484	25%
86180	114890	13872	30%
114890	En adelante	22485	35%

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Anexo 8. Fotos de los productos





Anexo 9. Plan de tesis



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE IBARRA
“PUCE-SI”**

**ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
“ENCI”**

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

***“PLAN DE EXPORTACIÓN DE SACOS DE LANA HECHOS A MANO
DE LA EMPRESA TEEN NEW YORK HACIA EL MERCADO
ESTADOUNIDENSE”***

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Negocios Internacionales E.1

AUTOR (A): Cinthia Carolina Pineda Conteron

IBARRA, NOVIEMBRE, 2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	NOMBRE DEL PROYECTO	4
2.	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)	5
3.	JUSTIFICACIÓN	158
4.	OBJETIVOS	160
5.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	160
6.	ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA	164
7.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	170
8.	RECURSOS	173
9.	FUENTES DE INFORMACIÓN	174
10.	ANEXOS	176

1. NOMBRE DEL PROYECTO

PLAN DE EXPORTACIÓN DE SACOS DE LANA HECHOS A MANO DE LA EMPRESA TEEN NEW YORK HACIA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE – NUEVA YORK

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

La economía del cantón Otavalo se basa prioritariamente en la comercialización tanto nacional como internacional de sus productos artesanales, de la música folklórica y de su espectacular turismo. Según PROECUADOR y TRADEMAP el destino de exportación de las artesanías ecuatorianas es el mercado estadounidense. Existen indígenas que mayoritariamente se dedican al comercio de artesanías, pero por la limitación de paso fronterizo, muchos de ellos han optado por establecerse en el extranjero dejando atrás su familia, su hogar, dejando atrás su país. Muchos de estos emigrantes ecuatorianos aun no cuentan con papeles legales para trabajar es así que ellos se han vuelto emprendedores. Debido a que no pueden salir o entrar al país nuevamente para exportar sacos de lana a Estados Unidos y existe aún un distribuidor que exporte este producto al exterior, por ende, la mayoría de personas que venden las artesanías optan por cambiarse de negocio y emprender con productos similares, pero de nacionalidad China.

Hoy en día el gobierno está fomentando las exportaciones para el cambio de la matriz productiva. Es de vital importancia que la empresa Teen New York aproveche las herramientas de ayuda que el gobierno ecuatoriano está brindando a los exportadores. Debido a la alta competencia en Otavalo de estas artesanías, la empresa Teen New York con su alta potencialidad de proveer sacos de lana diferenciados y de calidad cuenta con la capacidad de abastecer el mercador nacional, así como internacional ya que ha tenido previa experiencia en este mercado. Es decir, los propietarios de esta empresa han trabajado en EEUU por 15 años con otros productos, durante su estancia por medio de

observaciones directas han notado la gran apreciación que el mercado new yorkino tiene hacia las artesanías ecuatorianas, por ende, se diseñara un plan de exportación para los sacos de lana para abarcar el mercado new yorkino. Hoy en día solo existe un proveedor de artesanías llamado Humberto Lema, el cual es de origen otavaleño, que no satisface las necesidades de los compradores, es decir, el único proveedor que vende este tipo de productos no cuenta con tallas, colores, estilos, ni calidad en los sacos de lana, así como también este proveedor no da a sus compradores una seguridad de poder abastecerles, es decir, sus exportaciones no son constantes, por ende se puede recalcar que este mercado extranjero tiene gran demanda insatisfecha.

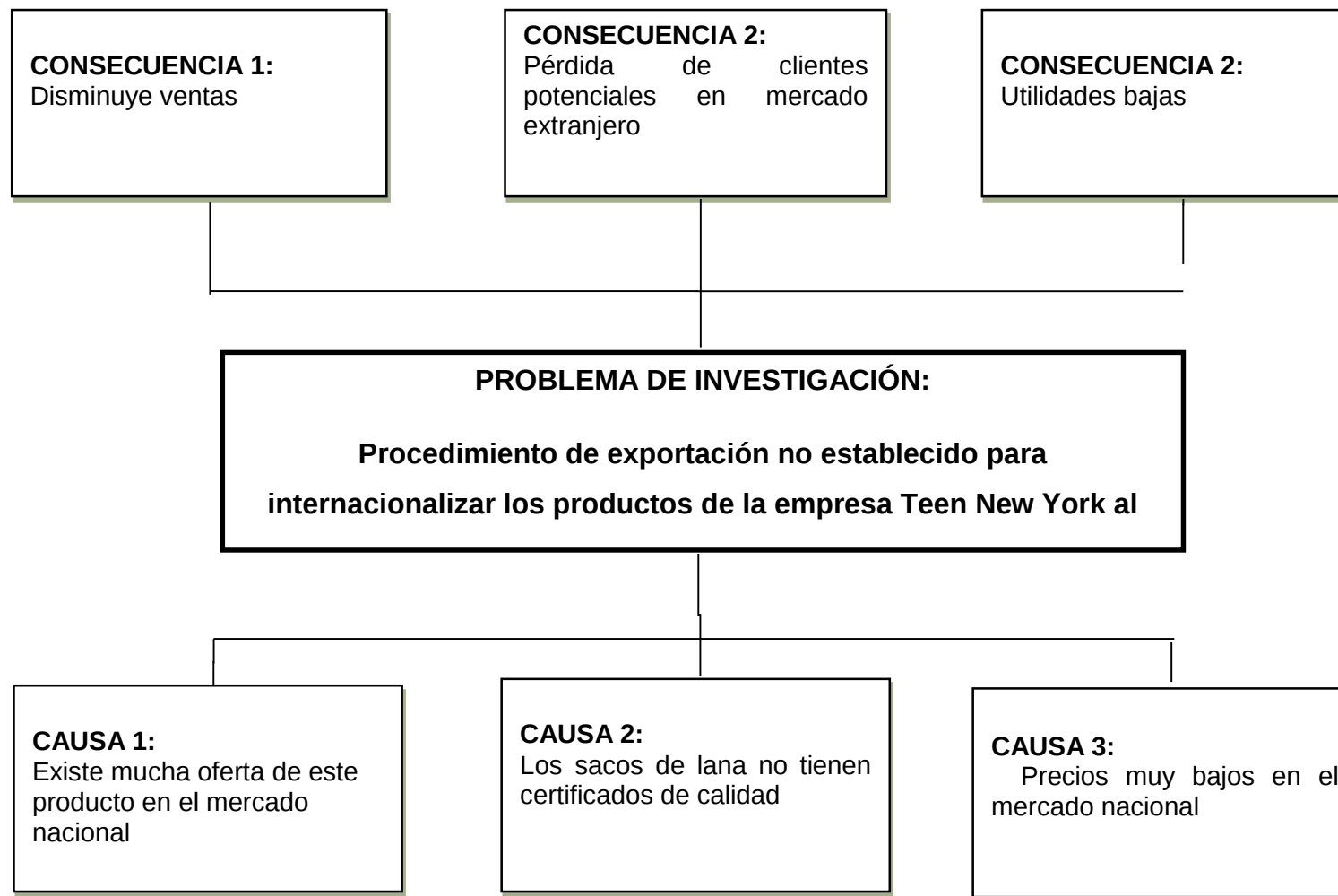


Figura 1 Árbol de problemas

Elaborado por: La autora

3. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día es primordial fomentar las exportaciones ecuatorianas, ya que por medio de estas se genera trabajo y recursos para las empresas medianas y pequeñas que se dedican a la fabricación y comercialización de sacos de lana, el cual se apoyan con el máximo desempeño de los artesanos que se encuentran en diferentes regiones. Según el Banco Central del Ecuador, las exportaciones son fundamentales para el movimiento financiero interno del Ecuador, teniendo en cuenta que en la actualidad Ecuador no cuenta con buenas relaciones comerciales con el resto del mundo especialmente con el comprador estrella, que es Estados Unidos.

La empresa Teen New York se encuentra en la ciudad de Otavalo desde hace cinco años. Esta empresa se dedica a la importación de telas, el cual los propietarios han decidido mantener un equilibrio económico, por medio de la diversificación de sus productos, es decir hoy en día produce y comercializa en el mercado nacional a mayoristas sacos de lana hechos a mano, que con el paso del tiempo, ha logrado a pesar de la gran oferta que este producto tiene en la ciudad de Otavalo, cuenta con clientes potenciales nacionales pero debido a la crisis que hoy Ecuador atraviesa, es de suma importancia llegar a internacionalizar este producto por parte de la empresa Teen New York ya que la mayoría de los clientes nacionales ya no optan por comprar este producto en grandes cantidades y la empresa tiene excedentes de producción que puede abastecer la demanda insatisfecha de este producto en el extranjero y por ende con la creación de este plan de exportación logre incrementar sus ingresos debido a que obtendrá conocimientos de procesos de exportación al mercado seleccionado.

Basado en investigaciones y datos de PROECUADOR la partida arancelaria de este producto es 61033100, el cual según TradeMap las exportaciones de este producto son destinadas especialmente a tres países, especialmente hacia Estados Unidos en un 62,5%, mientras que a Panamá en un 25% y a España en un 12,5% (ver anexo #2) el cual podemos justificar la selección del mercado estadounidense como mercado objetivo de este proyecto. Es de vital importancia que se fomente la

exportación de las artesanías ecuatorianas así como los sacos de lana por su calidad, innovación y originalidad, ya que son productos no tradicionales y el Ecuador hoy en día solo depende del petróleo y el banano, teniendo en cuenta que los recursos naturales de este país son limitados y llegar a su fin. Exportando productos artesanales como sacos de lana donde basada observaciones directas por los propietarios de esta empresa en el mercado estadounidense, este producto es muy apreciado y tiene una alta demanda en dicho mercado, se ayudaría a incrementar los ingresos y equilibrar la balanza comercial del Ecuador. Los sacos de lana son originalmente producidos en Otavalo, Peguche y Mira en el cual los artesanos de estas áreas y sus familias serán altamente beneficiados. Debido a que este proyecto generara fuentes de trabajo en áreas que hoy en día no estaban tan estables como antes de lo sucedido en los ataques en las torres gemelas el 11 de septiembre del 2001. Mejorará la calidad de vida de estas familias en vivienda, educación y alimentación. También los emprendedores ecuatorianos, así como clientes extranjeros de varias nacionalidades establecidos en el exterior en este caso Nueva York genera un alto nivel de ingresos ya que se les proveerá sacos de lana variados de acuerdo a las preferencias de los consumidores de una forma constante y permanente.

El comercio internacional es conocido como uno de los polos de desarrollo que más se destaca en el Ecuador en los últimos años. Actualmente los procedimientos de comercio exterior se encuentran en cambios constantes debido a la globalización. Es relevante conocer los procedimientos que regulan las transacciones comerciales en el ámbito internacional que como consecuencia tienen a agilizar de una forma notable el ingreso y salida de variedad de mercancías, el cual se contribuirá de una manera continua el progreso y desarrollo económico de Ecuador. Por ende el presente proyecto pretende dar a conocer a fondo normativas, en caso de existencia de acuerdos comerciales con el país objetivo de este producto, así como la base legal, oferta y demanda para la exportación de los sacos de lana

4. OBJETIVOS

1.4

4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar el plan de exportación de sacos de lana hechos a mano para la empresa TNY al mercado estadounidense con la finalidad de incrementar sus ingresos.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Diagnosticar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.
2. Identificar el nivel de producción de la empresa Teen New York para determinar si cuenta con oferta exportable.
3. Aplicar los procesos de exportación hacia el mercado estadounidense
4. Analizar la rentabilidad de la empresa cumpliendo con la normativa respectiva para establecer la viabilidad del proyecto.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Basados en resultados que se tomaron de Trade Map y Proecuador la empresa Teen New York ha optado por internacionalizar sus productos hacia el mercado estadounidense. Hoy en día Proecuador y el MIPRO están ayudando de forma positiva a las empresas para que puedan surgir y fomentar sus exportaciones en el extranjero. Con el apoyo del MIPRO se obtendrá capacitaciones para que la empresa se desarrolle de mejor manera, es decir pueda alcanzar de mejor manera sus objetivos en el ámbito nacional y pueda desempeñarse de mejor manera cuando realice sus exportaciones ya que este provee certificaciones que ayudaran a aumentar la calidad del producto.

El presente proyecto tiene como objetivo general diseñar el plan de exportación de sacos de lana hechos a mano para la empresa Teen New York al mercado estadounidense con la finalidad de incrementar sus ingresos. Mediante ciertos puntos específicos; el primero es definir el procedimiento de exportación para internacionalizar los productos de la empresa Teen New York al mercado estadounidense, por medio de esto se investigará el actual procedimiento mediante entrevistas en las empresas exportadoras de carga que existe en la ciudad de Otavalo. Se recurrirá a las oficinas de Proecuador para un mejor entendimiento sobre como desaduanizar la carga una vez establecida en Nueva York y como Proecuador podría ayudar a desarrollar este proyecto de una forma opima.

El proyecto, diagnosticará el mercado actual de Estados Unidos especialmente en Nueva York. Los propietarios cuentan con un Network que ayudará a investigar a los proveedores y los precios en cualquier término de incoterm de los productos, así como también cuales son los plazos de pagos, tipos de clientes, competencia y logística que estos provean al cliente. Por medio de su cooperación, se procederá a adquirir conocimientos de nuevas tendencias de los consumidores, es decir, colores, estilos clave, a que temporada será ventajosa la exportación de los productos.

Para determinar si cuenta con oferta exportable, Teen New York, por medio de este proyecto identificará el nivel de producción de la empresa. En cuanto a la producción, se basará en la producción de los pequeños artesanos, según cuanto sea el contrato o el pedido que la empresa les hace a los artesanos. Procederá a entrevistas y observación directa para llegar a un resultado que deducirá si la empresa esta apta para la exportación. En caso que no llegue a generar una cantidad promedio para la exportación la empresa deberá generar nuevos métodos de producción. Entrevistar a la los productores y comercializadores de sacos de lana para contar con información sobre cuánto es su capacidad producción y si ellos están aptos para tomar órdenes de compra por medio de esta empresa.

El proyecto establecerá los procesos de exportación hacia el mercado estadounidense. La exportación procederá a su realización con la debida documentación y cumpliendo cada proceso de exportación que al momento del arribo de esta, deberá tomar en cuenta que los procesos utilizados son actuales y los que mejor opten para desaduanar la mercadería de una forma instantánea, ya que si la carga demora en la aduana, se cancelará futuras multas, o almacenamiento temporal el cual producirá que el costo de la mercancía incremente.

El último objetivo será el análisis de la rentabilidad de la empresa cumpliendo con la normativa respectiva, el cual identificara, si es rentable o no la exportación hacia el mercado estadounidense, cuanto es el costo de producción de cada exportación, es decir cuánto se invierte en materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación. Según las leyes, hoy en día cada trabajador debe estar debidamente asegurado por la empresa y al momento de realizar la exportación se deberá emplear a varias personas y debemos de tener un costo total sobre los trámites de emplear a más personas. Así como también optar por tramites logísticos de calidad pero a la vez económicos, es necesario que la carga llegue asegurada, por ende también tendrá que tomar en cuenta tramites de aseguración de estas mercancías.

5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO

- 1.1 Procesos de producción de sacos de lana
 - 1.1.1 Sector textil en Otavalo
 - 1.1.2 Análisis estratégico y situación competitiva
 - 1.1.3 Empresas exportadoras de artesanías
- 1.2 Matriz FODA
- 1.3 Acuerdos comerciales de Ecuador y Estados Unidos
- 1.4 Normativa legal
- 1.5 Incoterms
- 1.6 Contratos de compra y venta con clientes potenciales

- 1.6.1 Promociones y descuentos
- 1.7 Certificaciones de exportación hacia EEUU
- 1.8 Proceso de exportación hacia el mercado Estadounidense
- 1.9 Proceso logístico vía marítima
- 1.10 Tipos de análisis financiero
- 1.11 VAN
- 1.12 TIR

2. CAPÍTULO 2 DIAGNÓSTICO Y/O ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1 Antecedentes
- 2.2 Objetivos
- 2.3 Variables Diagnosticas
- 2.4 Indicadores
- 2.5 Matriz de relación
- 2.6 Información primaria
- 2.7 Entrevista
- 2.8 Observación
- 2.9 Información secundaria
- 2.10 Encuestas Aplicadas a Teen New York
- 2.11 Tabulación y análisis de la información
- 2.12 FODA
- 2.13 Cruce de matriz FODA, FA, FO, DO, DA
- 2.14 Determinación del problema diagnostico

3. CAPÍTULO 3 PROPUESTA

Plan de exportación de sacos de lana hechos a mano de la empresa Teen New York hacia el mercado Estadounidense

- 3.1 Descripción de la empresa
- 3.2 Estrategias de venta y comercialización

3.3 Aplicación de la exportación de sacos hechos a mano

3.4 Diseño de la estructura financiera y económica de la empresa Teen New York

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

6.1. METODOS GENERALES

6.1.1. Método Inductivo

El método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación (Definición de , s.f.)

Para desarrollar este proyecto, se utilizará este método para obtener conclusiones generales así como establecer la factibilidad para la exportación de sacos de lana hechos a mano hacia el mercado Estadounidense. Se tomara muy en cuenta puntos críticos como los gustos/preferencias de los consumidores y así poder concluir cuales son los índices de consumo de los sacos de lana.

6.1.2. Método Deductivo

El método deductivo o la deducción es uno de los métodos más usados a instancias de lograr, obtener, conclusiones sobre diversas cuestiones. El rasgo distintivo de este método científico es que las conclusiones siempre se hayan impresas en las

premisas, es decir, es posible inferir a la conclusión de las proposiciones que conforman un argumento, de ellas y solamente de ellas deviene. (Definición ABC, s.f.)

Este método ayudara a al proyecto a desarrollarse de una manera que demostrara que el mercado new yorkino es un sector que cuenta con mayor demanda por estos productos, asi como también se demostrara que los proveedores de estos productos aún no ha satisfecho estas demandas, el cual se concluirá que Teen New York puede cubrir la demanda insatisfecha de este mercado con los productos de calidad que cuenta hoy en día.

6.1.3. Método analítico – sintético

El método analítico se refiere al análisis de las cosas o de los fenómenos; la palabra análisis, del griego análisis, descomposición, significa examinar, descomponer o estudiar minuciosamente una cosa. Por tanto el método analítico comienza con el todo de un fenómeno y lo revista parte por parte (descomposición o separación del todo), comprendiendo su funcionamiento y su relación intrínseca, complementándose con la parte sintética. (campo, s.f.)

El método sintético se refiere a la síntesis se las cosas o de los fenómenos; la palabra síntesis, del griego synthesis, significa composición de un todo mediante la unión de sus partes, el método sintético, por lo tanto, es aquel que procede de lo simple a lo complejo, donde las partes simples que se separaron en el análisis, una vez revesadas, ahora son integradas por la síntesis (entiéndase todos los datos, hechos o elementos que intervienen en un fenómeno), definiendo qué relación tienen entre si y de qué manera afectan la realización del fenómeno en cuestión, así, hasta completar nuevamente el todo. Este método nos lleva, por ende, de las causas a los efectos y de los principios a las conclusiones. (campo, s.f.)

Con estos métodos, el proyecto se desarrollara de tal manera que ayudara a fijar estrategias innovadoras para comercializar los productos de una manera óptima

tanto en el mercado nacional como extranjero y así obtener una mayor cantidad de clientes potenciales y generar mayores ingresos.

6.2 TÉCNICAS

6.2.1 Observación

La observación es un proceso cuya función primera e inmediata es recoger información sobre el objeto que se toma en consideración. Esta recogida implica una actividad de codificación: la información bruta seleccionada se traduce mediante un código para ser transmitida a alguien (uno mismo u otros). Los numerosos sistemas de codificación que existen, podrían agruparse en dos categorías: los sistemas de selección, en los que la información se codifica de un modo sistematizado mediante unas cuadrículas o parrillas preestablecidas, y los sistemas de producción, en los que el observador confecciona él mismo su sistema de codificación. (Técnicas de investigación, s.f.)

Es necesario el uso de esta técnica ya que, los sacos de lana tienen diferentes estilos y colores, no todos tienen la misma calidad por ende el precio va a variar. Por medio de la observación es necesario que las personas que van a cooperar con este proyecto otorguen a la empresa información sobre este producto en específico y no sobre productos que sean parecidos, es decir de otras nacionalidades y de otra calidad.

6.2.2. Encuesta

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. En el ámbito sanitario son muy numerosas las investigaciones realizadas utilizando esta técnica, como queda demostrado en los 294 artículos encontrados en la base de datos Medline Express, con el descriptor *survey*, para los años 1997-2000 y en castellano. De éstos, en los años 1999 y 2000 se han publicado en España 72 investigaciones que abarcan una gran variedad de temas: encuestas de salud

general, sobre temas específicos de salud, consumo de alcohol, tabaco y otras drogas, consumo de fármacos, hábitos higiénicos, hábitos alimentarios, satisfacción de los usuarios con los servicios sanitarios, satisfacción del personal sanitario, etc. Esto puede ofrecer una idea de la importancia de este procedimiento de investigación que posee, entre otras ventajas, la posibilidad de aplicaciones masivas y la obtención de información sobre un amplio abanico de cuestiones a la vez. (Técnicas de investigación, s.f.)

Este método de investigación se realizara a los artesanos para recopilar cuanto es el nivel de producción de cada uno, cuales son sus modos de producción y cuales son sus técnicas para agilizar el proceso de producción, es de vital importancia usar este método ya que son varios artesanos y llegar a conclusiones de una forma optima.

6.2.3 Entrevista

El objetivo de la entrevista es preguntar es inducir al empleado a hablar, es decir, orientar el proceso hacia la obtención de la información deseada. Generalmente se busca con las preguntas, conocer, ratificar impresiones y datos o percibir motivaciones e intereses, prejuicios y aspiraciones. Al realizar una entrevista, nunca se debe efectuar preguntas sin propósitos definidos. (UNAD, s.f.)

Es de suma importancia usar este método de investigación ya que se obtendra, de forma directa información primaria de competencia tanto nacional como internacional. Tendremos en cuenta como es su estilo de venta sus fortalezas y sus debilidades, para poder tomar una decisión y crear estrategias para obtener ventajas competitivas sobre la competencia.

6.3 INSTRUMENTOS

6.3.1 Ficha de Observación

Las fichas de observación son instrumentos de la investigación de campo. Se usan cuando el investigador debe registrar datos que aportan otras fuentes como son personas, grupos sociales o lugares donde se presenta la problemática. Son el complemento del diario de campo, de la entrevista y son el primer acercamiento del investigador a su universo de trabajo. Estos instrumentos son muy importantes, evitan olvidar datos, personas o situaciones, por ello el investigador debe tener siempre a la mano sus fichas para completar el registro anecdótico que realiza cuando su investigación requiere trabajar directamente con ambientes o realidades. (Definición ABC, s.f.)

La ficha de observación ayudara al proyecto a recopilar datos sobre los precios de los productos que se venden en ciertas temporadas y cuanto es su variación. Por medio de esta se establecerá precios sobre el producto y redondear costos, es decir, hacer compras de materia prima en ciertas temporadas, para competir con precios con la competencia.

6.4 MATRIZ DE RELACIÓN

Tabla 59

Matriz de relación

Objetivos Específicos	Variable	Indicadores	Técnicas	Fuentes Información
Diagnosticar el mercado actual en Estados Unidos de los sacos de lana con el fin de determinar la demanda del producto.	➤ Mercado Internacional	• Oferta • Demanda • Competencia • Clientes • Tipos de proveedores • Créditos y sus plazos • Precios • Gustos preferencias • Logística	Observación Entrevista	• Entrevista Humberto Lema • Trade Map

Identificar el nivel de producción de la empresa Teen New York para determinar si cuenta con oferta exportable.	➤ Oferta Exportable	• Tipo de procesos de producción • Costos • Materia prima • Calidad de producto final • Tendencia de colores • Estilos y tamaños	Observación Entrevista	Entrevista a productores de esta empresa
Aplicar los procesos de exportación hacia el mercado estadounidense	➤ Aspectos económicos y financieros	• Ingresos • Gastos • Inversión • Nivel de ventas • Nivel de rentabilidad • Impuestos	Bibliografía Entrevista	• Trade Map • Proecuador • Embajada Estaduniden se
Analizar la rentabilidad de la empresa cumpliendo con la normativa respectiva para establecer la viabilidad del proyecto.	➤ Factores económicos y financieros	• Ingresos • Gastos • Inversión • Nivel de ventas • Nivel de rentabilidad • Impuestos	Bibliografía Entrevista	Trade Map

Elaborado por: La autora

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 60

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				RESPONSABLE
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO																					Cinthia Carolina Pineda Conteron
Recopilación de Bibliografía																					Cinthia Carolina Pineda Conteron
Procesos de producción de sacos de lana																					Cinthia Carolina Pineda Conteron
Sector textil en Otavalo																					Cinthia Carolina Pineda Conteron
Análisis estratégico y situación competitiva																					Cinthia Carolina Pineda Conteron
Empresas exportadoras de artesanías																					Cinthia Carolina Pineda Conteron
Acuerdos comerciales de Ecuador y Estados Unidos																					Cinthia Carolina Pineda Conteron
Normativa legal																					Cinthia Carolina Pineda Conteron
Incoterms																					Cinthia Carolina Pineda Conteron

Contratos de compra y venta con clientes potenciales																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
Promociones y descuentos																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
Certificaciones de exportación hacia EEUU																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
Proceso de exportación hacia el mercado Estadounidense																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
Proceso logístico vía marítima																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
Tipos de análisis financiero																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
VAN																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
TIR																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
CAPÍTULO : DIAGNÓSTICO																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
Diseño de Instrumentos de Investigación																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
Aplicación de Instrumentos																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
Tabulación y Análisis de la información																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
FODA																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
CAPÍTULO: PROPUESTA																			Cinthia Carolina Pineda Conteron
Análisis de situación actual																			Cinthia Carolina Pineda Conteron

8. RECURSOS

Tabla 61

Recursos

a) Humanos

-Encuestadores	250 dólar
Subtotal	250

b) Materiales

-Computadora	350.0
-Impresora	150.0
-Copias	72.0
-Impresiones	150.0
-Empastados	25.00
-Anillados	10.0
-Esferográficos	1.0
Subtotal	758

c) Otros

-Pasajes	10
-Viáticos	25
-Gastos Varios	
Subtotal	35

Subtotal	1043
Imprevistos	(11%)
TOTAL	1157.73

Elaborado por: La autora

8.1 FINANCIAMIENTO

El total de los recursos suma un valor de mil ciento cincuenta y siete dorales con setenta y tres centavos (1157.73) y serán financiados 100% por la autora.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

- (s.f.). Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- campo, T. d. (s.f.). Obtenido de <http://niveldostic.blogspot.com/2009/06/metodo-analitico-sintetico.html>
- *Definición ABC*. (s.f.). Obtenido de www.definicionabc.com/ciencia/metodo-deductivo.php
- *Definición de .* (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/metodo-inductivo/>
- Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). *Administración estratégica*. México: 8Ed. Mexico. MacGraw Hill.
- SARZOSA, S. C. (01 de ENERO de 2015). GERENTE PROPIETARIO COMERCIALIZADORA FASAPIC CIA. LTDA. (A. M. SÁNCHEZ, Entrevistador)
- *Técnicas de investigación*. (s.f.). Obtenido de <http://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-encuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>
- *Técnicas de investigación*. (s.f.). Obtenido de <http://www.fhumyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/solefabri1.htm>
- UNAD. (s.f.). Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/107010/107010/tcnicas_de_entrevista.html

10. ANEXOS

Anexo 10.1

Ilustración 1

Autorización de desarrollo de investigación



AUTORIZACIÓN DE DESARROLLO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA LA TITULACIÓN EN INGENIERÍA EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA PUCE-SI

Otavalo, 31, Mayo , 2016

Señor:
Luis Cabascango

Como parte del proceso de titulación, para la obtención del título de ingeniería en comercio y negocios internacionales, por parte de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. La estudiante Cinthia Carolina Pineda Conteron con cédula de identidad número 1002576765. Solicitamos su autorización, para poder desarrollar nuestra propuesta con el tema **Plan de Exportación de sacos de lana hechos a mano de la empresa Teen New York hacia el mercado estadounidense**, en su empresa (asociación) y así poder aplicar los conocimientos adquiridos durante nuestro proceso de aprendizaje.

Por la atención dada a la presente la agradecemos. -

Cinthia Carolina Pineda Conteron

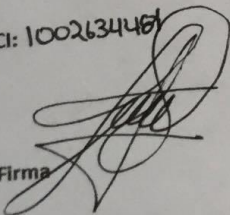
CI: 1002576765

AUTORIZO ☒

NO AUTORIZO ☐

Luis Enrique Cabascango Vinuesa

CI: 1002634461

Firma 

Anexo 10.2

Tabla 62

Tabla de selección de mercados

Importadores	Indicadores comerciales												Arancel (estimado) enfrentado por Ecuador
	Valor exportada en 2015 (miles de USD)	Saldo comercial en 2015 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Ecuador (%)	Cantidad exportada en 2015	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2011-2015 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2011-2015 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2014-2015 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2011-2015 (% p.a.)	
Mundo	8	-30	100	1	Toneladas	8000	-40	-48	6		100	2	
Estados Unidos de América	5	3	62,5	0	Toneladas		-34			8	4,2	15	10,2
Panamá	2	-9	25	0	Toneladas		-23		-33				10
España	1	-2	12,5	0	Toneladas		3			11	2,4	-5	0

Elaborado por: Trade Map

Anexo 10.3

Tabla 63

Tabla comparativa de países

PAÍSES	CON RELACIÓN A ASPECTOS DEL COMERCIO								CON RELACIÓN A LA ECONOMÍA POLÍTICA						LOGÍSTICOS	CUALITATIVOS
	VALOR EXPORTACIONES ECUATORIANAS A:	VOLUMEN EXPORTACIONES ECUATORIANAS A:	VALOR IMPORTACIONES DESDE:	ACUERDOS COMERCIALES CON EL PAÍS DE IMPORTACIÓN	BARRERAS SANITARIAS O FITOSANITARIAS EN EL LUGAR	BARRERAS SANITARIAS O FITOSANITARIAS EN EL LUGAR	ARANCEL APLICADO A OTROS PAÍSES	PIB- PERCÁPIT A ANUAL	INFLACIÓN ANUAL	MONEDA	RELACIÓN DE MONEDA FRENTE AL DÓLAR	IDIOMA	TIPO DE GOBIERNO	TRANSPORTE HACIA EL LUGAR DE DESTINO	PRINCIPALES PUERTOS O AEROPUERTOS EN EL LUGAR DE	GUSTOS PREFERENCIAS DEL MERCADO
Estados Unidos	5	62,5	3	ninguno	No aplica	No aplica	10,2	54.629,50	0.85%	dólar USA	1USD = 1USD	ingles	DEMOCRÁTICO	MARÍTIMO	NEW JERSEY	productos artesanales
Panamá	2	25	-9	TM80 AP Mercados, TM80 OTC, TM80 Preferencia Regional	No aplica	No aplica	10	11.948,90	0.1%	dólar USA	1USD=1USD	ESPAÑOL	DEMOCRÁTICO	MARÍTIMO		calidad, precios
España	1	12,5	-2	Tratado con la union europea en proceso SGP	No aplica	No aplica	0	29.721,60	-0,8%	EURO	1USD = 0,869	ESPAÑOL	MONARQUÍA PARLAMENTARIA	AEREO	EL PRAT / AEROPUERTO DE PALMA DE MALLORCA	calidad, precios

Elaborado por: La autora

