



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 PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO DE LA
EMPRESA SISA PAKARINA, HACIA EL MERCADO ESPAÑOL”

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Negocios Internacionales E.1

AUTORA: CINTYA PAKARINA CABASCANGO TABANGO
ASESOR: MGS. HÉCTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR

IBARRA, ENERO – 2018

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Ibarra, 22 de Enero de 2018

Mgs. Esteban Garrido

ASESOR

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. Héctor Esteban Garrido Salazar

C.C.: 1002413852

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. Héctor Esteban Garrido Salazar

C.C.: 1002413852

(f):

.....
C.C.:

(f):

.....
C.C.:

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Cintya Pakarina Cabascango Tabango, 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, 19 de Enero de 2018

f): 

Cintya Pakarina Cabascango Tabango

C.C.: 0952601912

AUTORÍA

Yo, Cintya Pakarina Cabascango Tabango, portador de la cédula de ciudadanía N° 0952601912, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de la autora, y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

f): 

Cintya Pakarina Cabascango Tabango

C.C.: 0952601912

RESUMEN

San Luis de Otavalo ubicado a 110 kilómetros de la ciudad de Quito, cantón de la provincia de Imbabura declarado como “capital intercultural del Ecuador”. La principal actividad económica es la fabricación de textiles y confecciones de prendas de vestir en las que se destacan su habilidad y creatividad hacia turistas nacionales y extranjeros en el mercado de la Plaza de Ponchos.

El presente proyecto ha sido elaborado con el propósito de incentivar la producción de prendas de vestir bordadas a mano para su futura exportación. Además, el proyecto se enfoca en dos situaciones importantes; por un lado, la comercialización de sus productos hacia el mercado español para de esta forma encontrar una alternativa de negocio rentable que ayude a incrementar los ingresos económicos de la empresa; y por otro lado rescatar los valores culturales tradicionales reflejados en cada prenda elaborada.

La comercialización en el mercado español exige el cumplimiento de barreras arancelarias y no arancelarias, condiciones de calidad e innovación. Por ende, es sumamente importante tener información clara sobre el proceso de producción de las prendas de vestir bordadas a mano, disponibilidad de materia prima y oportunidad de financiamiento.

La investigación de mercados refleja una posible demanda internacional por lo que necesita de una planificación y estrategias para hacer posible la internacionalización de la empresa hacia Barcelona - España a través de tiendas especializadas. En el aspecto financiero, la empresa requiere de financiamiento para aumentar su capacidad de producción y abastecer tanto el mercado local como extranjero, también requiere de recurso humano capaz de apoyar en todo el proceso de producción y exportación.

Palabras clave:

Otavalo, valores culturales, tradicionales, bordadas a mano, exportación.

ABSTRACT

Saint Louis of Otavalo located 110 kilometers from the city of Quito, district of Imbabura province declared as "intercultural the Ecuador capital" due to its richness cultural, scenery, history, and business development. The main economic activity is the manufacture of textiles and clothing from clothing that highlights your skills and creativity to domestic and foreign tourists in the market in Poncho Square or also known as the "Plaza de Ponchos".

This project has been elaborated with the purpose of encouraging the production of garments embroidered by hand for future export. In addition, the project focuses on two important situations; one is the commercialization of their products to the Spanish market for thus find an alternative for profitable business that will help increase the income of the company; and the other is to rescue traditional cultural values reflected in each garment produced.

On the spanish market demands compliance with tariff and non-tariff barriers conditions of quality and innovation. Therefore, it is extremely important to have clear information on the process of production of garments embroidered by hand, availability of raw materials and financing opportunity. Market research reflects a possible international demand so you need planning and strategies to make it possible to the internationalization of the company towards Barcelona - Spain through specialty stores.

In the financial aspect, the company requires funding to increase its production capacity and supply both the local and foreign markets, also requires human resources able to support throughout the process of production and export.

Keywords:

Otavalo, cultural values, traditional, hand embroidery, export.

DEDICATORIA

El cumplimiento de esta gran meta, lo dedico primero a Dios, por darme la fortaleza y confianza en mí misma para no darme por vencida en el desarrollo del proyecto. Con todo mi amor y respeto mis padres y hermanos por brindarme su apoyo incondicional, siendo un ejemplo de esfuerzo y perseverancia.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por ser la guía en cada uno de mis pasos.

En segundo lugar, a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional.

En tercer lugar, a la prestigiosa PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA, por haberme acogido y permitido cursar mis estudios en sus aulas, porque me ha hecho acreedora de la mejor educación, la cual ha permitido formarme como profesional y ser humano de la mano de mis maestros quienes me impartieron con mucha sabiduría sus conocimientos.

En cuarto lugar, a mi tutor, por su paciencia y guía constante para culminar de manera satisfactoria este proyecto.

Y finalmente, a mis primos y amigos que siempre han estado presente antes, durante y después de esta sacrificada pero linda etapa.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
AUTORÍA	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE DE CONTENIDOS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS	xviii
ÍNDICE DE ANEXOS	xx
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
MARCO TEÓRICO	2
1.1 EXPORTACIÓN	2
1.1.1 Definición	2
1.1.2 Clasificación	2
1.1.3 Regímenes de exportación.....	4
1.1.4 Beneficios	5
1.1.5 Plan de Exportación.....	5
1.2 PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO.....	10
1.2.1 Historia de los textiles y tejidos	10
1.2.2 Artesanías.....	11
1.2.3 Bordado.....	13
1.2.4 Confección.....	17
1.2.5 Cadena de Producción	17
1.3 ACUERDO MULTIPARTES ECUADOR - UNIÓN EUROPEA	18
CAPÍTULO II	21
DIAGNÓSTICO	21

2.1	ANTECEDENTES	21
2.2	OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	22
2.2.1	Objetivo General.....	22
2.2.2	Objetivos Específicos.....	22
2.3	VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO	22
2.4	INDICADORES	22
2.4.1	Proveedores	22
2.4.2	Oferta.....	23
2.4.3	Demanda	23
2.5	MATRIZ DE RELACIÓN	24
2.6	MECÁNICA OPERATIVA.....	26
2.6.1	Población o Universo	26
2.6.2	Determinación de la Muestra (Universo 1 y 2)	26
2.6.3	Información Primaria.....	26
2.6.4	Información Secundaria	27
2.7	TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	28
2.7.1	Encuesta a Proveedores de tejidos.....	28
2.7.2	Encuesta a tiendas especializadas en la venta de prendas de vestir bordadas a mano	39
2.7.3	Entrevista al propietario de la empresa Sisa Pakarina	57
2.7.4	Entrevista a una bordadora independiente	59
2.8	MATRIZ F.O.D.A.....	60
2.8.1	Fortalezas	60
2.8.2	Oportunidades.....	61
2.8.3	Debilidades.....	61
2.8.4	Amenazas.....	61
2.9	CRUCE ESTRATÉGICO FA, FO, DO, DA.....	62
2.9.1	Estrategia FA.....	62
2.9.2	Estrategia FO	62
2.9.3	Estrategia DO.....	62
2.9.4	Estrategia DA	62
2.10	Determinación del Problema de Diagnóstico	63

CAPÍTULO III	65
PLAN DE EXPORTACIÓN.....	65
3.1 RESUMEN EJECUTIVO	65
3.2 PERFIL DE LA EMPRESA.....	66
3.2.1 Localización de la empresa	66
3.2.2 Datos generales de las actividades de la empresa	68
3.2.3 Pensamiento estratégico.....	69
3.2.4 Organización y operación	70
3.2.5 Actividades de comercialización y estrategias	71
3.3 ACTIVIDADES GENERALES DE EXPORTACION A CONSIDERARSE.....	72
3.3.1 Selección de mercados y priorización de los mismos.....	72
3.3.2 Objetivos a cumplirse en el mercado seleccionado.....	75
3.4 ANALISIS DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	76
3.4.1 El producto.....	76
3.4.2 Estrategias competitivas genéricas para el producto.....	81
3.4.3 Niveles de producción y Oferta Exportable	82
3.4.4 Proceso productivo.....	83
3.4.5 Propiedad intelectual	87
3.5 ACTIVIDADES GENERALES DE EXPORTACIÓN	89
3.5.1 Análisis del entorno.....	89
3.5.2 Demanda (Valor y volumen).....	96
3.5.3 Oferta.....	102
3.5.4 Consumo Aparente	105
3.5.5 Clientes	106
3.5.6 Costos y Precios de exportación	108
3.5.7 Ventas y Promoción	108
3.5.8 Distribución.....	110
3.5.9 Análisis de la competencia	111
3.5.10 Barreras al comercio.....	113
3.6 IDENTIFICACION DE NECESIDADES Y DISPONIBILIDAD DE RECURSOS.....	116
3.6.1 Recursos humanos	116

3.7	PRIORIZACIÓN DE ACCIONES	118
3.8	CRONOGRAMA DE PLANIFICACIÓN	119
3.9	INFORMACIÓN FINANCIERA.....	120
3.9.1	Datos de entrada	120
3.9.2	Determinación de la Inversión Inicial	121
3.9.3	Detalle de la Inversión Inicial.....	122
3.9.4	Determinación del Precio de Exportación	127
3.9.5	Financiamiento del Proyecto	128
3.9.6	Determinación del Costo de Capital.....	130
3.9.7	Cálculo de la Depreciación	131
3.9.8	Determinación de los Presupuestos.....	132
3.9.9	Estados Financieros.....	138
3.9.10	Evaluación Económica Financiera del Proyecto con Financiamiento	140
3.9.11	Evaluación Económica del Proyecto con Financiamiento	142
3.9.12	Determinación del Punto de Equilibrio.....	142
3.9.13	Margen de Contribución	143
3.9.14	Punto de Equilibrio en unidades físicas.....	143
3.9.15	Punto de Equilibrio en unidades monetarias	143
	CONCLUSIONES	144
	RECOMENDACIONES	145
	GLOSARIO	146
	BIBLIOGRAFÍA	148
	ANEXOS	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Experiencia en la venta de tejidos.....	28
Tabla 2 Capacidad de abastecimiento de tejidos.....	29
Tabla 3 Cantidad mínima de pedido (Rollo de tela)	30
Tabla 4 Precios de Tela hindú (Rollo de tela)	31
Tabla 5 Precios de Tela hindú procesada (Rollo de tela).....	32
Tabla 6 Precios de Tela lienzo (Rollo de tela).....	33
Tabla 7 Tiempo máximo de entrega.....	34
Tabla 8 Formas de pago	35
Tabla 9 Descuento en la compra	36
Tabla 10 Plazos a crédito.....	37
Tabla 11 Tipo de garantía	38
Tabla 12 Frecuencia de compra.....	39
Tabla 13 Tipo de prenda	40
Tabla 14 Precios de camisas y blusas para niños	41
Tabla 15 Precios de vestidos para niñas	42
Tabla 16 Precios de camisas y blusas para adultos	43
Tabla 17 Precios de vestidos para adultos	44
Tabla 18 Cantidades de camisas para niños	45
Tabla 19 Cantidades de camisas para adultos	46
Tabla 20 Cantidades de blusas para niñas	47
Tabla 21 Cantidades de blusas para adultas	48
Tabla 22 Cantidades de vestidos para niñas	49
Tabla 23 Cantidades de vestidos para adultas	50
Tabla 24 Requerimiento de muestras comerciales	51
Tabla 25 Diseños de bordados	52
Tabla 26 Requisito de la compra.....	53
Tabla 27 Tiempo de entrega	54
Tabla 28 Formas de pago	55
Tabla 29 Incoterm	56
Tabla 30 Precios de los productos de Sisa Pakarina	57

Tabla 31 Bienes muebles de Sisa Pakarina.....	68
Tabla 32 Factores Socioeconómicos de España	72
Tabla 33 Precio en cotización internacional (USD)	83
Tabla 34 Producción Nacional de camisas para hombres o niños.....	96
Tabla 35 Importaciones Mundiales de España de la partida 620520.....	96
Tabla 36 Proyección Producción Nacional de camisas para hombres o niños	97
Tabla 37 Proyección Importaciones de camisas para hombres o niños	97
Tabla 38 Producción Nacional de camisas, blusas para mujeres o niñas.....	98
Tabla 39 Importaciones Mundiales de España de la partida 620630.....	98
Tabla 40 Proyección Producción Nacional de camisas, blusas para mujeres o niñas	99
Tabla 41 Proyección Importaciones de camisas, blusas para mujeres o niñas	99
Tabla 42 Producción Nacional de vestidos para mujeres o niñas	100
Tabla 43 Importaciones Mundiales de España de la partida 620442.....	100
Tabla 44 Proyección Producción Nacional de vestidos para mujeres o niñas ...	101
Tabla 45 Proyección Importaciones de vestidos para mujeres o niñas.....	101
Tabla 46 Exportaciones Mundiales de España de la partida 620520.....	102
Tabla 47 Proyección Exportaciones de camisas para hombres o niños	102
Tabla 48 Exportaciones Mundiales de España de la partida 620630.....	103
Tabla 49 Proyección Exportaciones de camisas, blusas para mujeres o niñas	103
Tabla 50 Exportaciones Mundiales de España de la partida 620442.....	104
Tabla 51 Proyección Exportaciones de vestidos para mujeres o niñas	104
Tabla 52 Consumo Aparente de camisas para hombres o niños.....	105
Tabla 53 Consumo Aparente de camisas, blusas para mujeres o niñas.....	105
Tabla 54 Consumo Aparente de vestidos para mujeres o niñas	105
Tabla 55 Determinación del precio unitario	108
Tabla 56 Canales de Distribución en España	110
Tabla 57 Composición de las prendas	114
Tabla 58 Nombres autorizados para etiquetado de textiles	114
Tabla 59 Recursos humanos	116
Tabla 60 Priorización de Acciones	118

Tabla 61 Resumen de la Inversión Inicial	121
Tabla 62 Inversión Fija	121
Tabla 63 Capital de trabajo	122
Tabla 64 Detalle de la Inversión Fija	122
Tabla 65 Costo de camisa para hombre	123
Tabla 66 Costo de blusa mangas 3/4.....	124
Tabla 67 Costo de vestido para niña.....	125
Tabla 68 Resumen de la Producción de prendas de vestir	125
Tabla 69 Detalle del Gasto Administrativo	126
Tabla 70 Detalle del Sueldo del personal.....	126
Tabla 71 Detalle de los Gastos de Exportación	127
Tabla 72 Determinación del Gasto Unitario	127
Tabla 73 Determinación del Precio Unitario	128
Tabla 74 Estructura del Financiamiento del Proyecto	128
Tabla 75 Datos del Financiamiento.....	129
Tabla 76 Tabla de Amortización.....	129
Tabla 77 Determinación del Costo de Capital	130
Tabla 78 Determinación del TRM.....	131
Tabla 79 Determinación de la Depreciación	131
Tabla 80 Presupuesto de Ventas - Camisas de hombre.....	132
Tabla 81 Presupuesto de Ventas - Blusas mangas 3/4	132
Tabla 82 Presupuesto de Ventas - Vestidos para niñas	133
Tabla 83 Resumen Presupuesto de Ventas.....	133
Tabla 84 Presupuesto de Costos - Camisas para hombres	134
Tabla 85 Presupuesto de Costos - Blusas mangas 3/4	134
Tabla 86 Presupuesto de Costos - Vestidos para niñas	135
Tabla 87 Resumen Presupuesto de Costos.....	135
Tabla 88 Presupuesto de Gastos Administrativos.....	136
Tabla 89 Presupuesto de Gasto de Exportación.....	136
Tabla 90 Presupuesto de la Depreciación	137
Tabla 91 Resumen del Presupuesto de Gastos.....	137
Tabla 92 Estado de Resultados	138

Tabla 93 Presupuesto de caja.....	139
Tabla 94 Balance Inicial	139
Tabla 95 Valor Presente Neto	140
Tabla 96 Costo beneficio	140
Tabla 97 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	141
Tabla 98 Tasa Interna de Retorno	141
Tabla 99 Evaluación Económica del Proyecto con Financiamiento	142
Tabla 100 Determinación del Punto de Equilibrio	142
Tabla 101 Margen de Contribución	143
Tabla 102 Punto de Equilibrio en unidades físicas.....	143
Tabla 103 Punto de Equilibrio en unidades monetarias	143

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Matriz de Relación	25
Figura 2 Experiencia en la venta de tejidos	28
Figura 3 Capacidad de abastecimiento de tejidos.....	29
Figura 4 Cantidad mínima de pedido	30
Figura 5 Precios de Tela hindú	31
Figura 6 Precios de Tela hindú procesada.....	32
Figura 7 Precios de Tela lienzo.....	33
Figura 8 Tiempo máximo de entrega	34
Figura 9 Formas de pago.....	35
Figura 10 Descuento en la compra	36
Figura 11 Plazos a crédito	37
Figura 12 Tipo de garantía	38
Figura 13 Frecuencia de compra	39
Figura 14 Tipo de prenda.....	40
Figura 15 Precios de camisas y blusas para niños	41
Figura 16 Precios de vestidos para niñas	42
Figura 17 Precios de camisas y blusas para adultos	43
Figura 18 Precios de vestidos para adultos	44
Figura 19 Cantidades de camisas para niños	45
Figura 20 Cantidades de camisas para adultos	46
Figura 21 Cantidades de blusas para niñas.....	47
Figura 22 Cantidades de blusas para adultas.....	48
Figura 23 Cantidades de vestidos para niñas	49
Figura 24 Cantidades de vestidos para adultas	50
Figura 25 Requerimiento de muestras comerciales	51
Figura 26 Diseños de bordados	52
Figura 27 Requisito de la compra	53
Figura 28 Tiempo de entrega.....	54
Figura 29 Formas de pago.....	55
Figura 30 Incoterm	56

Figura 31 Provincia de Imbabura	66
Figura 32 Mapa de Otavalo.....	67
Figura 33 Organigrama estructural de Sisa Pakarina	70
Figura 34 Diagrama Operacional de Sisa Pakarina	71
Figura 35 Bandera de España	72
<i>Figura 36</i> Ficha Técnica de Camisa de hombre con botones	76
Figura 37 Blusa mangas 3/4	77
Figura 38 Vestidos largos	78
Figura 39 Etiqueta principal	79
Figura 40 Etiqueta secundaria	80
Figura 41 Empaque de las prendas de vestir.....	80
Figura 42 Embalaje	81
Figura 43 Proveedores de materia prima e insumos.....	85
Figura 44 Producto Interno Bruto	91
Figura 45 VAB Petrolero y No Petrolero	91
Figura 46 Tablero Internacional del Ciclo Económico Adelantado	92
Figura 47 Pobreza y Extrema Pobreza Nacional	93
Figura 48 Pobreza y Extrema Pobreza Rural.....	93
Figura 49 Pobreza y Extrema Pobreza Urbana.....	94
Figura 50 Evolución del Desempleo Nacional.....	94
Figura 51 Variables Geográficas.....	106
Figura 52 Variables Demográficas	106
Figura 53 Variables Psicográficas.....	106
Figura 54 Variables Conductuales	107
Figura 55 Ferias de ropa en Barcelona.....	109
Figura 56 Mapa Geográfico del Ecuador	112
Figura 57 Principales socios comerciales de España para las prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto.....	112
Figura 58 Mercado de cajas.....	116
Figura 59 Nuevo organigrama de Sisa Pakarina.....	117
Figura 60 Cronograma de Actividades.....	119

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Solicitud por cambio de tema del proyecto	153
Anexo 2 Plan de Trabajo de Investigación	154
Anexo 3 Formato de Encuesta dirigida a proveedores de textiles	186
Anexo 4 Formato de Encuesta dirigida a las tiendas especializadas	188
Anexo 5 Formato de Entrevista dirigida al propietario de Sisa Pakarina.....	191
Anexo 6 Forma de Entrevista dirigida a una bordadora independiente.....	192

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto “Plan de Exportación de prendas de vestir bordadas a mano, hacia el mercado español”, está estructurado en tres capítulos detallados a continuación:

En el capítulo uno denominado Marco Teórico se hace referencia a las bases teóricas en base a una investigación bibliográfica, a través de conceptos y teorías referentes a la exportación de bienes; antecedentes del bordado a mano, artesanías y textiles; cadena de producción de prendas de vestir y detalles importantes del Acuerdo Multipartes Ecuador – Unión Europea.

El capítulo dos corresponde al Diagnóstico de la empresa, dentro del cual se describen los antecedentes de la empresa, objetivos diagnósticos, variables, indicadores y técnicas de recolección de información. También, se determinó la muestra para desarrollar una investigación de campo a través de encuestas y entrevistas, de modo que se pueda analizar la demanda de las prendas de vestir y disponibilidad de materia prima y servicio de bordado a mano por parte de los proveedores.

En el capítulo tres se desarrolla el Plan de Exportación, comprende la localización de la empresa, datos generales, la estructura organizacional donde se detalla la misión, visión, objetivos, organización y operación. También refleja la información del mercado seleccionado, análisis del producto a comercializarse así como del valor único de diferenciación, etiquetado, empaque y embalaje. Incluso consta de un análisis del entorno general y del sector en el que se encuentra la empresa, el estudio de mercado de la oferta y demanda de las prendas de vestir y por último la información financiera, en la que se define la inversión requerida para ejecutar la propuesta, presupuestos de ventas, costos y gastos con el su respectivo análisis financiero para determinar la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. EXPORTACIÓN

1.1.1 Definición

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, s.f) explica que la exportación “Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente”. Dicho de otra forma, no es más que la acción de vender productos de un país a otro, cumpliendo con los requerimientos y normativas necesarias.

Habría que decir también “Las exportaciones son los bienes y servicios de producción nacional que son demandados por los residentes en el exterior, es decir, la parte de la demanda de bienes interiores que procede del extranjero” (Gutiérrez, s.f). Como resultado, hoy en día la cultura exportadora está en auge puesto que la mayoría de gobiernos están brindando el apoyo a pequeños y medianos empresarios para dar a conocer sus productos.

1.1.2 Clasificación

(Mondragón, 2014) determina la clasificación de exportación de una forma oportuna a través de dos factores, tales como:

- Temporalidad: tiempo que tardará en llegar la mercadería al lugar de destino y posteriormente la misma será sometida a regularizaciones especiales de aduana.

- Representatividad: participación de terceras personas para llevar a cabo el negocio, tomando en cuenta también las condiciones acerca del manejo de ganancias.

Una vez expresados estos factores, procede a realizar la clasificación de forma general:

1.1.2.1 Exportación Temporal

Envío de la mercadería hacia un mercado internacional bajo condiciones aduaneras que le otorgue estancia por un tiempo y objetivo determinado, siempre que su retorno sea al país donde obtuvo su nacionalidad.

1.1.2.2 Exportación Definitiva

Consignación de la mercancía hacia un mercado internacional de forma definitiva con la intención de ser consumida en el exterior, a excepción del incumplimiento por parte del exportador en el contrato de compra y venta y por ende se procederá a la devolución por parte del comprador.

1.1.2.3 Exportación Directa

Transacción efectuada por una empresa productora con experiencia en el área, sin la participación de intermediarios, y tomando responsabilidad de los riesgos que implica realizar un envío internacional.

1.1.2.4 Exportación Indirecta:

La empresa productora de bienes o servicios que no cuente con experiencia en el sector está obligada a contratar los servicios de un agente especializado en comercio internacional, quien se encargue de capacitar a sus clientes y llevar a cabo el proceso de exportación.

1.1.3 Regímenes de exportación

En el Ecuador, existen regímenes dispuestos en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), de los cuáles se tomará como objeto de estudio los que se relacionan a las exportaciones (SENAE, 2011):

1.1.3.1 Regímenes de no transformación

a) Exportación definitiva (Régimen 40)

Las mercancías en libre circulación salen de forma permanente fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a Zona Especial de Desarrollo Económico y estarán sujetas a las resoluciones prescritas en la normativa legislación vigente.

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

Las mercancías en libre circulación dejan el territorio aduanero temporalmente con un propósito y tiempo definido, en el cual tienen la obligación de regresar al país de nacionalidad sin ninguna transformación.

1.1.3.2 Regímenes de transformación

a) Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo (Régimen 51)

Las mercancías en libre circulación pueden ser exportadas de forma provisional fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico situada dentro de dicho territorio para someterse alguna transformación, elaboración o reparación.

1.1.4 Beneficios

Aquellas empresas que se decidan a incursionar en mercados extranjeros podrían verse beneficiadas de la siguiente forma, lo indica (Abram, s.f):

- Incremento en sus ventas
- Mejor eficiencia operativa
- Apropiada asignación de recursos
- Posicionamiento firme frente a proveedores
- Disminución de riesgos financieros o por tipo de cambio
- Entrada a nuevos mercados financieros
- Poca exposición a la variación de la demanda
- Aumento de la barrera de entrada al mercado local.

Las Pymes tienen más beneficios al exportar sus productos que, únicamente ofrecerlos en el mercado local. La incursión a mercados internacionales no solo le permite conseguir clientes, sino también, someter a sus productos a un mejoramiento continuo por presión de la competencia y las necesidades del cliente.

1.1.5 Plan de Exportación

1.1.5.1 Definición

El Plan de Exportación se define como:

La herramienta apropiada para equilibrar los requerimientos vinculados a las oportunidades existentes en los mercados internacionales con las características inherentes al producto o servicio que la empresa desea ofrecer. Provee de los elementos que le permitirán programar las adecuaciones tanto administrativas que deberán concretarse como los apoyos financieros necesarios para garantizar la viabilidad del proyecto (Bancomext, s.f).

Gracias a ello, cualquier empresa que aspire llevar a cabo la internacionalización de su producto, tendrá una idea más clara de cómo hacerlo y qué parámetros debe

cumplir, además determinará si es rentable o no emprender la exportación del producto, prácticamente brinda un camino óptimo donde las condiciones actuales puedan tener un tratamiento conveniente para su resolución.

1.1.5.2 Características

El Plan de Exportación expone sus tributos, según la Federación de Organizaciones Empresariales Soberanas (FOES, 2009):

- Facilita el procedimiento de internacionalización de la empresa versus la rapidez y agilidad del comercio mundial: El planteamiento de estrategias es un elemento primordial que permitirá conseguir oportunidades comerciales, disminuir riesgos relacionados al desarrollo de la exportación y determinar el mecanismo para mantener un fuerte posicionamiento de la empresa en contra de los obstáculos de entrada–salida de un mercado.
- Responsabilidad y compromiso organizacional: Todos los integrantes tienen la obligación de intervenir en el proceso de exportación y centrar su atención en las estrategias y objetivos de la organización.
- Concienciación y motivación: En el caso de ejecutar un proyecto de exportación, la organización debe estar al tanto del potencial que posee, sobretodo poner en duda su nivel de conocimiento acerca de los planes de negocios y estrategias eficaces al manejo real de recursos y propósitos de la operación, siendo así la concientización y motivación del personal para la adopción del plan de exportación significará una nueva forma de hacer negocios.
- Mejora continua: El plan de exportación debe adaptarse a las modificaciones, revisiones y evaluaciones que se efectúen debido al dinamismo del comercio internacional y la búsqueda persistente de la competitividad mundial.

- **Ámbito de aplicación:** Se empleará un plan de exportación de acuerdo al mercado o segmento al que se desea incursionar.
- **Identificación de problemas y oportunidades (DAFO):** Los problemas se concentran en las limitaciones de la empresa y su entorno, por otro lado las oportunidades provienen de las fuerzas o circunstancias positivas existentes. Al tener conocimiento de ambos es posible realizar un análisis para reconocer aquellas áreas que requieren atención, por lo tanto, nace la necesidad de implementar el plan de exportación en la empresa.
- **Es una inversión:** Dadas sus implicaciones y alcances en el corto, mediano y especialmente el largo plazo, debe ser considerado no como un costo sino más bien una inversión que deparará sus frutos de forma sostenible en el tiempo.

1.1.5.3 Objetivo

(Llamazares, 2014) concreta como objetivo del plan de exportación a “dar respuesta a las principales interrogantes que se presentan en la elaboración y puesta en marcha la estrategia comercial internacional” (p.1), estas cuestiones están relacionadas a la selección de mercado potencial en cuanto al producto a ofertar, canal de comercialización adecuado, definición de políticas de marketing y los recursos necesarios que ayuden a mejorar las ventas y rentabilidad.

1.1.5.4 Consideraciones para formular un plan de exportación

La preparación de un plan de exportación requiere del planteamiento de condiciones significativas que ayuden a consolidar los aspectos necesarios para llevarse a cabo, Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI, s.f) formula las siguientes:

- Analizar la vocación productiva para identificar la oferta actual y potencialmente exportable, a fin de basar la competitividad en la especialización y reducción de catálogos (productos) y mercados.
- Evaluar la gestión integral de la organización.
- Evaluar los recursos humanos y materiales disponibles.
- Para la oferta actual y potencial identificada o seleccionada, identificar los mercados internacionales y sus requerimientos.

1.1.5.5 Estructura

Con respecto a la estructura, existen una gran variedad, su condición dependerá de las necesidades de cada empresa y del tamaño de la misma. El desarrollo del Plan de Exportación precisa de un análisis acerca del producto/servicio, mercado objetivo y, su estimación financiera (Bancomext, s.f).

A continuación se detalla una de las distintas estructuras para el Plan de exportación, el que consta de los siguientes puntos:

- Condición actual
- Selección de productos
- Selección de mercados
- Propósitos de exportación
- Plan de trabajo
- Estados Financieros proyectados
- Resultado esperado

La estructura presentada anteriormente puede variar de acuerdo a la creatividad, vocación de trabajo, capacidad de seguimiento y síntesis, asimismo la sencillez y dinamismo le permite sujetarse a cambios continuos según las necesidades que vayan presentándose en el transcurso de su preparación (CEI, s.f).

1.1.5.6 Importancia

La importancia que tiene el plan de exportación se debe a la tarea difícil de las empresas al buscar mercados internacionales, en otras palabras, salir de su área de confort, pero de una forma eficiente y exitosa, esperando disminuir en lo posible efectos negativos o fracasos que se han suscitado por el desconocimiento de esta herramienta.

También es conocido que gran parte de las incursiones de las pymes en mercados externos terminan en fracasos. Justamente por su tamaño y la falta adecuada de una red de apoyo que permita subsanar los principales obstáculos o dificultades que enfrentan las empresas de menor porte a la hora de exportar (que van desde las dificultades de financiamiento hasta las asimetrías de información) muchas pymes son exportadoras esporádicas o por oportunidad, pero no logran desarrollar un plan de desarrollo de largo plazo que se asiente, aunque sea en parte, en las ventas al mercado externo (Ochoa, s.f, pág. 1).

El empresario tiene la responsabilidad de identificar los componentes esenciales con la intención de elaborar un óptimo plan de exportación de manera que el proceso de internacionalización sea efectivo y la gestión de exportación se lleve a cabo con éxito (INA, s.f).

Tomar la decisión de ofertar sus productos en otros mercados, no debe ser vista como un desafío inalcanzable sino más bien como una alternativa de crecer y darse a conocer como empresa. A causa de esto, es fundamental ejecutar el desarrollo de una planificación prudente y consiente antes de emprender acciones en mercados extranjeros, a fin de optimizar los recursos y oportunidades que le permitan integrarse cada vez más al mercado internacional.

1.1.5.7 Beneficios

La elaboración de un plan de exportación le permite a la empresa autoevaluarse, distinguir aquellos desafíos que debe enfrentar al internacionalizar sus productos. Su implementación para las empresas sin experiencia en la incursión de mercados internacionales les muestra un panorama desconocido y al cual pueden acceder.

En el caso de cumplir con las expectativas planteadas, según (Ochoa, s.f) esta herramienta le otorga beneficios, tales como:

- Examinarla situación interna de la empresa, su producto, su situación sectorial frente a la competencia.
- Percibir sus principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- Considerar la condición actual del comercio internacional y los contextos relacionados a la oferta exportable de la empresa.
- Determinar anticipadamente acciones que permitan a la empresa efectuar mejoras en la producción, uso de tecnologías, comunicaciones, packaging, certificaciones, etc.
- Seleccionar los posibles mercados sometiendo a evaluación su potencialidad y barreras de entrada.
- Valorar y planificar los medios logísticos y de distribución.
- Estudiar los aspectos formales del proceso de exportación al igual que los aspectos financieros de la empresa.
- Establecer el posicionamiento de la empresa y verificar si los socios o aliados estratégicos pueden intervenir como facilitadores.
- Desarrollar el plan de acciones capaz de optimizar los recursos disponibles.

1.2 PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO

1.2.1 Historia de los textiles y tejidos

Los principios de estos oficios se ven reflejados a lo largo de la historia, dicho de otra forma es una de las actividades más antiguas en el Ecuador gracias a la trascendencia de la cultura Inca puesto que servía para reflejar la situación económica entre habitantes de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba. Al terminar el siglo XVI luego de la conquista española, las actividades económicas de la Real Audiencia de Quito más

destacadas fueron la producción textil y el comercio, cada vez desarrollándose más hasta convertirse en el eje principal de la economía colonial quítela en el siglo XVII. La producción textil ecuatoriana dio sus primeros pasos en consecuencia del surgimiento de las primeras industrias dedicadas al procesamiento de lana, más tarde para inicios del siglo XX se introdujo el algodón consolidándose como una fibra muy importante para promover la producción. Hoy en día la industria textil y de confecciones fabrica productos derivados de fibras tales como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda por lo tanto Ecuador ha sido capaz de posicionarse en este mercado competitivo que además ha generado empleo a más de 46,240 artesanos (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y Dirección de Promoción de Exportaciones, 2012).

1.2.2 Artesanías

1.2.2.1 Definición

La artesanía como parte del folclor, comprende las obras generalmente anónimas, realizadas en forma manual o con la intervención limitada de instrumentos o algún tipo de máquina, que comparten la doble finalidad de ser decorativas y de utilidad para la vida cotidiana (Vásquez, Gómez, & Lugo, 2011, pág. 12).

Esta actividad se caracteriza por aplicar procesos, instrumentos y materiales simples para su elaboración, incluso su procedencia se debe al folclore de cada pueblo.

El folclore por su parte se define como el “Conjunto de costumbres, creencias, artesanías, canciones, y otras cosas semejantes de carácter tradicional y popular” (RAE, s.f). Dicho de otra manera, son tradiciones culturales ancestrales transmitidas de generación en generación, no obstante la industrialización ha reducido su práctica.

1.2.2.2 Características de un producto artesanal

Estos productos al ser comparados con los industrializados, claramente se puede evidenciar la gran brecha que existe entre ambos, (Carrera, 2011) expone como características:

- Particularidad en cuanto al diseño: el producto se identifica gracias a la creatividad del artesano.
- La capacidad del artesano es medida de acuerdo al buen manejo de herramientas y materiales para elaborar cada pieza.
- La producción artesanal debe realizarse en pequeñas series al contrario de la industrializada.
- Utilizar materias primas naturales o producto de la industria y transformarlas en un objeto artesanal.
- El artículo elaborado debe cumplir con el propósito para el que fue creado.

1.2.2.3 Tipos de artesanías

(Carrera, 2011) propone los siguientes tipos de artesanías:

- Artesanía Tradicional: Se identifica por preservar las tradiciones culturales ancestrales en su creación, aún más con la utilización de materia prima de la zona y herramientas básicas, dando como resultado un producto funcional y decorativo.
- Artesanía Autóctona Aborigen: Básicamente su esencia proviene de la producción artesanal de los pueblos y comunidades indígenas, para lo cual emplean técnicas y elementos propios de su entorno.

- Artesanía de Proyección Aborigen: Mantiene una conexión con los diseños de origen sin embargo su producción es adaptada a los requisitos del mercado.
- Artesanía Típica Folclórica: Refleja las raíces folclóricas de cada país, es decir, su identidad, permitiéndoles distinguirse de otros.
- Artesanía Urbana: Creada a través de componentes y técnicas urbanas atendiendo la necesidad de consumo existente.
- Artesanía Suntuaria: Artículos producidos con fines de lujo por la utilización de materias primas naturales costosas.

Los productos de la empresa Sisa Pakarina pertenecen a la Artesanía de Proyección aborigen debido a los modelos de sus prendas actuales con un toque artesanal, es decir tienen bordados a mano que reflejan la cultura indígena otavaleña.

1.2.3 Bordado

1.2.3.1 Definición

El bordado es un oficio practicado desde tiempos antiguos por ser “una actividad artesanal que consiste en aplicar las técnicas tradicionales de manejo de la aguja y el hilo para adornar con figuras resaltadas en una tela o una prenda de piel” (Tenesaca, 2012, pág. 12).

Bien decía (Castillo, 2014) uno de los propósitos del bordados es “generar un apariencia visual diferente” que de igual forma puede adaptarse a cualquier tipo de prendas debido a la gran cantidad de estilos, materiales y técnicas usadas.

1.2.3.2 Historia

(Eljuri, 2007) ha recopilado información detallada del surgimiento del bordado a mano y cómo ha ido evolucionando, a continuación:

Se estima que esta actividad se origina en China aproximadamente en el año 1700 a.C.

El origen de los insumos empleados para su creación influyen directamente en su conservación, por esta razón no existen muchos artículos antiguos de bordados. Aun así se han encontrado restos de las culturas: Egipcia, Mesopotamia y de la América Precolombina. Por otra parte, se supone que en la India el oficio del bordado tuvo su origen en épocas anteriores a la escritura y más tarde, en pleno siglo XVI, ya contaba con el apoyo del mecenazgo de los emperadores mogoles, e incluso los artesanos textiles persas también se dedicaban al mismo labor.

En el transcurso de la Edad Antigua ciertos pueblos como el Imperio Persa, de Fenicia o Siria ganaron fama por sus textiles, de ahí se crearon centros especializados dedicados al bordado. Tal es el caso de Roma, la elaboración de prendas bordadas se convirtió en algo habitual, algunas de ellas tenían diseños con plumas de aves por lo que tomó el nombre de plumarium opus. De la misma manera esta labor estuvo asociada con los frigios quienes radicaban en lo que hoy es Turquía; al comerciar con este pueblo, las vestimentas fueron denominadas como opus phrygium. Incluso, en varias ocasiones usaban los nombres de túnica picta o toga picta refiriéndose a los vestidos bordados que tenían un parecido con la pintura.

A su vez, en la Edad Media, la situación del bordado mejoró cuando se dedicaron a la confección de vestimenta religiosa y de cortesanas; así como también de tapices y paños. En consecuencia, no solo era una actividad hecha por los artesanos, a ellos se sumaron las monjas de los claustros y según la historia las

reinas no se quedaron fuera; el bordado empezó a representar prestigio y status social.

Durante el Medievo, el desarrollo del bordado tuvo lugar en la ciudad de Bizancio a causa de la confección de vestimenta de uso civil y religioso con influencia persa. Sin lugar a duda, lo más destacado fue su diseño colorido y el empleo de perlas e hilos de plata y oro, creando un estilo propio el mismo que se difundió a través de Europa. Con respecto a España, el lujo de sus bordados sobresalió de forma significativa aún más con la influencia árabe, un ejemplo de esto es el Tapiz de la Creación localizado en la Catedral de Gerona. Al mismo tiempo, en Francia, el Tapiz de Bayeux o el Tapiz de la Reina Matilde, se convirtió en una obra invaluable en vista de que reflejaba los acontecimientos previos a la conquista de Inglaterra. De ahí que el bordado de carácter litúrgico fue trascendental a partir de los siglos XIII al XV, llegando a todos los rincones de Europa con el nombre de opus anglicanum. A partir del siglo XIV al XV, la técnica más conocida en Europa fue la de borgoña o pintura de aguja, caracterizada por la utilización de hilos de oro combinado con finos hilos de seda sobre una pintura.

Mientras tanto en los siglos XVII y XVIII la tendencia del bordado en la ropa de hombre y mujer ganó mayor aceptación puesto que se ofrecía un muestrario a los clientes para mayor comodidad. Luego de la Revolución Francesa, los bordados dejaron de lado los lujos para optar por algo más sencillo que más tarde, a finales del siglo XIX recuperaría su esencia artesanal.

En lo que refiere a la América Precolombina se hallaron restos pertenecientes a las culturas de los Paracas, Mayas e Incas. Paracas fue una cultura preincaica, asentada en los territorios que hoy pertenecen a Perú, reconocida por elaborar los mejores tejidos en telar y bordados de distintos diseños. Con relación a los Mayas, los sucesores de esta tradición son los actuales pueblos mesoamericanos. Y respecto a los Incas, algunas de sus vestimentas eran lujosas no solo por la confección de telas finas con lana de alpaca y vicuña sino también debido al recubrimiento de placas finas de oro y concha spondylus.

A diferencia del resto de culturas, en el territorio ecuatoriano no se descubrieron evidencias de bordado, pero si se encontraron grandes agujas de metal usadas como prendedores o tupus concernientes al período de Desarrollo Regional.

En el Ecuador, el bordado es una labor que logra afianzarse en el período colonial. En sus principios se introdujo gracias a los indígenas mediante la apropiación de técnicas provenientes de Europa para luego convertirse en una actividad influyente entre las damas de la urbe y las religiosas de conventos.

1.2.3.3 Clasificación

La clasificación de los bordados, es expuesta por (Vallejo, 2013) de la siguiente manera:

a) Por el relieve:

- Bordado Blanco: Tal como el plumetis, inglés, festón, madeira, richelieu, colbert, renacentista, etc.
- Bordado Calado: Consiste en extraer hilos del mismo tejido.
- Bordado de Fantasía: Tiene la posibilidad de incorporar varios materiales como el algodón, lana, seda, cordoncillos, trencilla, hilo de oro, de plata, de cobre, perlas, lentejuelas, etc., Debido al material u origen tiene varias denominaciones: de canutillo, de realce, sobrepuestos o de aplicación, en relieve, al pasado, de espiga, de cadeneta, de incrustaciones, etc.
- Bordado de Laminillas Metálicas o Lamé: Precisa de agujas especiales.
- Bordado de Umbria: italiano, se caracteriza por los colores vivos y cubiertos por una gasa dorada.
- Bordado de Lunéville: Con ayuda de un armazón se teje labores de punto.

- Bordado en Punto de Beauvais: Bordado francés.
- Bordado Persa: Hecho con oro y piedras preciosas.

b) Por la forma de las labores bordadas:

- El bordado de contorno: únicamente resalta el contorno del diseño.
- El bordado aislado: consta de incorporar el sembrar de puntos y rayitas bordadas sobre la figura.
- El bordado lleno: En otras palabras el dibujo es bordado en su totalidad.

1.2.4 Confección

Las prendas de vestir se fabrican en tela de algodón únicamente, contienen detalles tales como: botones, tejidos a croché y el bordado a mano.

1.2.5 Cadena de Producción

La cadena de producción a llevarse a cabo se da en las distintas actividades que permiten la producción de las prendas de vestir desde diseño, tizado, corte, y confección hasta publicidad, mercadeo, empaque y distribución del producto. Las actividades son determinadas por (Carrera, 2011) a continuación:

- Gestión del Diseño: Requiere del uso de sistemas de información para una investigación previa acerca de las necesidades del cliente y las tendencias del mercado.
- Diseño y Desarrollo del Producto: Elaborar moldes y muestras del producto para someterlo a evaluación y aceptación.

- Adquisición de Materia Prima: Manejar una base de datos de los proveedores en base a la planificación de requerimientos de materiales e insumos.
- Planeación de la Producción: Con el cumplimiento de los procesos de diseño, costos y pedidos se procede a la asignación de funciones y responsabilidades para ejecutar la producción.
- Producción: Con la ayuda de los moldes y una tiza, trazar y cortar para luego coser en máquina y finalmente colocar los detalles deseados.
- Despacho y Distribución: Exender los productos hacia los diferentes puntos de venta a través del manejo de inventarios.
- Comercialización: Aplicar estrategias y actividades publicitarias para la promoción del producto y a su vez realizar un control de ventas.

1.3 ACUERDO MULTIPARTES ECUADOR - UNIÓN EUROPEA

Ecuador ha contraído un gran número de acuerdos a lo largo del tiempo, los cuales han contribuido con el desarrollo del país. Siendo la Unión Europea, en adelante UE, uno de los mercados más importantes para el país, a inicios del año en curso entró en vigor el Convenio Multipartes del cual Colombia y Perú ya forman parte, a continuación se detallará su contenido, según la (Delegación de la Unión Europea en Ecuador, 2017):

- Introducción al Acuerdo Comercial: Tiene como propósito crear un ambiente estable para ambas partes donde puedan asegurar el comercio de bienes y servicios, compras públicas e inversiones sin dejar de lado el fortalecimiento de los derechos humanos.
- Disposiciones generales: La UE pone énfasis en los derechos humanos, la democracia, el Estado de Derecho y la no proliferación de armas de

destrucción masiva como cláusulas fundamentales en cada uno de sus acuerdos.

- Acceso a mercados: Todos los productos industriales y de pesca ecuatorianos gozarán de la eliminación total de los aranceles mientras que los productos europeos lo harán de forma parcial en periodos largos. En el caso de los productos agrícolas, el 75% posee un libre acceso al mercado, por el contrario el banano será liberado paulatinamente. Sin embargo un 10% de las partidas arancelarias ecuatorianas fueron excluidas del acuerdo, incluso sometiendo a ciertos productos a aranceles transitorios, aranceles moderados, sistemas de cuotas anuales y sistema de salvaguardias.
- Obstáculos técnicos al comercio: Los países miembros tienen la facultad de introducir medidas de protección de la salud o seguridad humana y conservación del medio ambiente. Además, son responsables de notificar a las partes acerca de cualquier modificación en sus reglamentos técnicos y acatar lo requerimientos en cuanto al etiquetado permanente de sus productos.
- Medidas sanitarias y fitosanitarias: Su objetivo es ofrecer productos aptos para el consumo humano, a través de la erradicación y control de plagas o enfermedades que atacan a la producción agropecuaria.
- Instrumentos de defensa comercial: Serán aplicados para evitar efectos negativos en la negociación según sea el caso: medidas de antidumping, anti-subsención y de salvaguardias tratados en el Acuerdo Comercial.
- Servicios, inversiones, y libre movimiento de capitales: El Acuerdo pretende facilitar el acceso al mercado de servicios, inversiones y movimiento de capital con la finalidad de hacer efectivo el establecimiento y desarrollo de negocios en ambas partes.

- Competencia: Para respetar la libre competencia, cada una de las partes dispondrá de una autoridad de competencia independiente que vigilará el cumplimiento de las normas establecidas.
- Contratación pública: Ambas partes tienen la posibilidad de ingresar al mercado de contratación pública de acuerdo a los bienes y servicios detallados en el acuerdo.
- Reglas de origen: Solo aquellos productos originarios de las partes serán favorecidos con preferencias arancelarias.
- Propiedad intelectual: Busca disminuir inconvenientes en materia de comercio y al mismo tiempo impulsa la innovación y creatividad de los productos para una mejor comercialización entre las partes.
- Indicaciones geográficas: Los productores tienen el derecho de crear sus propias denominaciones que ayuden a distinguirse de la otra parte.
- Comercio y desarrollo sostenible: A través del compromiso de las partes a fin de mejorar los niveles de protección ambiental y laboral.
- Solución de controversias y asuntos institucionales: Las entidades encargadas de llevar a cabo esta actividad serán: el Comité de Comercio y subcomités temáticos.
- Otros acuerdos de la Unión Europea en América Latina y el mundo: Contraer acuerdos con distintas naciones ha sido fundamental para la UE.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1 ANTECEDENTES

La empresa Sisa Pakarina fue creada hace 35 años, por el Sr. José Jaime Cabascango De la Torre, joven de 21 años quien observó la demanda de estas prendas de vestir por su labor manual, en la ciudad de Otavalo, Imbabura. Esta pequeña organización inició sus operaciones vendiendo sus productos exclusivamente en el mercado de la Plaza de Ponchos, muy reconocido a nivel internacional, ubicado en el centro de Otavalo.

Empezó como un pequeño emprendimiento junto a su esposa, dedicado a la elaboración de vestidos. En aquel entonces solo contaban con 2 máquinas de coser domésticas y muy poca materia prima.

Actualmente, la empresa ha crecido notablemente, cuenta con más empleados y maquinaria, dispone de una línea de productos para adultos y niños, innova sus diseños de acuerdo a las tendencias sin dejar de lado la labor del bordado a mano y es por ello que posee reconocimiento en el mercado local.

Según los datos reflejados en el Estudio de Mercado realizado en este capítulo, la demanda en el mercado español de productos artesanales ha ido en aumento, en vista de que la cultura de los pueblos indígenas se refleja en estos artículos, haciéndolos más atractivos para los extranjeros.

2.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

2.2.1 Objetivo General

Determinar la situación diagnóstica de la empresa Sisa Pakarina para identificar la oferta y demanda de las prendas de vestir bordadas a mano con fines de exportación.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la capacidad de abastecimiento de materias primas y servicio de bordado por parte de los proveedores.
- Determinar la capacidad de producción de prendas de vestir bordadas a mano en la empresa.
- Determinar la demanda de las prendas de vestir bordadas a mano en el mercado español.

2.3 VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO

2.2.1 Proveedores

2.2.2 Oferta

2.2.3 Demanda

2.4 INDICADORES

2.4.1 Proveedores

- Cantidad
- Calidad
- Precio
- Financiamiento
- Garantía

- Tiempo de entrega

2.4.2 Oferta

- Mano de obra
- Maquinaria
- Infraestructura
- Materia Prima
- Diseños
- Tallas

2.4.3 Demanda

- Diseños
- Tallas
- Cantidad
- Calidad
- Precio
- Formas de pago
- Garantía
- Tiempo de entrega

2.5 MATRIZ DE RELACIÓN

Objetivo Diagnóstico	Variable	Indicadores	Técnicas	Fuente de información
Diagnosticar la capacidad de abastecimiento de materias primas y servicio de bordado por parte de los proveedores.	Proveedores	• Cantidad	• Encuesta/Entrevista	• Proveedores/Bordadora independiente
		• Calidad	• Encuesta/Entrevista	• Proveedores/ Bordadora independiente
		• Precio	• Encuesta/Entrevista	• Proveedores/ Bordadora independiente
		• Financiamiento	• Encuesta/Entrevista	• Proveedores/ Bordadora independiente
		• Garantía	• Encuesta/Entrevista	• Proveedores/ Bordadora independiente
		• Tiempo de entrega	• Encuesta/Entrevista	• Proveedores/ Bordadora independiente
		• Diseños	• Entrevista	• Bordadora independiente

Determinar la capacidad de producción de prendas de vestir bordadas a mano en la empresa.	Oferta	• Mano de obra	• Entrevista	• Propietario	
		• Maquinaria	• Entrevista/Observación	• Propietario/Taller	
		• Infraestructura	• Entrevista/Observación	• Propietario/Taller	
		• Materia Prima	• Entrevista	• Propietario	
		• Diseños	• Entrevista	• Propietario	
	Determinar la demanda de las prendas de vestir bordadas a mano en el mercado español.	Demanda	• Tallas	• Entrevista	• Propietario
			• Diseños	• Encuesta	• Tiendas especializadas
			• Tallas	• Encuesta	• Tiendas especializadas
			• Cantidad	• Encuesta	• Tiendas especializadas
			• Calidad	• Encuesta	• Tiendas especializadas
		• Precio	• Encuesta	• Tiendas especializadas	
		• Formas de pago	• Encuesta	• Tiendas especializadas	
		• Garantía	• Encuesta	• Tiendas especializadas	
		• Tiempo de entrega	• Encuesta	• Tiendas especializadas	

Figura 1 Matriz de Relación

Elaborado por: La autora

2.6 MECÁNICA OPERATIVA

2.6.1 Población o Universo

En el presente proyecto se determina dos universos:

- Universo 1

Según el levantamiento de información por parte de la autora, se determinó que existen un total de 5 proveedores que abastecen el mercado de Otavalo.

- Universo 2

De acuerdo a un sondeo realizado por parte de familiares de la autora, se determinó que existe un total de 10 tiendas especializadas en la venta de productos bordados en la ciudad de Barcelona, España.

2.6.2 Determinación de la Muestra (Universo 1 y 2)

Al considerar que el universo es inferior a 40 personas, se procederá con la aplicación de un censo, es decir se realizará la encuesta a todo el universo.

2.6.3 Información Primaria

2.6.3.1 Encuesta

Se realizaron encuestas para cada universo:

Una dirigida a los proveedores de materia prima, los días 3, 4 y 5 de julio del presente año, con el propósito de identificar la capacidad de abastecimiento de tejidos.

Y otra enfocada a las tiendas especializadas en la venta de productos bordados, en la ciudad de Barcelona – España, del 18 al 25 de septiembre del presente año, con el fin de determinar la demanda de las prendas de vestir bordadas a mano.

2.6.3.2 Entrevista

También se efectuaron 2 entrevistas:

La primera, orientada a una bordadora independiente en la ciudad de Esperanza, el día 17 de julio del presente año para determinar la capacidad de abastecimiento de este servicio.

La segunda, al propietario de la empresa Sisa Pakarina en la ciudad de Otavalo, el 21 de agosto del presente año con el objetivo de conocer datos relevantes sobre la parte administrativa, producción y ventas.

2.6.3.3 Observación

La observación se realizó al momento de visitar al taller de producción de la empresa Sisa Pakarina, en donde se pudo evidenciar el estado de la infraestructura y maquinaria. En cuanto al lugar, la seguridad es aceptable, es decir, las instalaciones de la maquinaria se encuentran en buenas condiciones y con los espacios requeridos, además la iluminación es adecuada, sin embargo no posee señaléticas y la limpieza se dificulta debido a que el suelo no está enlosado.

2.6.4 Información Secundaria

Se tomó como base de información a sitios webs, documentos y revistas especializadas para recopilar información necesaria para el presente proyecto.

2.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

2.7.1 Encuesta a Proveedores de tejidos

P1. Indique el tiempo que lleva en la venta de tejidos.

Tabla 1

Experiencia en la venta de tejidos

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Menos de un año	0	0%
1 a 5 años	0	0%
6 o más años	5	100%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

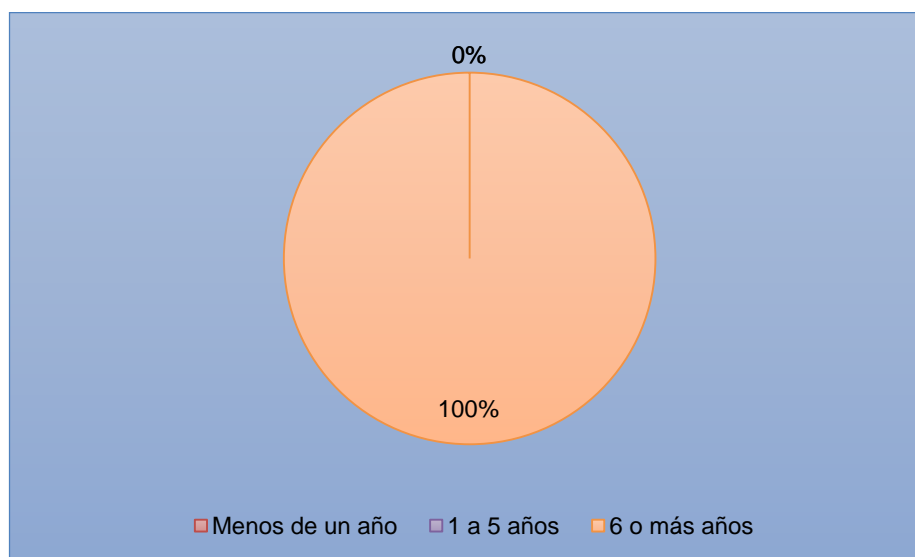


Figura 2 Experiencia en la venta de tejidos

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El 100% de los proveedores tienen experiencia en la venta de tejidos, ya que fueron capaces de satisfacer las necesidades del cliente en cuanto a variedad, precio, calidad, garantía y constante innovación.

P2. ¿Cuenta con la capacidad de abastecimiento de tejidos para con sus clientes?

Tabla 2

Capacidad de abastecimiento de tejidos

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	4	80%
NO	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

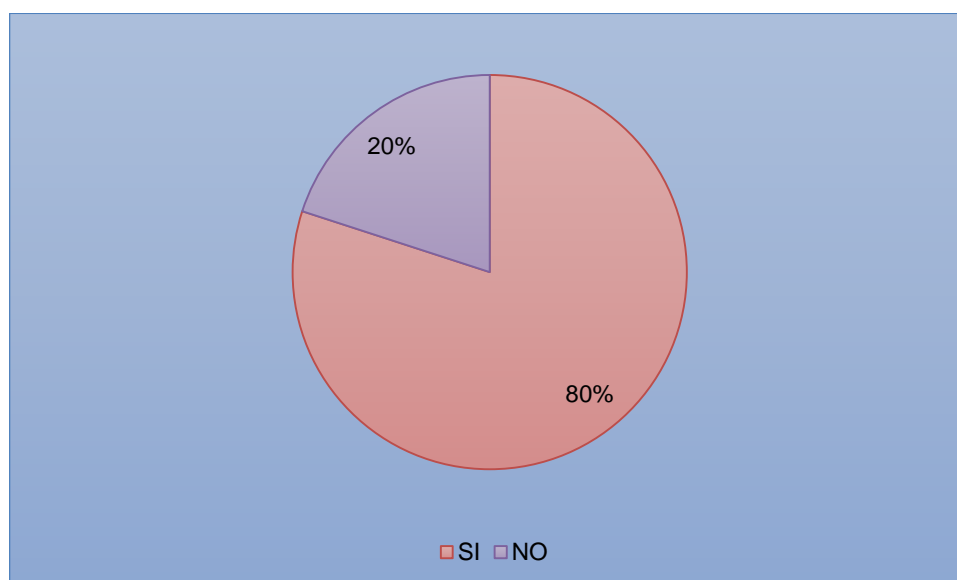


Figura 3 Capacidad de abastecimiento de tejidos

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El 80% de los proveedores tienen la capacidad de abastecer tejidos a sus clientes, ya que planifica sus pedidos con anterioridad e incluso emplea un sistema de control de calidad, mientras que el 20% no tiene experiencia en el manejo de inventario.

P3. ¿Cuál es la cantidad mínima para realizar un pedido?

Tabla 3

Cantidad mínima de pedido (Rollo de tela)

VARIABLES	FRECUENCIA	%
1 – 6 uds.	5	100%
7 – 12 uds.	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

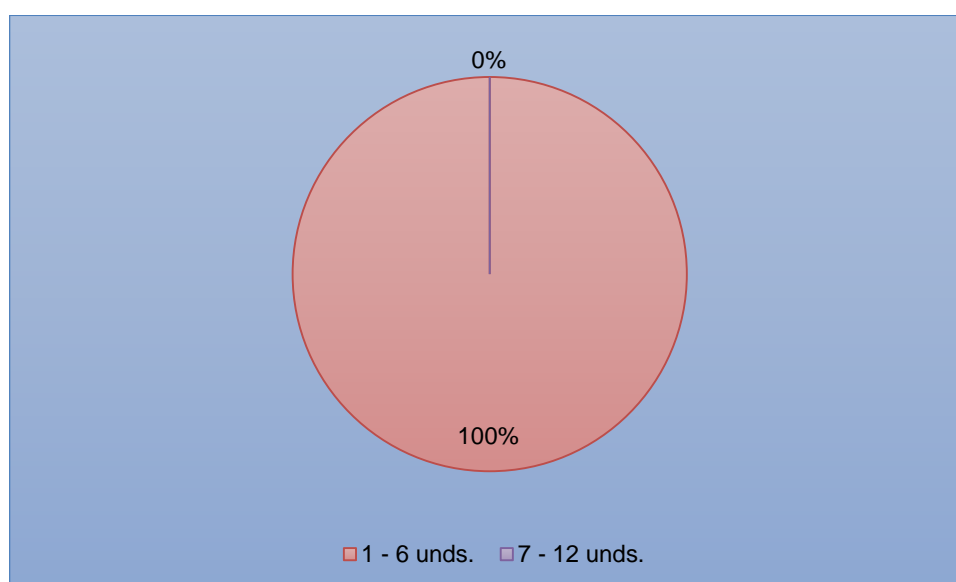


Figura 4 Cantidad mínima de pedido

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El 100% de los proveedores no se limitan a establecer un número exacto de unidades por pedido, siendo esto conveniente para sus clientes al tener la posibilidad de comprar cualquier cantidad sin restricción alguna.

P4. ¿Cuál es el precio que ofrece por los siguientes productos?

Tabla 4

Precios de Tela hindú (Rollo de tela)

VARIABLES	FRECUENCIA	%
\$141 - \$155	1	20%
\$156 - \$170	3	60%
\$171 - \$185	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

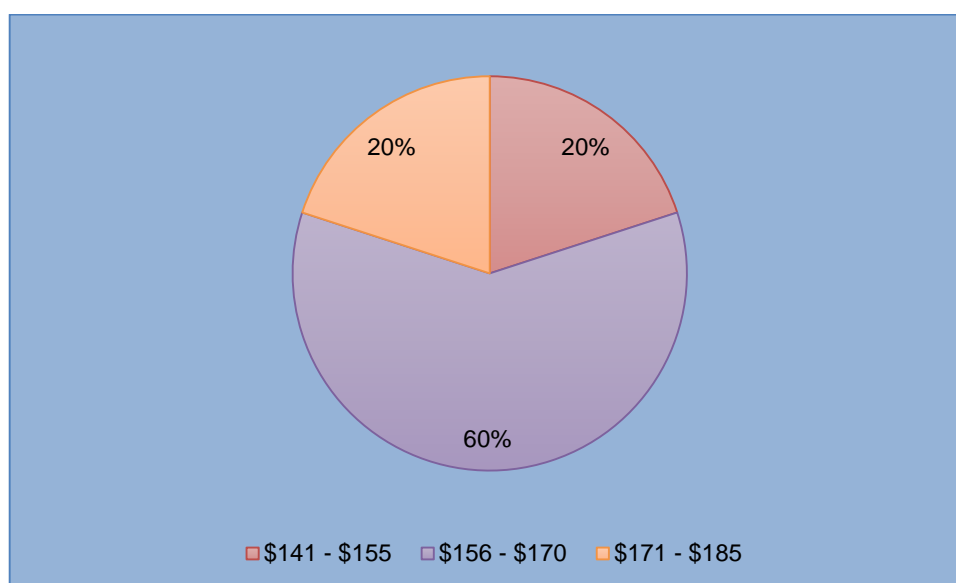


Figura 5 Precios de Tela hindú

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 5

Precios de Tela hindú procesada (Rollo de tela)

VARIABLES	FRECUENCIA	%
\$121 - \$130	1	20%
\$131 - \$140	1	20%
\$141 - \$150	3	60%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

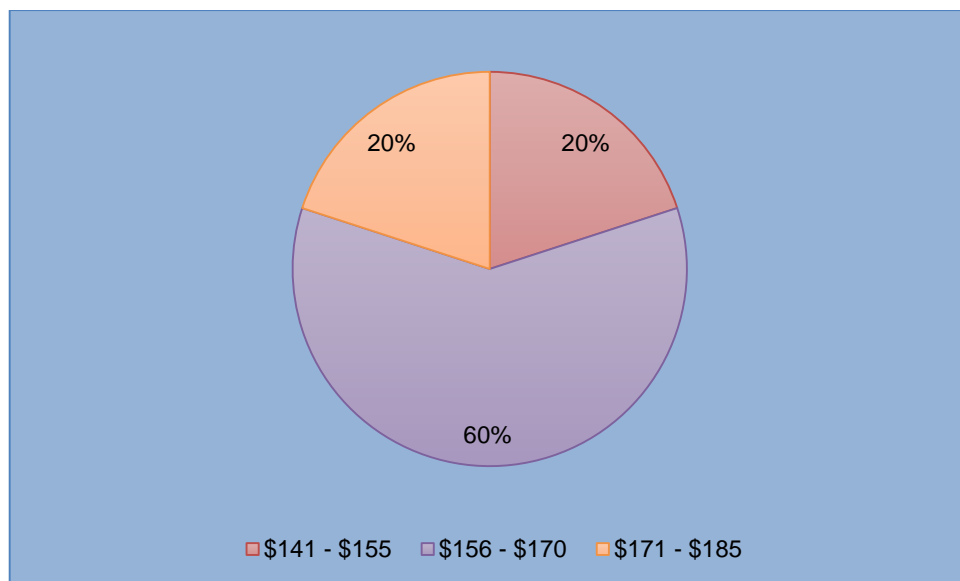


Figura 6 Precios de Tela hindú procesada

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 6

Precios de Tela lienzo (Rollo de tela)

VARIABLES	FRECUENCIA	%
\$91 - \$95	2	40%
\$96 - \$100	2	40%
\$101 - \$105	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

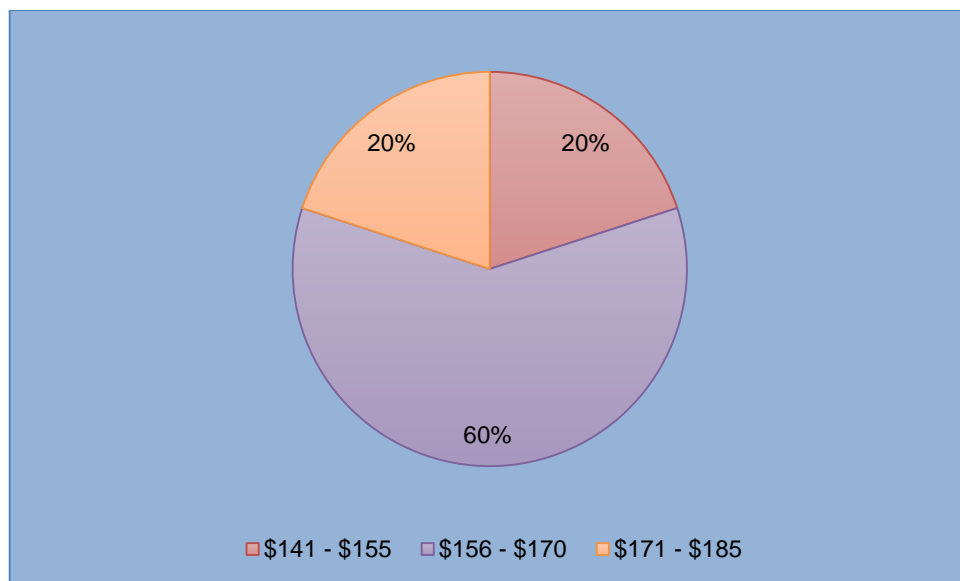


Figura 7 Precios de Tela lienzo

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

Los proveedores ofrecen distintos tipos de telas y de todas las calidades, pero la mayoría no se centra en dar a sus clientes únicamente precios bajos, sino aquellos de buena calidad sin pretender aumentar su valor excesivamente, otorgándole además garantía al 100%. La tela que le conviene a la empresa es la hindú procesada ya que para la confección no requiere de tratamientos previos como lavado, es más, tiene una consistencia firme y su precio es promedio entre la tela hindú y lienzo.

P5. ¿Cuál es el tiempo máximo de entrega?

Tabla 7

Tiempo máximo de entrega

VARIABLES	FRECUENCIA	%
8 días	4	80%
15 días	1	20%
1 mes o más	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

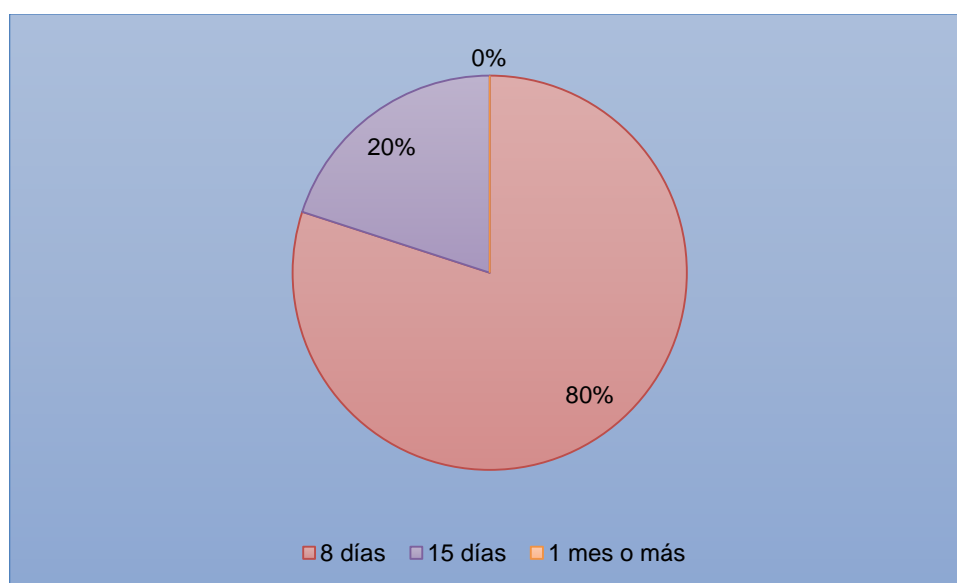


Figura 8 Tiempo máximo de entrega

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El 80% de los proveedores pueden llegar a tardar 8 días en entregar pedidos en el caso de no tener en existencias, de lo contrario su despacho es inmediato. Y el 20% restante no posee experiencia necesaria para el buen manejo de pedidos.

P6. ¿Cuáles son las formas de pago que ofrece?

Tabla 8

Formas de pago

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Efectivo	5	50%
Cheque	4	40%
Tarjeta de crédito	1	10%
Otras	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

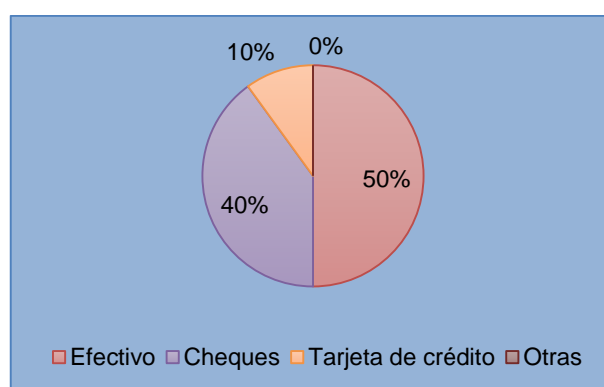


Figura 9 Formas de pago

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El 50% de los proveedores tienen como preferencia el pago en efectivo debido a que es la forma más inmediata y segura de realizar una negociación, no solo por eso sino también, cuando se inician transacciones con nuevos clientes, los mismos que pueden acceder a un descuento. Por otro lado como segunda opción, con el 40%, se encuentra el cheque que es ofrecido a sus clientes más frecuentes como una facilidad de pago. En último lugar con el 10%, la tarjeta de crédito, si bien es cierto ofrece pagar a plazos y con intereses bajos, no es tan usado ya que el mismo cliente debe acercarse a comprar el producto y la mayoría prefiere su entrega a domicilio por cuestión de tiempo.

P7. ¿Cuál es el descuento si la compra se hace al contado?

Tabla 9

Descuento en la compra

VARIABLES	FRECUENCIA	%
1% - 3%	5	100%
4% - 6%	0	0%
7% o más	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

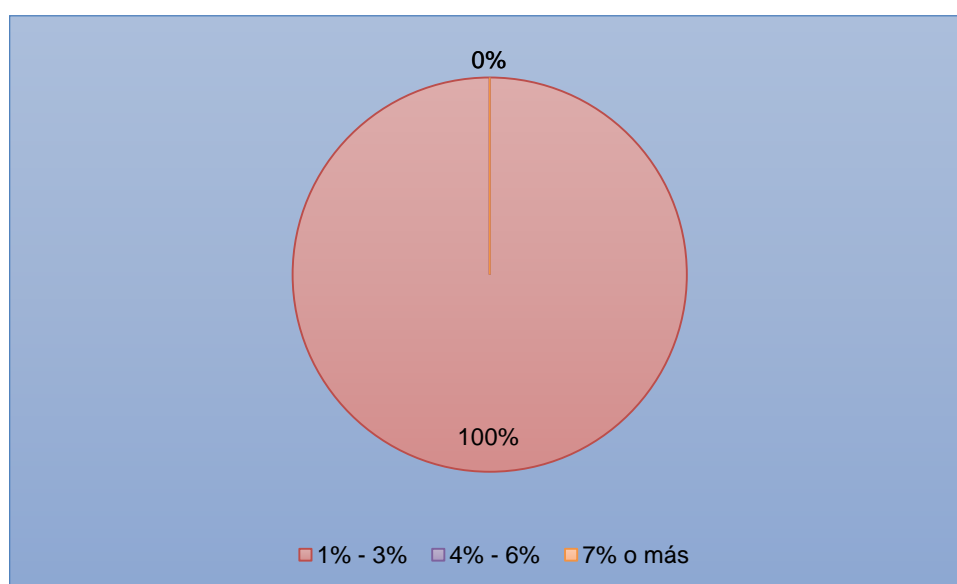


Figura 10 Descuento en la compra

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El 100% de los proveedores ofrecen descuentos del 1% al 3% con el fin de estimular a los clientes para que realicen sus compras en grandes cantidades de forma frecuente.

P8. ¿Cuáles son los tiempos de pago a crédito?

Tabla 10

Plazos a crédito

VARIABLES	FRECUENCIA	%
8 días	1	20%
15 días	0	0%
1 mes	4	80%
2 meses o más	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

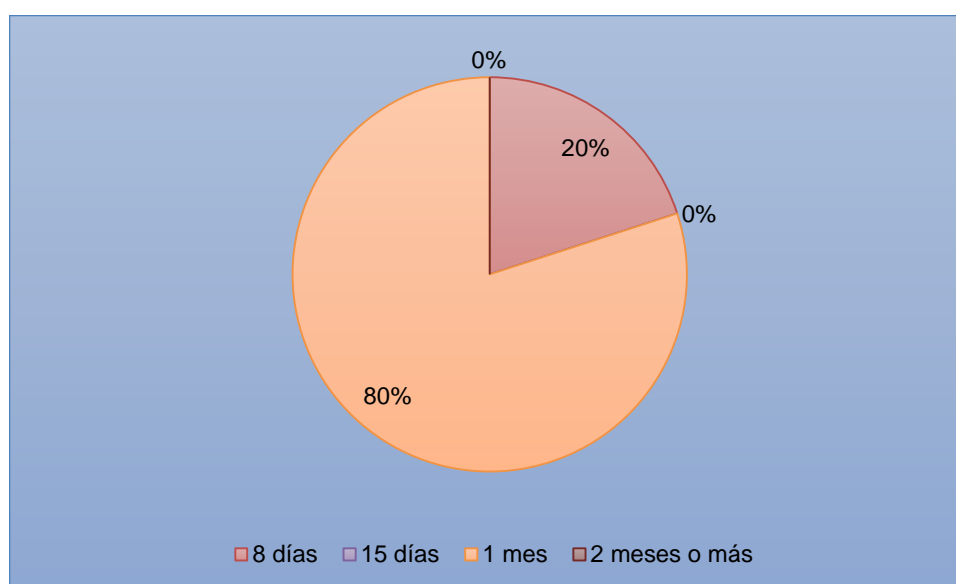


Figura 11 Plazos a crédito

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El 80% de los proveedores beneficia a sus clientes con plazos de hasta 1 mes en compras a crédito, debido a que la mayoría de productores trabajan con esta forma de pago, sin embargo, el 20% prefiere otorgar pequeños plazos para evitar atrasos en los pagos.

P9. ¿Qué tipo de garantía ofrece a sus clientes?

Tabla 11

Tipo de garantía

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Cambio	5	71%
Rebaja del precio	2	29%
TOTAL	7	100%

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

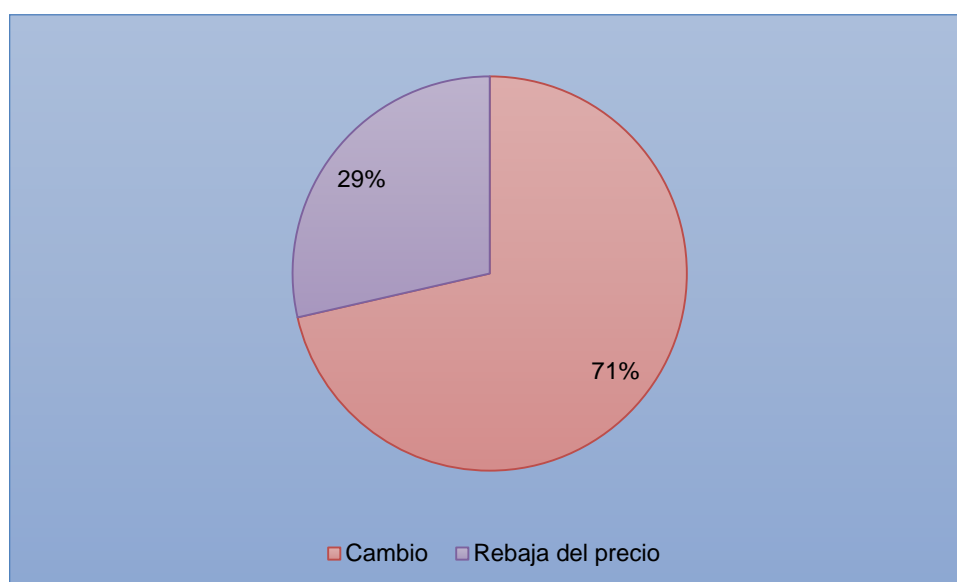


Figura 12 Tipo de garantía

Fuente: Encuesta a Proveedores de tejidos, julio 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

Es de gran importancia proporcionar garantía de los productos comercializados, por esa razón, el 71% de los proveedores optan por el cambio, éste no afecta a la transacción siempre y cuando sea posible efectuarse. Sin embargo el 29% se inclinan por la rebaja del precio para no mantener ese producto defectuoso en inventario.

2.7.2 Encuesta a tiendas especializadas en la venta de prendas de vestir bordadas a mano

P1. ¿Ha adquirido prendas de vestir bordadas a mano?

Tabla 12

Frecuencia de compra

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Siempre	1	10%
A veces	6	60%
Nunca	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

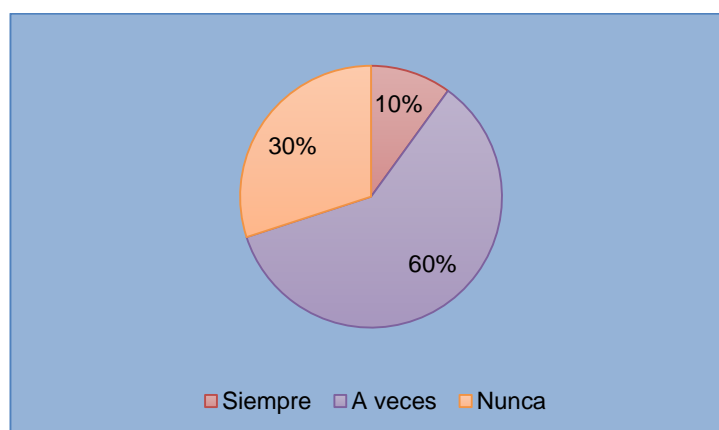


Figura 13 Frecuencia de compra

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El 60% de propietarios han adquirido en algunas ocasiones las prendas de vestir bordadas a mano dado que en la ciudad de Barcelona continuamente cambian las tendencias de moda, por el contrario, un 30% nunca se interesó en comprarlas porque cada vez ésta técnica se fue industrializando y sus precios llegaron a ser más económicos, a pesar de ello un 10% siempre mantuvo en stock estos productos, aunque son muy pocos, valoran la labor artesanal.

P2. ¿En cuáles prendas estaría interesado?

Tabla 13

Tipo de prenda

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Camisas	3	23%
Blusas	4	31%
Vestidos	5	38%
Otros	1	8%
TOTAL	13	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

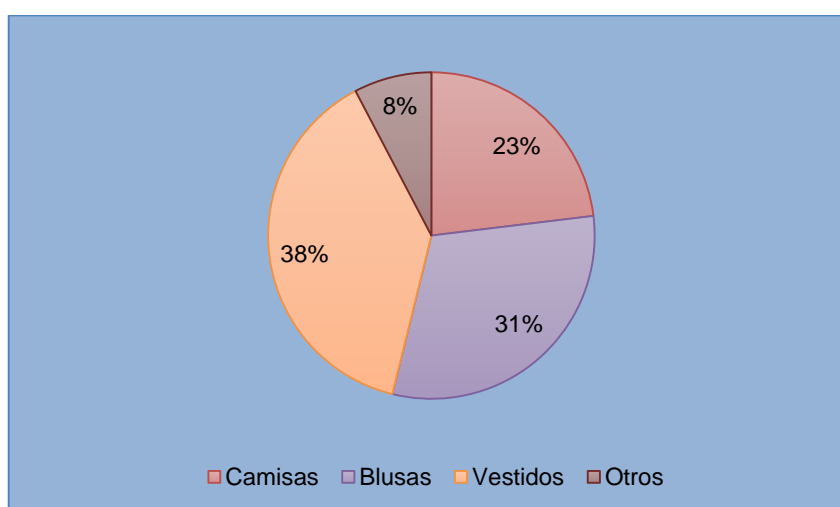


Figura 14 Tipo de prenda

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El 38% de los propietarios prefieren los vestidos, puesto que son prendas usadas en todas las temporadas del año y en distintas ocasiones, de la misma forma, con un 31%, las blusas, son preferidas por ser básicas e indispensables en la vestimenta femenina. Por otro lado, en cuanto a la ropa de hombre, el 23% opta por las camisas al ser consideradas como vestimentas clásicas y adaptables a las diferentes épocas. Por último el 8%, escogen las camisetas ya que son frescas, ligeras y fáciles de llevar.

P3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

Tabla 14

Precios de camisas y blusas para niños

VARIABLE	FRECUENCIA	%
7€ - 9€	8	80%
10€ - 12€	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

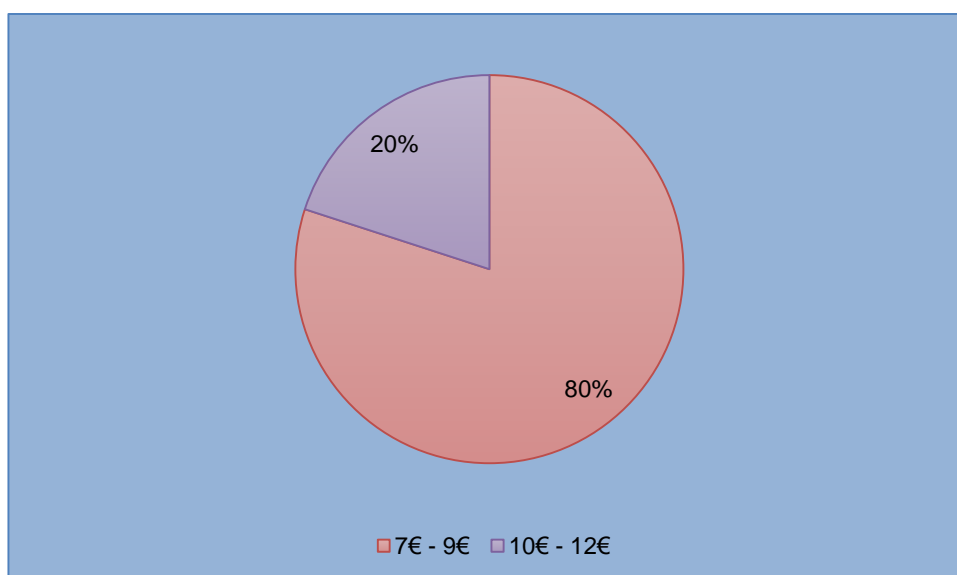


Figura 15 Precios de camisas y blusas para niños

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 15

Precios de vestidos para niñas

VARIABLE	FRECUENCIA	%
8€ - 10€	9	90%
11€ - 13€	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

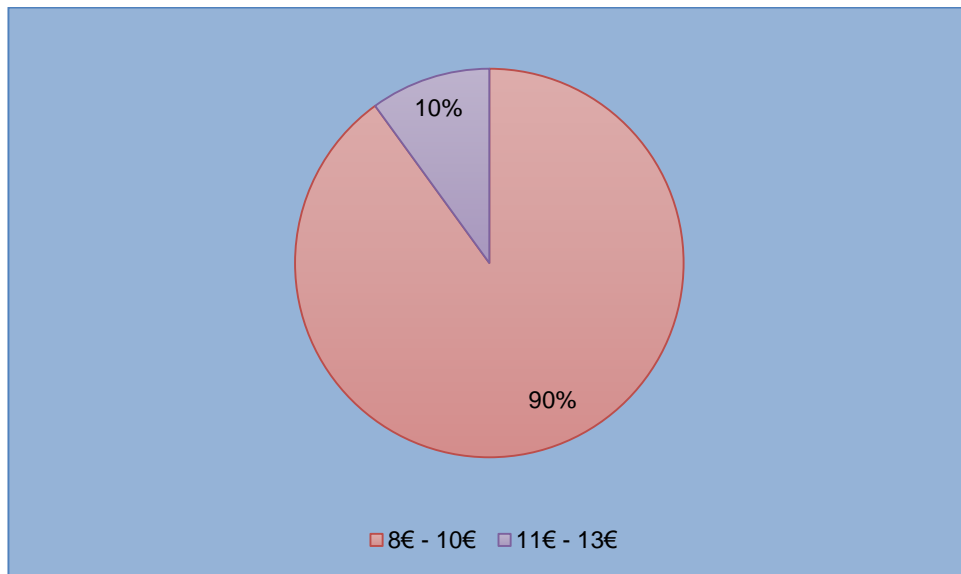


Figura 16 Precios de vestidos para niñas

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 16

Precios de camisas y blusas para adultos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
10€ - 12€	10	100%
13€ - 15€	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

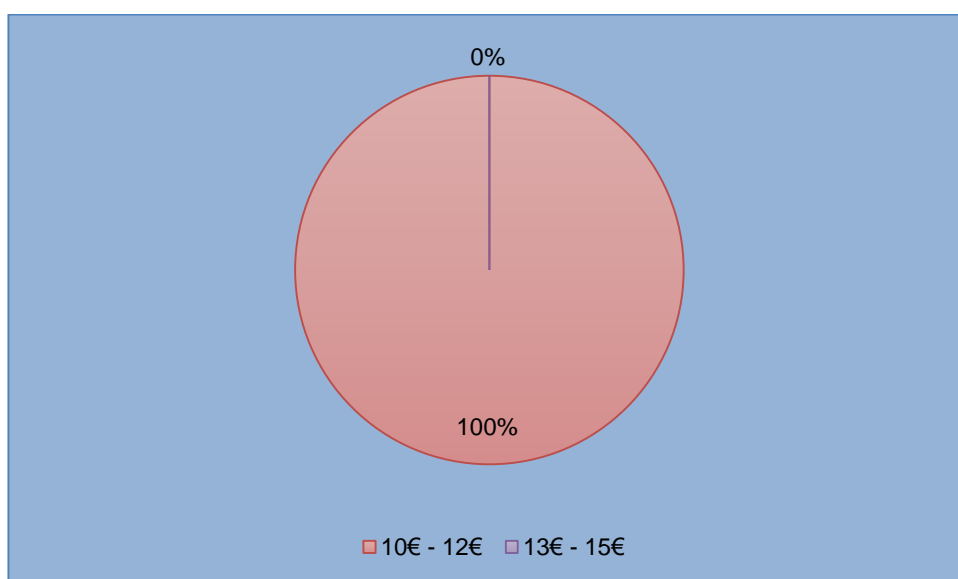


Figura 17 Precios de camisas y blusas para adultos

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 17

Precios de vestidos para adultos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
12€ - 14€	10	100%
15€ - 17€	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

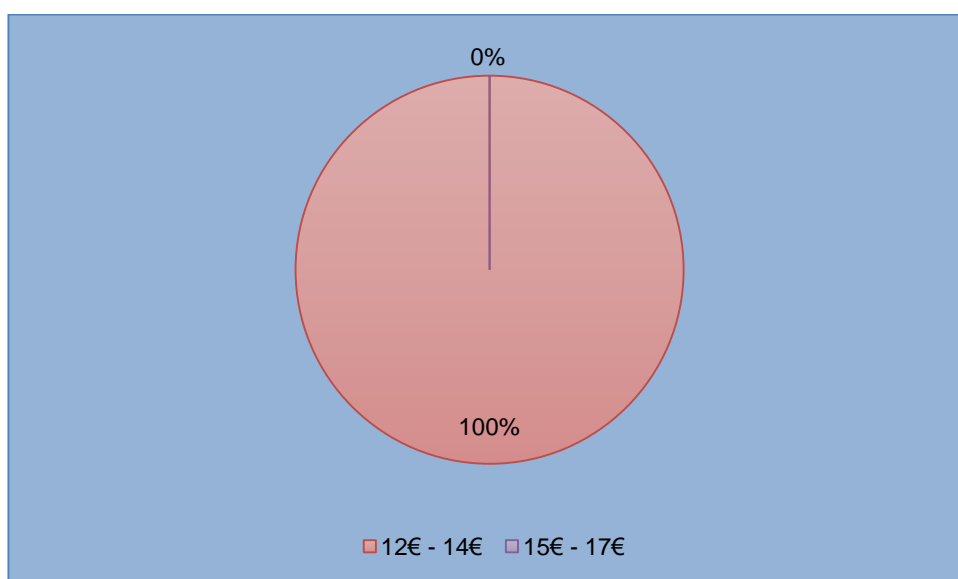


Figura 18 Precios de vestidos para adultos

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

La mayor parte de los propietarios, creen más conveniente adquirir productos con precios accesibles a causa de la gran competencia que existe con las prendas industrializadas, es más, requieren de productos novedosos, y es ahí donde la producción artesana cuenta con la oportunidad de tener acogida. Para ellos, lo esencial es el precio, tampoco desprecian su labor pero están en la búsqueda de productos que no estén fuera del presupuesto del consumidor.

P4. ¿Cuál es la cantidad mensual que compraría?

Tabla 18

Cantidades de camisas para niños

VARIABLES	FRECUENCIA	%
10 - 25 uds.	3	30%
26 - 50 uds.	6	60%
Más de 51 uds.	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

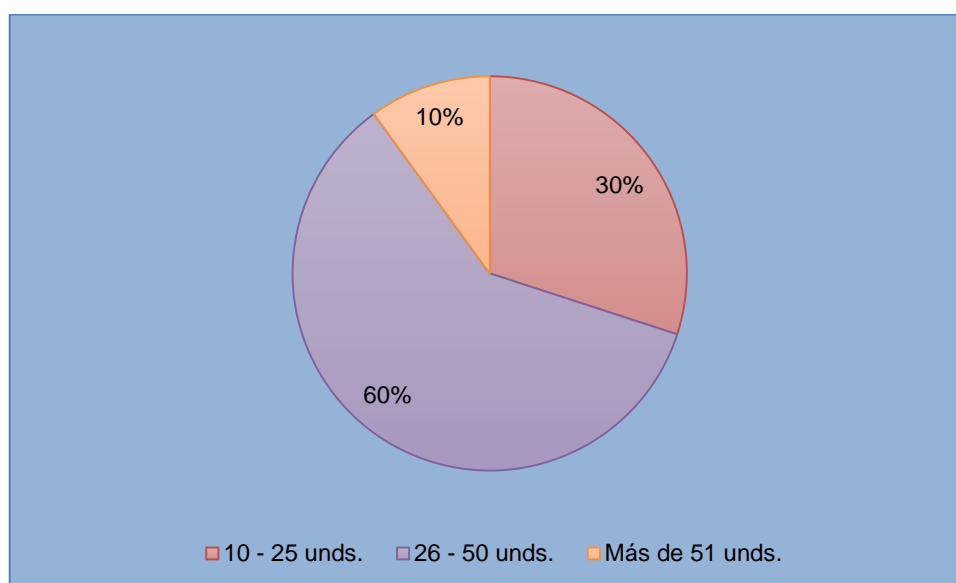


Figura 19 Cantidades de camisas para niños

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 19

Cantidades de camisas para adultos

VARIABLES	FRECUENCIA	%
10 - 25 unds.	2	20%
26 - 50 unds.	3	30%
Más de 51 unds.	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

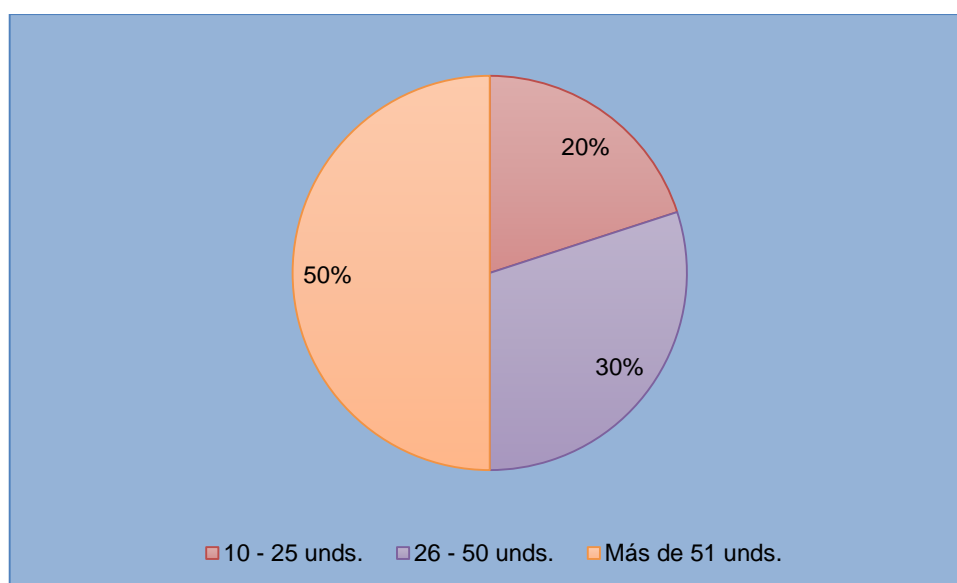


Figura 20 Cantidades de camisas para adultos

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 20

Cantidades de blusas para niñas

VARIABLES	FRECUENCIA	%
10 - 25 unds.	5	50%
26 - 50 unds.	3	30%
Más de 51 unds.	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

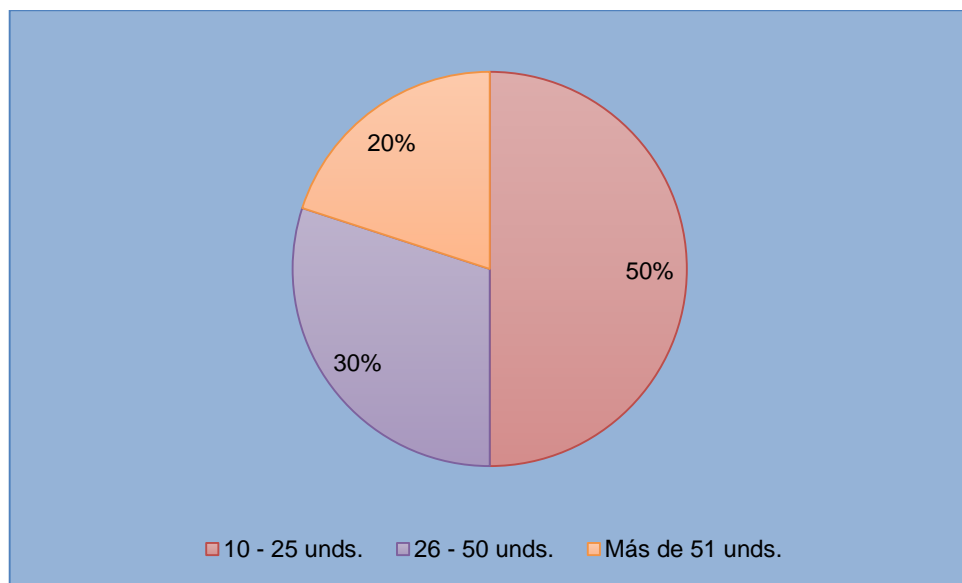


Figura 21 Cantidades de blusas para niñas

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 21

Cantidades de blusas para adultas

VARIABLES	FRECUENCIA	%
10 - 25 unds.	2	20%
26 - 50 unds.	7	70%
Más de 51 unds.	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

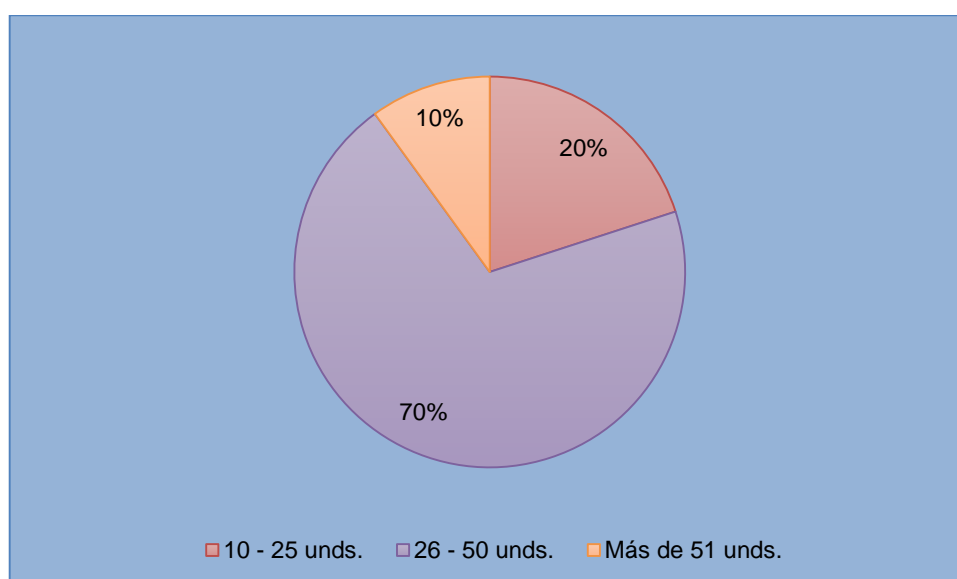


Figura 22 Cantidades de blusas para adultas

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 22

Cantidades de vestidos para niñas

VARIABLES	FRECUENCIA	%
10 - 25 unds.	1	10%
26 - 50 unds.	1	10%
Más de 51 unds.	8	80%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

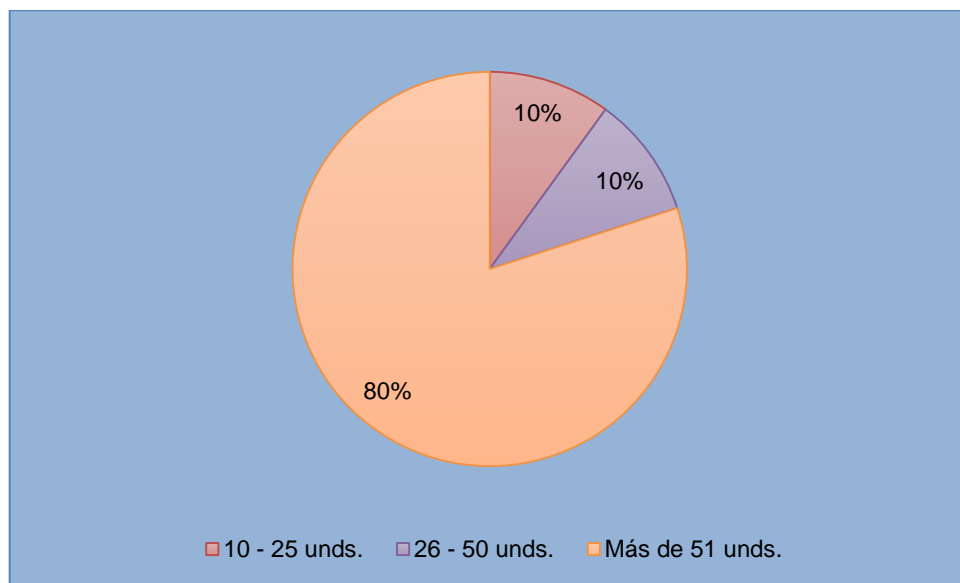


Figura 23 Cantidades de vestidos para niñas

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Tabla 23

Cantidades de vestidos para adultas

VARIABLES	FRECUENCIA	%
10 - 25 unds.	5	50%
26 - 50 unds.	3	30%
Más de 51 unds.	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

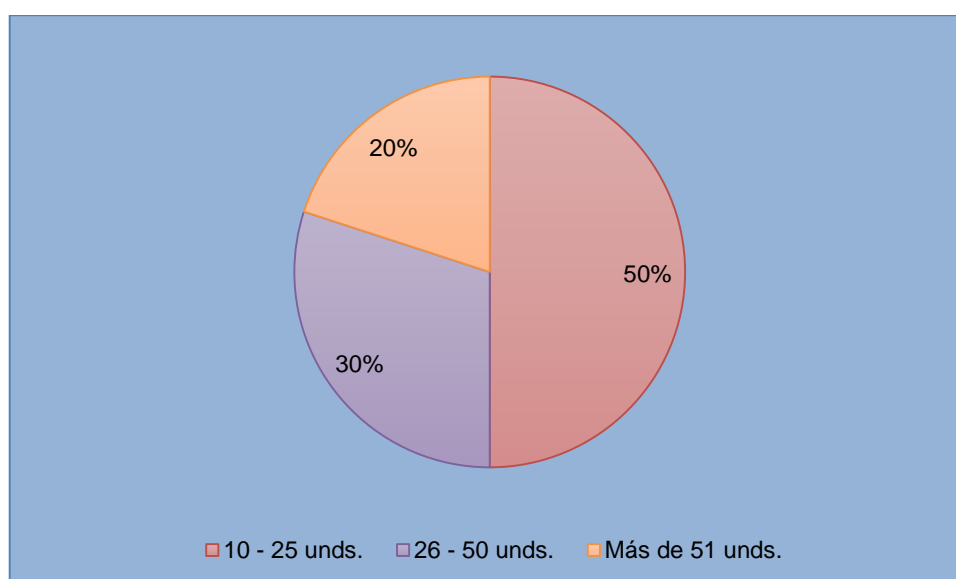


Figura 24 Cantidades de vestidos para adultas

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

Las cantidades para realizar los pedidos por parte de los propietarios de boutiques se dividen en dos líneas, la de adultos y niños. A la mayoría le interesa solicitar más prendas para adultos como camisas y blusas porque consideran que su ganancia será mayor, mientras que en la vestimenta para niños, les atraen los vestidos por ser más novedosos con sus diseños delicados.

P5. Para apreciar la calidad del producto, ¿requiere de muestras comerciales?

Tabla 24

Requerimiento de muestras comerciales

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Propietarios de boutiques, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

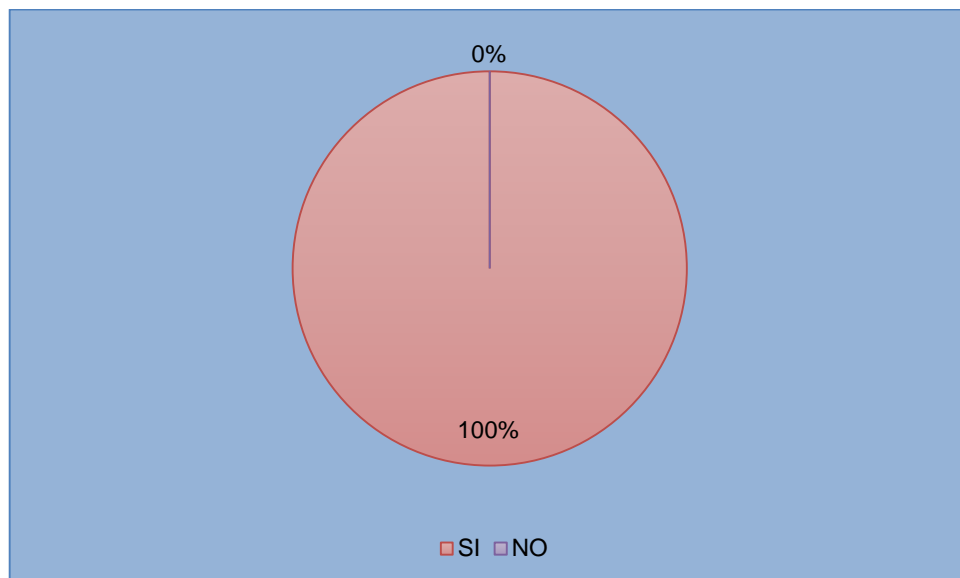


Figura 25 Requerimiento de muestras comerciales

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

Todos los propietarios están de acuerdo con recibir muestras comerciales de los productos ofertados, de esta forma podrán evidenciar principalmente la calidad de los materiales empleados y los acabados. Esto les da más seguridad a la hora de comprar e incluso dar sugerencias en cuanto a los diseños en los que están interesados.

P6. En cuanto a los diseños de los bordados, ¿cuáles preferiría?

Tabla 25

Diseños de bordados

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Precolombinos	4	18%
Flores	10	45%
Frases	3	14%
Animales	5	23%
Otros	0	0%
TOTAL	17	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

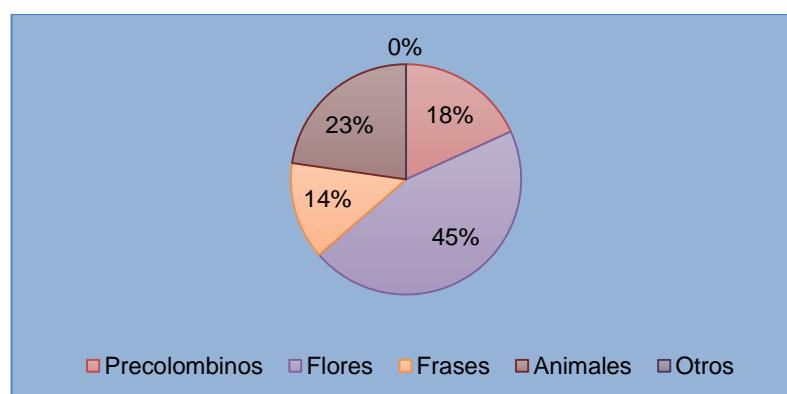


Figura 26 Diseños de bordados

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

Al hablar de bordados existe un sinfín de diseños, de los cuales sobresalen: las flores con el 45% de aceptación, puesto que permite hacer una variedad de combinaciones con todo tipo de vestimentas y disponible para todas las edades. Los animales con el 23%, ofrecen un look más juvenil y fresco, incluso para los niños le da un toque delicado. No se quedan atrás los diseños precolombinos, el 18% están cautivados por su significado, mismo que representa la mezcla de distintas culturas. En último lugar, el 14% elige las frases, ya sea discretas o a lo grande, hoy en día muchos lo consideran como algo divertido y fuera de lo común.

P7. En una compra de estas prendas, ¿qué considera más importante?

Tabla 26
Requisito de la compra

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Precio	3	30%
Calidad	5	50%
Diseño	2	20%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

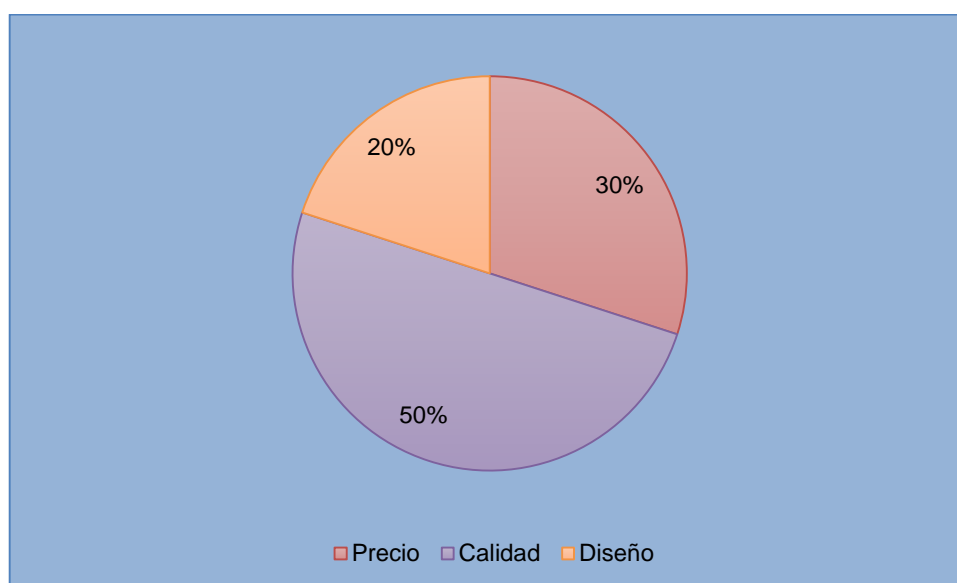


Figura 27 Requisito de la compra

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El 50% de los propietarios acuerdan que ante todo la calidad es indispensable en un producto, ya que es el equivalente al nivel de satisfacción ofrecido a los consumidores, no obstante, el 30% considera indispensable adquirir productos con precios moderados o incluso económicos para obtener más ganancias y finalmente el 20% demanda como indispensable el diseño a causa de las nuevas tendencias que van saliendo, de esta forma atrae al cliente por su innovación.

P8. ¿Cuál es el tiempo máximo de entrega que exige?

Tabla 27

Tiempo de entrega

VARIABLES	FRECUENCIA	%
15 días	7	70%
30 días	3	30%
60 días	0	0%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

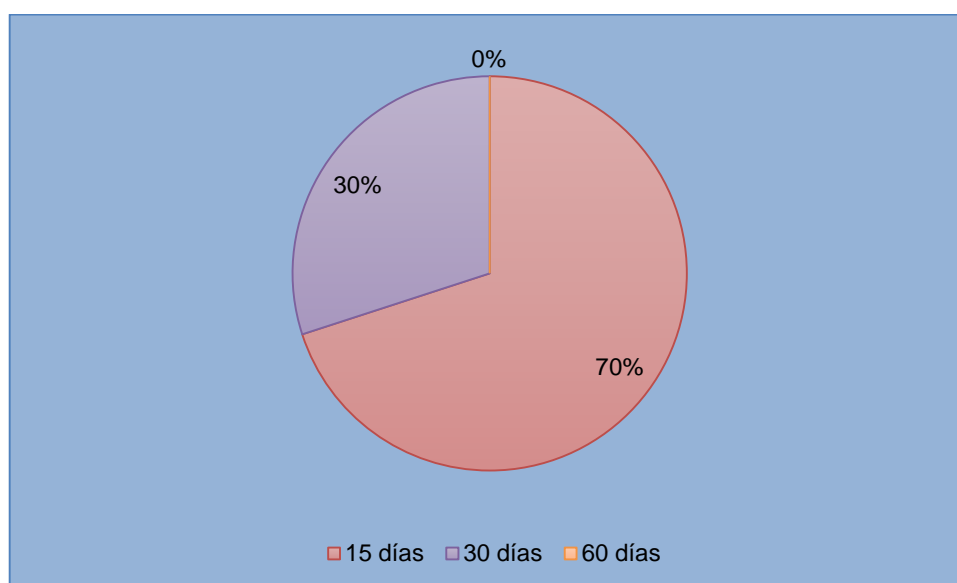


Figura 28 Tiempo de entrega

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El tiempo de entrega permite ganar la fidelidad de un cliente, por ello, el 70% de los propietarios solicitan la atención inmediata de sus pedidos dentro de 15 días, pues sus negocios deben encontrarse abastecidos todo el tiempo, por el contrario, un 30% no exige entregas inmediatas ya que cuentan con distintas líneas de ropa por lo que su inventario es más rotativo.

P9. ¿Con cuál forma de pago estaría dispuesto a trabajar?

Tabla 28

Formas de pago

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Giro directo	6	60%
Tarjeta de crédito	3	30%
Efectivo	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

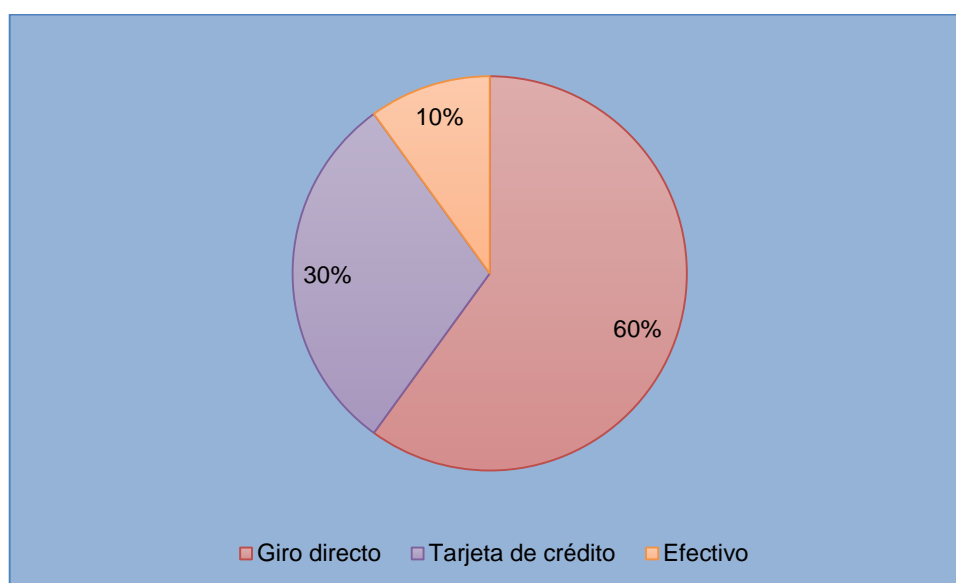


Figura 29 Formas de pago

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

Las facilidades de pago ofrecidas al cliente juegan un papel fundamental en negociaciones futuras, el 60% se inclinan por saldar la compra a través del giro directo que brinda rapidez, seguridad gracias a una entidad financiera, menores gastos bancarios y puede realizarse en cualquier moneda cotizabile. Sin embargo, el 30% opta por la tarjeta de crédito porque es posible diferir el total de la adquisición en el tiempo requerido y también por internet. Por otro lado, el 10% no descarta el efectivo, aún creen conveniente y seguro emplearlo en sus transacciones.

P10. Elija el tipo de Incoterm con el que desea negociar.

Tabla 29

Incoterm

VARIABLES	FRECUENCIA	%
FOB	7	70%
CFR	0	0%
CIF	3	30%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

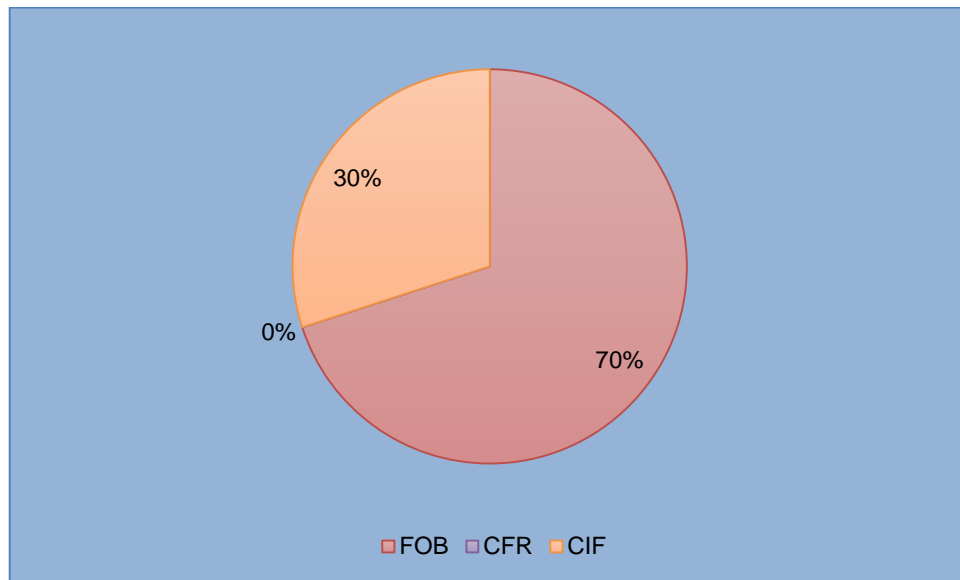


Figura 30 Incoterm

Fuente: Encuesta a Tiendas especializadas, septiembre 2017

Elaborado por: La autora

Análisis

El cliente siempre buscará ventajas en una negociación, por lo tanto el 70% prefiere realizar la operación bajo el término FOB, pues el comprador podrá presionar la disminución de precios de modo que pueda vender estos productos en su mercado local con resultados comerciales positivos, en cambio el 30% al no tener experiencia en el proceso logístico, exige el término CIF lo que les brinda más comodidad pero no seguridad en un 100%.

2.7.3 Entrevista al propietario de la empresa Sisa Pakarina

P1. ¿Cómo surgió la idea de establecer este negocio?

Todo inició como un emprendimiento para el sustento de mi familia.

P2. ¿Los diseños de sus productos son innovados de acuerdo a las tendencias?

Si pero sin dejar de lado la esencia de nuestra cultura.

P3. ¿Las tallas de cada producto son estandarizadas?

No porque manejamos las tallas a nuestra conveniencia, las hacemos más grandes que la competencia, incluso según los requerimientos del cliente.

P4. ¿Cuál es la línea de productos que ofrece y sus precios?

Tabla 30

Precios de los productos de Sisa Pakarina

DETALLE	ADULTOS	NIÑOS
Camisa de hombre con botón	\$8.00	\$4.50 - \$6.50
Camisa de hombre con cordón	\$6.00	\$2.50 - \$4.50
Camisa de mujer con botón	\$7.00	-
Blusa mesonera mangas 3/4	\$7.00	-
Blusa con volante mangas cortas	\$6.00	\$2.50 - \$4.50
Vestidos largos	\$8.50	\$3.50 \$6.50
Vestidos cortos	-	\$3.50 \$6.50
Short	\$3.50	-
Capri	\$4.50	-
Pantalón	\$5.00	\$2.50 - \$4.50

Fuente: Entrevista al Propietario de Sisa Pakarina, agosto 2017

Elaborado por: La autora

P5. ¿Cree que el precio de los productos es el adecuado?

Si porque mis clientes están satisfechos con mi trabajo, al comparar mis productos con los de la competencia notan la diferencia del diseño, tamaño y materiales, además de que realizamos un control de calidad de las prendas terminadas.

P6. ¿Cuáles son las formas de pago que ofrece?

Efectivo para nuevos clientes incluido el descuento y aquellos que ya son conocidos con cheques y pagos a plazos.

P7. ¿Cuál es el número de obreros y maquinarias con la que cuenta actualmente?

Dispongo de 1 máquina bordadora, 5 overlok, 6 rectas, 2 cortadoras, 1 recubridora, 1 ojaladora, 1 botonera y 1 estampadora.

Cuento con 5 obreros.

P8. ¿Cuál es el tiempo de fabricación de cada producto?

El corte y tizado se lo hace para todas las prendas, no puede ser individual, en eso tardo 2 piezas por 1 día. Posteriormente, en la confección y bordado aproximadamente se demora: 45 minutos en 1 vestido, 1 hora en una camisa y asimismo 1 hora en una blusa.

P9. ¿Con qué frecuencia adquiere materia prima y cuál es el monto?

Compro de forma mensual una cantidad de \$2,000 pero no es suficiente, por falta de capital compro lo que me es posible, caso contrario el monto sería de \$4,000.

P10. ¿Cómo realiza la comercialización de sus productos?

Lo hacemos mediante tres formas, la primera en un puesto de la Plaza de Ponchos, segundo, en el domicilio y entregando la mercadería en locales y pequeños mercados de la Costa.

P11. ¿Cuál es la estimación del volumen de producción y de ventas mensuales?

El volumen de producción es de 1200 prendas en el mes y el de ventas \$5,000.

P12. ¿Considera que su capacidad de producción le permita vender sus productos hacia mercados internacionales?

No, porque se debe incrementar la maquinaria, mano de obra y materia prima. Actualmente la capacidad de producción es del 60%.

P13. De la capacidad de producción de la empresa. ¿Qué porcentaje destinaría para la exportación?

Un 30% para exportar hasta conocer mejor el mercado internacional.

Análisis:

La empresa Sisa Pakarina cuenta con la maquinaria necesaria para producir cantidades grandes pero no posee mano de obra tecnicada ni capital para abastecerse de materia prima necesaria, aun así se ha posicionado en el mercado local. Sus productos a diferencia de la competencia pretenden mantener los bordados a mano, actividad que ha sido reemplazada por el uso de máquinas.

2.7.4 Entrevista a una bordadora independiente

P1. ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio del bordado?

Tengo 50 años trabajando con los bordados y cuento con 8 ayudantes.

P2. ¿Tiene usted la suficiente producción para abastecer mercados internacionales?

Actualmente, mi producción es de 400 bordados al mes, pero cuando tengo pedidos grandes busco más ayudantes para entregar.

P3. Para disponer de su servicio, ¿la cantidad de prendas es importante?

No necesariamente, únicamente el cliente puede decidir la cantidad, diseño y calidad del hilo.

P4. ¿Cómo asegura la calidad de los bordados a sus clientes?

Antes que nada se utilizan hilos de buena calidad como es el MC que no mancha las prendas, además soy la encargada de dibujar los diseños y revisarlos para no tener inconvenientes.

P5. ¿En qué forma y de acuerdo a qué parámetros determina el precio del bordado?

De acuerdo al material y complejidad del diseño.

P6. ¿Cuáles formas de pago que ofrece? ¿Con cuál trabaja más?

De preferencia al contado, aunque con clientes antiguos lo hacemos a través de cheques de hasta 1 mes de plazo.

P7. ¿Cuál es el tiempo de entrega máximo?

Depende de la cantidad de bordados.

P8. ¿Es necesario que el cliente se acerque a su domicilio para solicitar su servicio o de que otra forma podría efectuarlo?

Si el cliente no tiene tiempo, podemos ir a su domicilio para retirar las prendas y de la misma forma entregárselas.

P9. ¿Qué tipo de diseños ofrece?

Lo que el cliente desee, siempre que traiga el diseño impreso. Pero en lo general son bordados de flores a \$2.00, figuras precolombinas de \$2.00 a \$10.00 y vestidos \$1.50.

Análisis:

La bordadora independiente tiene experiencia y cuenta con ayudantes para cumplir con pedidos grandes, además en la comunidad de Esperanza existen un gran número de bordadoras y hasta asociaciones. Los precios que ofrecen no son exageradamente altos como en la comunidad de Zuleta e incluso brindan comodidades de pago y entrega de las prendas a domicilio.

2.8 MATRIZ F.O.D.A.

2.8.1 Fortalezas

F1. Innovación de productos.

F2. Precios competitivos.

F3. Buena relación con los proveedores.

F4. Uso de materia prima e insumos de calidad.

F5. Atención a sugerencias de clientes.

F6. Comodidades de pago.

2.8.2 Oportunidades

O1. Mayor interacción de los consumidores por internet.

O2. Apoyo del gobierno a pymes y mipymes para ofertar sus productos en mercados internacionales a través de MIPRO, IEPI, ProEcuador y Exporta fácil.

O3. Préstamos para pymes y mipymes.

O4. Empresas locales de carga con experiencia.

O5. Contacto de familiares en el mercado objetivo.

O6. Óptima capacidad de abastecimiento de materia prima por parte de los proveedores.

O7. Presupuesto del consumidor es estable.

2.8.3 Debilidades

D1. Inexperiencia en operaciones internacionales.

D2. Registro de marca.

D3. Etiquetado del producto.

D4. Falta de conocimiento del mercado internacional.

D5. Presencia online.

D6. Mano de obra no tecnificada.

D7. Desabastecimiento de materia prima por falta de capital.

2.8.4 Amenazas

A1. Bajo volumen de ventas hasta posicionarse en el mercado internacional.

A2. Patrones de consumo con mucha variabilidad.

A3. Presencia de gran volatilidad en el comportamiento del euro.

A4. Competencia de países desarrollados y altamente tecnificados.

A5. Imitación de producto.

2.9 CRUCE ESTRATÉGICO FA, FO, DO, DA.

2.9.1 Estrategia FA

F1-A2: Mantener una continua investigación de las nuevas tendencias haciendo uso de páginas web y redes sociales.

F2-A4: Mantener los precios y mejorar la calidad de los productos, a través de la búsqueda de nuevas materias primas.

2.9.2 Estrategia FO

F3-O6: Aplicar el crédito de proveedores para abastecerse de la materia prima necesaria de forma mensual.

2.9.3 Estrategia DO

D1-O4: Demandar los servicios de una agencia de carga para el trámite y envío de la mercadería.

D1-O2: Hacer uso de la herramienta de exporta fácil para pequeños envíos y muestras comerciales.

D4-O2: Utilizar los recursos brindados por PROECUADOR y el MIPRO sobre capacitaciones para artesanos con ánimo a exportar sus productos, además participar en ferias internacionales, las cuales facilitan el reconocimiento y acceso a nuevos mercados.

D5-O1: Uso de redes sociales para promocionar los productos.

D7-O3: Requerir de un préstamo para incrementar la materia prima.

2.9.4 Estrategia DA

D6-A4: Capacitación a los obreros para perfeccionar la producción.

D3- A4: Cumplir con la normas de etiquetado para ingresar al mercado para poder competir con el resto de productos al mismo nivel.

2.10 Determinación del Problema de Diagnóstico

Existen factores relevantes que afectan el ingreso a mercados internacionales por parte de las empresas ecuatorianas, dos de ellos se relacionan a las limitaciones en base a cantidad y calidad de sus productos, debido a circunstancias como: mano de obra no tecnificada y falta de inversión para incrementar el número de maquinaria y materia prima, dando como resultado un proceso de producción demoroso, lo que le impide satisfacer grandes pedidos.

Sin embargo, los productos ecuatorianos aún son valorados en mercados extranjeros, por su esencia artesanal y sobre todo la cultura que representa, pero con el transcurso del tiempo han sido desplazados por imitaciones, las mismas que solo se asemejan en los diseños mas no en la labor a mano, aunque si bien es cierto, en cuanto al precio es mucho más económico y además ofrecen más variedad. Por consiguiente, una gran parte de los productores locales no cree ser capaz de poder competir con la oferta internacional.

Por ende, el Estado ecuatoriano a través de instituciones como el MIPRO, PROECUADOR, IEPI entre otras, da apertura a las pequeñas y medianas empresas para efectuar exportaciones a cualquier parte del mundo, pero el miedo y desconocimiento a buscar nuevos mercados, está latente en muchos negocios. Incluso no tienen información necesaria acerca de las relaciones comerciales entre ambos países, a pesar de que el Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea ya entró en vigencia este año, mucho menos cuentan con datos sobre características específicas de consumo y tendencias, canales de distribución, cultura, entre otros.

Cabe recalcar que el cumplimiento total de los requisitos necesarios para internacionalizarse determina el inicio de un negocio exitoso y competente, en el caso de registrar la marca es un requerimiento indispensable pero no todos los productores lo hacen formalmente, debido a que no quieren incurrir en gastos y tiempo para realizar los trámites.

A partir de la inexperiencia en operaciones internacionales de los productores, es decir, poder de negociación para establecer los términos del contrato, en especial los términos de pago, se han visto en la necesidad de recurrir a intermediarios, quienes realizan todo el proceso de exportación, dejándoles con pequeñas ganancias.

La empresa necesita dirigir sus esfuerzos por internacionalizarse a mercados que le brinden mejores oportunidades de negocios, por lo tanto, se propone estructurar un “Plan de Exportación de prendas de vestir bordadas a mano de la empresa Sisa Pakarina, hacia el mercado español”.

CAPÍTULO III

PLAN DE EXPORTACIÓN

3.1 RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Sisa Pakarina confecciona prendas de vestir y las comercializa en el mercado local. Su capacidad de producción es del 60% según la entrevista realizada al propietario de Sisa Pakarina, a causa de falta de financiamiento en materia prima y mano de obra no tecnificada provocando procesos de producción tardíos.

La propuesta sugerida para la empresa es un “Plan de Exportación de prendas de vestir bordadas a mano, hacia el mercado español”. La línea de productos a internacionalizarse son camisas para hombres con bordados precolombinos, las blusas mangas $\frac{3}{4}$ y vestidos para niñas con tejidos a croshet y bordados de flores, estos productos fueron elegidos a través de una encuesta efectuada a propietarios de tiendas especializadas en prendas de vestir bordadas a mano de la ciudad de Barcelona.

Para ingresar al mercado español, es necesario dar cumplimiento a los requerimientos dispuestos, es así que se diseñaron etiquetas de acuerdo a la normativa de etiquetado por la Unión Europea, un empaque individual de bolsas plásticas y el embalaje de cartón carrujado.

Luego de efectuar un estudio de mercado, reflejó una demanda de prendas de vestir, la cual puede ser atendida por la empresa con la ayuda del financiamiento requerido para la puesta en marcha del proyecto, aumentado la capacidad de producción al 100% y dirigiendo el 40% hacia el mercado español.

De acuerdo al Estudio Financiero realizado, la inversión requerida es de 21,074.40 dólares, 5,000.00 como un aporte propio y el resto, 16,074.40 a través de una

entidad financiera, en este caso, BanEcuador, que ofrece una tasa del 9.76% a pequeñas y medianas empresas. El propósito de la inversión es para el capital de la empresa y se requerirá de los fondos en la primera etapa del proyecto, ya que la empresa está conformada y pretende exportar.

3.2 PERFIL DE LA EMPRESA

3.2.1 Localización de la empresa

La empresa Sisa Pakarina está localizada en el cantón de Otavalo, Provincia de Imbabura.



Figura 31 Provincia de Imbabura

Fuente: Prefectura de Imbabura

Posee un taller, dividido en áreas de corte, confección y bodega. Está ubicado a 2 minutos del centro de Otavalo en las calles Luis Alberto De la Torre y Quito, por lo que tiene vías de fácil acceso, facilitando la recepción de materia prima y distribución del producto terminado.

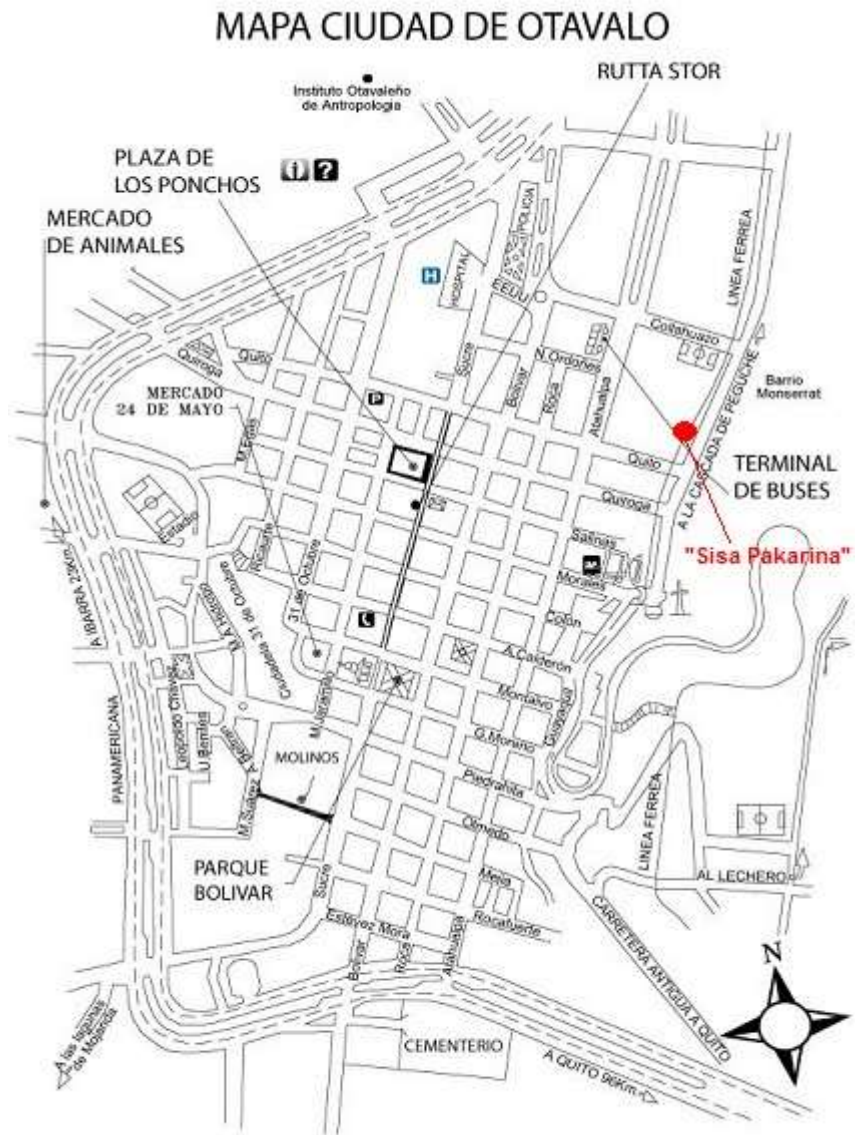


Figura 32 Mapa de Otavalo

Fuente: Reciprocco

Además, para su correcto funcionamiento, cuenta con el RUC del negocio, patente y permiso de bomberos.

Actualmente, el taller tiene a su disposición los siguientes bienes muebles:

Tabla 31

Bienes muebles de Sisa Pakarina

NÚMERO	DETALLE
1	Máquina bordadora
5	Máquina Overlok
6	Máquina Recta
2	Cortadoras
1	Máquina Recubridora
1	Máquina Ojaladora
1	Máquina Botonera
1	Estampadora
2	Estanterías grandes
2	Estanterías pequeñas
2	Mesa para cortar
2	Planchas

Fuente: Observación en el taller de Sisa Pakarina

Elaborado por: La autora

3.2.2 Datos generales de las actividades de la empresa

La empresa Sisa Pakarina ofrece a sus clientes prendas de vestir tales como: blusas, camisas, pantalones, vestidos, shorts y pescadores para adultos y niños(as).

Su proceso de producción es muy lento a causa de la mano de obra no tecnificada e indisponibilidad de tecnología. También, el número de obreros y maquinaria es limitado, por ello, el volumen de su capacidad de producción es de 1200 prendas mensuales, mismo que es dirigido únicamente hacia el mercado local y generando así, ventas anuales aproximadamente de \$60,000. Con respecto a métodos de control de calidad, efectúan uno donde revisan los acabados de las prendas antes de ser empacadas y despachadas al cliente.

Por el momento, su mercado principal, es la costa ecuatoriana, específicamente Guayaquil, Atacames, Playa Villamil, Montañita y Salinas, además tiene clientes en Cuenca y por supuesto Otavalo. No posee ninguna sucursal, la venta directa se la hace en el mercado de la Plaza de Ponchos, lugar que recibe turistas extranjeros y nacionales quienes adquieren este producto, entre ellos, compradores mayoristas y al detalle. De la misma manera se puede adquirir la mercancía en el taller, incluso es entregada por los vendedores en cada ciudad o playa donde se encuentran sus clientes.

3.2.3 Pensamiento estratégico

3.2.3.1 La misión

Confeccionar y vender prendas artesanales de algodón con excelente calidad y al mejor precio, para satisfacer las exigencias de nuestros clientes convirtiéndonos así en una empresa cada vez más competitiva y eficiente a través de procesos de mejoramiento continuo, que aseguren nuestro proceso y permanencia en el mercado.

3.2.3.2 La visión

Para el 2022, consolidarse en mercados nacionales y extranjeros como un referente de la producción y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano a través de la creatividad y desarrollo constante de diseños, cumpliendo así, las expectativas de los clientes, al ofrecerles productos de alta calidad y con garantía. Asimismo, valorar, rescatar, conservar y difundir la cultura indígena Imbabureña.

3.2.3.3 Formulación de Objetivos estratégicos

- Optimizar el proceso de producción para abastecer al mercado nacional y extranjero.

- Posicionar las prendas de vestir bordadas a mano de Imbabura dentro del mercado Internacional.
- Adecuar los canales de distribución conforme a los requerimientos del cliente.
- Comercializar productos de calidad y representativos de la cultura indígena.

3.2.4 Organización y operación

Sisa Pakarina es una empresa familiar, con un solo propietario, es decir, unipersonal, gracias a la facilidad y menores costos para constituirla. Las razones por las que se decidió este tipo, se debe a la autonomía en la toma de decisiones, trabajo independientemente y responsabilidad financiera propia.

Es representada por un gerente propietario, mismo que será responsable encaminar las actividades de la comercialización, incluso controlar y supervisar a los empleados.

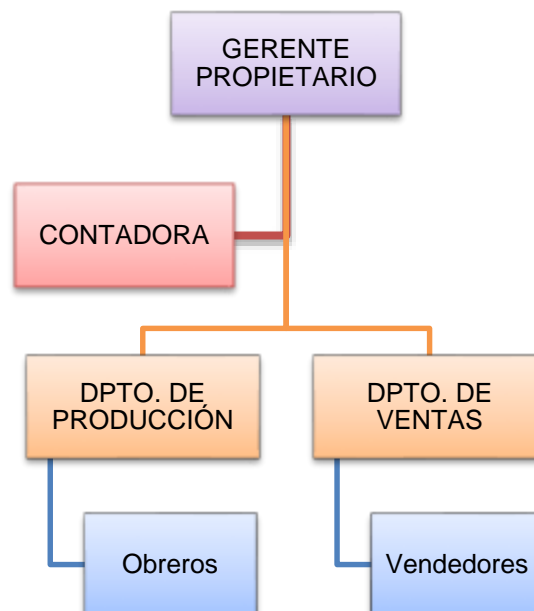


Figura 33 Organigrama estructural de Sisa Pakarina

Elaborado por: La autora

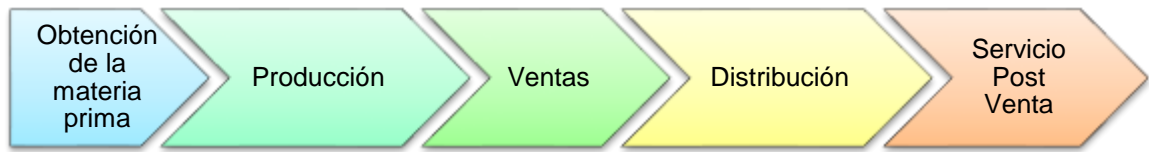


Figura 34 Diagrama Operacional de Sisa Pakarina

Elaborado por: La Autora

3.2.5 Actividades de comercialización y estrategias

En la actualidad, Sisa Pakarina destina la mayor parte de su producción, es decir el 95% al mercado local de forma directa al consumidor y el restante 5% hacia el mercado chileno y alemán, pero únicamente por temporada, a través de intermediarios.

La estrategia de mercadeo que emplea es la innovación en base a diseños novedosos y además la adquisición de nueva materia prima de calidad.

En Otavalo, existen un gran número de empresas que confeccionan prendas similares, pero muy pocas se destacan por ofrecer productos con buenos acabados y empleando materia prima e insumos de calidad. Ellos dirigen sus esfuerzos a venderlos a precios muy bajos, incluso con bordados en máquina, descompensando el valor artesanal de los artículos.

Por otro lado, la competencia internacional liderada por China, Marruecos y Turquía se destacan por sus procesos productivos industrializados y la facilidad que poseen para imitar productos artesanales.

3.3 ACTIVIDADES GENERALES DE EXPORTACION A CONSIDERARSE

3.3.1 Selección de mercados y priorización de los mismos

ESPAÑA



Figura 35 Bandera de España

Fuente: CÍA, WorldFactbook, 2016

- Factores Socioeconómicos

Tabla 32

Factores Socioeconómicos de España

Capital	Madrid
Idioma oficial	Castellano-Español
Población	48,563,476
Crecimiento poblacional	0.84%
Índice de GINI	35.9
Índice de Desarrollo Humano	0.884
Tasa de Desempleo	19.7%
Moneda Oficial	EURO
Tipo de Cambio (EUR por USD)	0.92
PIB	\$1.3 billones
Crecimiento del PIB	3.10%
Composición del PIB por sector:	
Industria	22.4%
Servicios	75.1%
Agricultura	2.5%
PIB per cápita	\$36,500
Tasa de inflación anual	-0.30%

Fuente: CÍA, WorldFactbook, 2016

Elaborado por: La autora

- Factores políticos

Al ser España miembro de la OMC y al mismo tiempo de la Unión Europea (UE) mantiene acuerdos comerciales con países miembros y el resto del mundo, entre ellos, tratados de libre comercio, acuerdos de asociación económica, comerciales preferenciales, unión aduanera, de colaboración y cooperación (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2017).

- Factores legales

España se rige a las normativas y reglamentos que dispone la UE. De este modo, ciertos productos requieren de inspecciones, como las prendas de vestir, para determinar el tamaño y materiales empleados en su confección, además el impuesto establecido sobre el valor añadido (IVA) para este producto es del 21% - IVA general (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2017).

En el caso de las medidas para-arancelaria, la UE exige la obtención de licencias de importación y autorizaciones previas, también el cumplimiento de requisitos en cuanto al empaque, embalaje y etiquetado.

- Factores Geográficos

España, se encuentra limitada al norte con Francia, Andorra y el Mar Cantábrico, al oeste con Portugal y el Océano Atlántico, al este con el Mar Mediterráneo (Mar Balear y mar de Cerdeña) y al sur con el Océano Atlántico, Mar Mediterráneo, Mar de Alborán y Gibraltar (Reino Unido).

Debido a ello, es un referente en el tránsito marítimo internacional, pues cuenta con más de 60 puertos a lo largo de sus costas, entre los que destacan: Vigo, Algeciras, Barcelona, Valencia, Bilbao y Las Palmas. Las mercaderías enviadas desde Ecuador tardan un tiempo promedio de 25 días variando de acuerdo a cada agencia

naviera con un precio de USD 1,100 y USD 1,5000 por contenedor seco de 20 y 40 pies respectivamente.

Con respecto al transporte aéreo, sus principales aeropuertos son: Alicante, Barcelona, Madrid-Barajas, Málaga, Palma de Mallorca, Sevilla, Valencia y Zaragoza. El envío desde Ecuador por carga general hacia Madrid tarda 3 días de tránsito con un costo de USD 3.30 por kg. y a través de courier, se impone un límite de 20 kg. con un costo de USD 430 (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2017).

- Condiciones de compra

Cada comprador y vendedor acordarán el Incoterm que mejor le convenga, y las condiciones serán establecidas en la negociación (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2017).

- Condiciones de pago

España cuenta con una Ley de Servicios de Pago, la cual ampara tanto al comprador como vendedor gracias al establecimiento del régimen de transparencia e información aplicable a los servicios de pago, como también de los derechos y obligaciones de las partes (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2017).

- Tendencias del consumidor

Una de las tendencias imprescindibles de estos tiempos es el uso de internet ya sea para compras online o conseguir información acerca de los productos o servicios de su interés. El consumidor español hace uso de ella constantemente, considerando los comentarios de otros usuarios, mismos que influyen en la decisión de compra.

Cabe destacar que el crédito es una de las mejores opciones de pago para los españoles, actualmente, endeudarse se ha convertido en algo muy común, un estilo de vida donde el pago es una prioridad (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2017; Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y Dirección de Promoción de Exportaciones, 2012).

3.3.2 Objetivos a cumplirse en el mercado seleccionado

El mercado seleccionado es España, el segmento es Barcelona puesto que por su clima la población demanda de ropa fresca como la que produce la empresa Sisa Pakarina, y los nichos son aquellas tiendas especializadas en la venta de prendas de vestir bordadas a mano. A continuación los objetivos a cumplirse:

- Participación en el nicho de mercado seleccionado con el 40% de la producción total en el primer trimestre.
- Introducir las prendas de vestir bordadas a mano a través de tiendas especializadas en estos productos.
- Diversificación de los productos, implementando nuevas líneas de acuerdo a las distintas temporadas del año innovando constantemente.

3.4 ANALISIS DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.4.1 El producto

3.4.1.1 Fichas técnicas


CAMISA DE HOMBRE CON BOTONES	
Nombre de la Empresa: Sisa Pakarina	
Dirección: Luis Alberto De la Torre # 5-25 y Quito	
Ciudad: Otavalo	
Contacto: Jaime Cabascango	
Teléfonos: (593) 062924229	
E-mail: sisapakarina@gmail.com	
Nombre Comercial del producto: Camisa de hombre con botones	
Fotografía	Descripción del producto
	Materia prima Tela hindú procesada/Tela lienzo
	Insumos Botones, hilos de coser y bordar.
	Color Blanco, azul, negro, pergamino, vino.
	Talla Adultos: S, M, L, XL, XXL Niños: 0 – 14
Cantidad de producción mensual máxima	200 unidades
Precios referenciales	Adultos: \$8.00 USD Niños: \$4.50 - \$6.50 USD
Posición arancelaria (NANDINA)	6205.20.00
Otras características:	Bordado a mano

Figura 36 Ficha Técnica de Camisa de hombre con botones

Fuente: Entrevista aplicada al propietario de Sisa Pakarina

Elaborado por: La autora

BLUSA MANGAS ¾		
Nombre de la Empresa: Sisa Pakarina		
Dirección: Luis Alberto De la Torre # 5-25 y Quito		
Ciudad: Otavalo		
Contacto: Jaime Cabascango		
Teléfonos: (593) 062924229		
E-mail: sisapakarina@gmail.com		
Nombre Comercial del producto: Blusa mesonera mangas 3/4		
Fotografía	Descripción del producto	
	Materia prima	Tela hindú procesada
	Insumos	Encajes, elásticos, hilos de coser y bordar.
	Color	Blanco, azul, pergamino, negro.
	Talla	Adultos: S, M, L
Cantidad de producción mensual máxima	150 unidades	
Precios referenciales	\$7.00 USD	
Posición arancelaria (NANDINA)	6206.30.00	
Otras características:	Bordado a mano	

Figura 37 Blusa mangas 3/4

Fuente: Entrevista aplicada al propietario de Sisa Pakarina

Elaborado por: La autora

VESTIDOS LARGOS	
Nombre de la Empresa: Sisa Pakarina	
Dirección: Luis Alberto De la Torre # 5-25 y Quito	
Ciudad: Otavalo	
Contacto: Jaime Cabascango	
Teléfonos: (593) 062924229	
E-mail: sisapakarina@gmail.com	
Nombre Comercial del producto: Vestidos largos	
Fotografía	Descripción del producto
	Materia prima Tela hindú
	Insumos Encajes, hilos de coser, tejer y bordar.
	Color Blanco, crema, fucsia, rojo, amarillo, turquesa, verde claro, morado, anaranjado, azul eléctrico, coral, celeste.
	Talla Adultos: Talla Única Niñas: 0 - 12
Cantidad de producción mensual máxima	500 unidades
Precios referenciales	Adultos: \$8.50 USD Niñas: \$3.50 - \$6.50 USD
Posición arancelaria (NANDINA)	6204.42.00
Otras características:	Bordado a mano y tejido croshet

Figura 38 Vestidos largos

Fuente: Entrevista aplicada al propietario de Sisa Pakarina

Elaborado por: La autora

3.4.1.2 Valor Único de Diferenciación-VUD

Sisa Pakarina confecciona prendas de vestir que reflejan la cultura indígena y aunque tiene mucha competencia en el sector lo que destaca de su producto son los bordados y tejidos a mano, estas actividades se han perdido poco a poco con el tiempo con la llegada de máquinas que reemplazan esos procesos. Por tal motivo, Sisa Pakarina pretende ofrecer productos artesanales hacia el mercado español para así recuperar estas tradiciones propias de la cultura indígena, actividad atractiva para los turistas.

3.4.1.3 Etiqueta

Las prendas de vestir tendrán dos etiquetas, una en la parte del cuello elaborada con tela, donde se detalla el nombre de la empresa, talla, composición y lugar de fabricación.



Figura 39 Etiqueta principal

Elaborado por: La autora

La segunda etiqueta se colocará dentro de la prenda en la parte inferior, de igual manera consta el nombre de la empresa, RUC, lugar de fabricación, composición y cuidados de la prenda.



Figura 40 Etiqueta secundaria

Elaborado por: La autora

3.4.1.4 Empaque

Cada prenda de vestir será colocada de forma individual en una bolsa plástica y sellada con cinta adhesiva.



Figura 41 Empaque de las prendas de vestir

Fuente: Plasticés Ltda.

3.4.1.5 Embalaje

Las prendas con su respectivo empaque serán acomodadas en un cartón carrujado de 60x40 cm para su respectivo embalaje.



Figura 42 Embalaje

Fuente: Preciolandia

3.4.2 Estrategias competitivas genéricas para el producto

La empresa Sisa Pakarina aplicará la estrategia de enfoque, concentrándose en el nicho de tiendas especializadas en productos bordados de la ciudad de Barcelona.

Por ende, pretende producir las prendas de vestir con bordadas a mano, actividad representativa de la cultura indígena ecuatoriana que por la industrialización ha perdido su valor.

Por otro lado, se espera ofrecerlos a un precio accesible que oscilan desde \$7.00 USD a \$10.00 USD, mismo que esté disponible para cualquier tipo de cliente pero sin disminuir la calidad y más bien con un toque artesanal de bordados que reflejen la cultura indígena otavaleña.

La línea de productos a ofrecerse, serán camisas, blusas y vestidos para adultos y niños en la temporada de verano.

3.4.3 Niveles de producción y Oferta Exportable

- Mínima cantidad demandada por los importadores

De acuerdo a las encuestas realizadas la cantidad mínima mensual demandada por los propietarios de boutiques es de 1222 prendas para niños y adultos aproximadamente.

- Porcentajes de producción destinado al mercado nacional

El porcentaje de producción dirigido hacia el mercado local es del 60% equivalente a 2000 prendas mensuales.

La Oferta Exportable:

- Identificación del producto:

Camisas para hombres o niños, de algodón: 6205.20.00

Camisas, blusas, blusas camiseras, para mujer o niñas, de algodón: 6206.30.00

Vestidos, de algodón: 6204.42.00

- Características y valor de diferenciación del producto

Las prendas de vestir tendrán bordados a mano de distintos diseños, representativos de la cultura indígena ecuatoriana.

- Precio en cotización internacional (INCOTERMS)

De acuerdo a las encuestas realizadas, se negociará a través de término FOB, es así que el precio se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 33

Precio en cotización internacional (USD)

PRODUCTO	PRECIO DE EXPORTACIÓN
Camisas para hombre	9.73
Blusas Mangas 3/4	9.85
Vestidos para niñas	7.15

Elaborado por: La autora

- Forma pactada para el pago

A través del giro directo, es la forma más apreciada según la encuesta realizada a las tiendas especializadas en Barcelona.

- Catálogos , muestras, promocionales

Se realizarán envíos gratuitos de muestras comerciales de la línea de producto que produce Sisa Pakarina, de esta forma puedan apreciar la calidad y acabado de la mercadería.

3.4.4 Proceso productivo

Equipos en instalaciones/ tecnología

- Máquina Overlok
- Máquina Recta
- Cortadora eléctrica
- Máquina Recubridora
- Máquina Ojaladora
- Máquina Botonera

La maquinaria precisa de mantenimiento cada 6 meses para cambio de aceite y regulación.

En cuanto al taller necesita de una ampliación, aproximadamente de 40 m², utilización de señaléticas, sistemas de alarmas e incluso distribuir de forma adecuada cada área de producción, adecuándolas para ofrecer a los obreros un buen ambiente laboral.

Requerimientos de calidad

- Verificar el estado de la materia prima e insumos para proceder a la confección y desechando aquellos que no estén en perfectas condiciones.
- La maquinaria debe funcionar eficientemente de forma que las costuras estén en buen estado.

Control de calidad

El jefe de producción se encargará de:

- Revisar el producto una vez terminado y antes de su empacado para presentar un mejor acabado.
- Utilizar empaques con una buena presentación y que reflejen la esencia del producto.

Proveedores y materia prima

Para garantizar un buen abastecimiento de materia prima, el propietario cuenta con 5 proveedores que poseen con una amplia capacidad de producción y en el caso de insumos, estos están disponibles en bazares de la ciudad. Además, es necesario realizar pedidos mensuales de modo que sea posible cubrir con la producción planeada.

A continuación se detalla los proveedores de la materia prima requerida para la producción de las prendas de vestir:

ARTÍCULO	PROVEEDOR	DISPONIBILIDAD
Tela lienzo	Textil Ecuador, Ponte Selva, Textiles Vinardi	Todo el año
Tela hindú	Textil Ecuador, Ponte Selva	Todo el año
Tea hindú procesada	Textiles Vinardi	Todo el año
Encajes	Textiles Vinardi	Todo el año
Botones de tagua	Artesanías y Textiles Inti Raymi	Todo el año
Terminales de tagua	Artesanías y Textiles Inti Raymi	Todo el año
Hilos de coser	Importadora de cierres Lema	Todo el año
Hilos de bordar	Almacén Chuquín	Todo el año
Hilos de tejer	Importadora de cierres Lema	Todo el año
Elásticos	Almacén Chuquín	Todo el año
Etiquetas	Onvia	Todo el año

Figura 43 Proveedores de materia prima e insumos

Fuente: Observación

Elaborado por: La Autora

Al encontrarse el taller en una zona urbana de la ciudad, tiene a su disposición todos los servicios básicos y las vías de acceso se encuentran en buen estado.

Proceso de Producción

El proceso de confección de las camisas y blusas se enmarca en los siguientes pasos:

1) Obtención de materia prima e insumos

Hacer pedido a los proveedores sobre la cantidad de materia prima e insumos necesarios.

Materia prima: tela hindú, hindú procesada y lienzo fabricadas en la ciudad de Quito.

Insumos: encajes, botones de tagua, cintas, hilos, elásticos, terminales de tagua provenientes de Quito, Ibarra y Otavalo.

2) Sacar el molde

Consiste en la fabricación de moldes exactos de sus partes por tallas.

Requiere: Cartón carrujado.

3) Tizado

El tizado consiste en el ordenamiento de todos los moldes tratando de ocupar el menor espacio posible en la tela. En este proceso se debe considerar:

- El consumo de tela por prenda.
- Tensión adecuada de la tela durante el tendido para evitar el encogimiento en la prenda si es en exceso y de ser escasa, genera arrugas.

Requiere: tizas y cinta métrica.

4) Corte

Tras haber colocado el tizado en la tela se procede pasar con la cortadora para obtener un corte perfecto. Durante el corte se debe tener en cuenta:

- Tener en cuenta el cortar de las capas en las dimensiones correctas.
- Evitar cortes que dañen la forma de la camisa.

Requiere: Cortadora eléctrica y tijeras.

5) Confección

La creación del modelo base: confección de la prenda (Ejemplo: camisa manga larga, con puño, botones). Durante este proceso las etiquetas son colocadas en cada prenda.

Requiere: máquinas, etiquetas.

6) Bordado

Este proceso, es efectuado por una bordadora independiente y sus ayudantes provenientes de La Esperanza, para ello, retiran las prendas del taller de Sisa Pakarina y asimismo lo entregan.

Se procede a dibujar a lápiz el diseño, luego prensar la prenda con un tambor y bordar combinando los colores al gusto.

Requiere: Tambor, hilos de bordar MC, agujas y lápiz.

7) Planchado

Se efectúa un control final del corte, la solidez de las costuras, limpieza de hilos, etc. Tras ello se plancharán y doblarán las prendas antes del embalaje definitivo. Luego de realizar el proceso anteriormente detallado se obtiene el producto terminado.

Requiere: Plancha, empaque y etiquetas.

3.4.5 Propiedad intelectual

Una empresa audaz debe estar representada por una marca, es decir, su huella de identidad, aquella que le permita distinguir sus productos de la competencia. De esta forma brindará confianza a sus clientes presentes y futuros, pues ellos podrán asociar la marca de acuerdo a la calidad y características determinadas, identificándola con rapidez del resto.

Es así que, Sisa Pakarina efectuará el registro de su marca para evitar confusiones en el público consumidor.

Ahora bien, el registro se realiza cumpliendo dos procesos requeridos por (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2017):

a) Búsqueda Fonética

Este trámite no es obligatorio pero se lo lleva a cabo previo al registro para conocer de la existencia de marcas similares registradas con anterioridad.

- Depositar \$ 16,00 USD en la cuenta del IEPI y guardar el comprobante.
- Ingresar al sitio web oficial del IEPI en www.iepi.gob.ec, elegir la opción “Servicios en Línea”, seguidamente “Instructivos y Formularios”.
- Descargar el archivo de “Formulario de Búsqueda Fonética”, llenar los datos exigidos a computadora (incluir el número del comprobante del depósito realizado), imprimir y firmar.
- Adjuntar al formulario original, una copia a blanco y negro del mismo y además la copia del comprobante de depósito.
- Entregar todos estos documentos en la oficina del IEPI más cercana.

b) Registro de marca online

- Entrar al sitio web oficial del IEPI en www.iepi.gob.ec, elegir la opción “Servicios en Línea”, seguidamente “Mi casillero”.
- Ingresar los datos respectivos, en el caso de no poseer un Casillero Virtual del IEPI, entrar al siguiente link www.propiedadintelectual.gob.ec/casilleros/ y llenar la información solicitada, posteriormente recibirá un correo electrónico en donde constará su usuario y contraseña para acceder al sistema.
- Regresar a la página web del IEPI en www.iepi.gob.ec. elegir la opción “Servicios en Línea”, a continuación “Solicitudes en Línea”.
- Seleccionar el tipo de solicitud a ejecutar.
- Ingresar la información requerida, luego clic en “Vista previa” para revisar, sino existen cambios clic en “Generar Comprobante”.

- Imprimir el Comprobante de pago y acercarse a cualquier agencia cercana del Banco del Pacífico y depositar el costo del servicio.
- Una vez más, ir a la página web del IEPI en www.iepi.gob.ec. elegir la opción “Servicios en Línea”.
- Seleccionar la solicitud guardada y hacer clic en “Iniciar Proceso”
- Ingresar el número de Depósito y escanearlo en formato PDF, clic “Aceptar”.
- Se generará automáticamente el número de trámite y también fecha y hora de la recepción del mismo.

3.5 ACTIVIDADES GENERALES DE EXPORTACIÓN

3.5.1 Análisis del entorno

3.5.1.1 Diagnóstico del Entorno General

- Análisis del entorno político

Según (Asamblea Nacional, s.f) “el Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada”.

Sin embargo, a causa de los conflictos sobre el excesivo gasto público e incremento masivo de impuestos suscitados en el anterior gobierno, Ecuador está pasando por una crisis política que se ha intensificado entre los años 2007 y 2015 afirma (Chiriboga, 2017). Pese a todo ello, el país también vivió grandes cambios positivos, como lo es la lucha por el cambio de la matriz productiva.

Uno de los objetivos más importantes de este cambio es la disminución de los bienes importados expresa (Del Castillo, 2015) lo cual deberá ser reemplazado por la producción nacional para ello se impondrán regulaciones de proteccionismo con respecto a la industria local generando impuestos tales como las salvaguardias, de

esta forma se presume la posibilidad de hacer cambios en los hábitos de consumo de los ecuatorianos.

Con respecto a las exportaciones, el estado motiva a los productores a emprender esta actividad a través de facilidades de financiamiento por medio de diferentes entidades, como lo es la Corporación Financiera Nacional para que de esta forma puedan enviar sus productos hacia mercados internacionales cumpliendo con los requerimientos impuestos. Las líneas de crédito tienen tasas de interés que van desde el 9.75% al 10% en función del monto y plazo, así: 3 años capital de trabajo – importación y exportación y de 5 a 10 años en activos fijos (Corporación Financiera Nacional, 2017). Otro incentivo es la incursión en ferias a nivel nacional e internacional. Además, el gobierno implementó el programa Exporta Fácil con la ayuda del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador) que beneficia principalmente a los artesanos, micro, pequeñas y medianas empresas de una forma ágil, efectiva, simplificada y a menor costo para el envío de sus productos hacia mercados internacionales.

A fin de mejorar las relaciones comerciales, Ecuador ha logrado firmar el Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, el cual le permitirá expandir la comercialización de sus productos e inversión en tecnología para un beneficio mutuo.

- Análisis del entorno Económico

La economía ecuatoriana registró una variación positiva en el primer trimestres de 2.6%, la más alta en los últimos dos años (Banco Central del Ecuador, 2017).

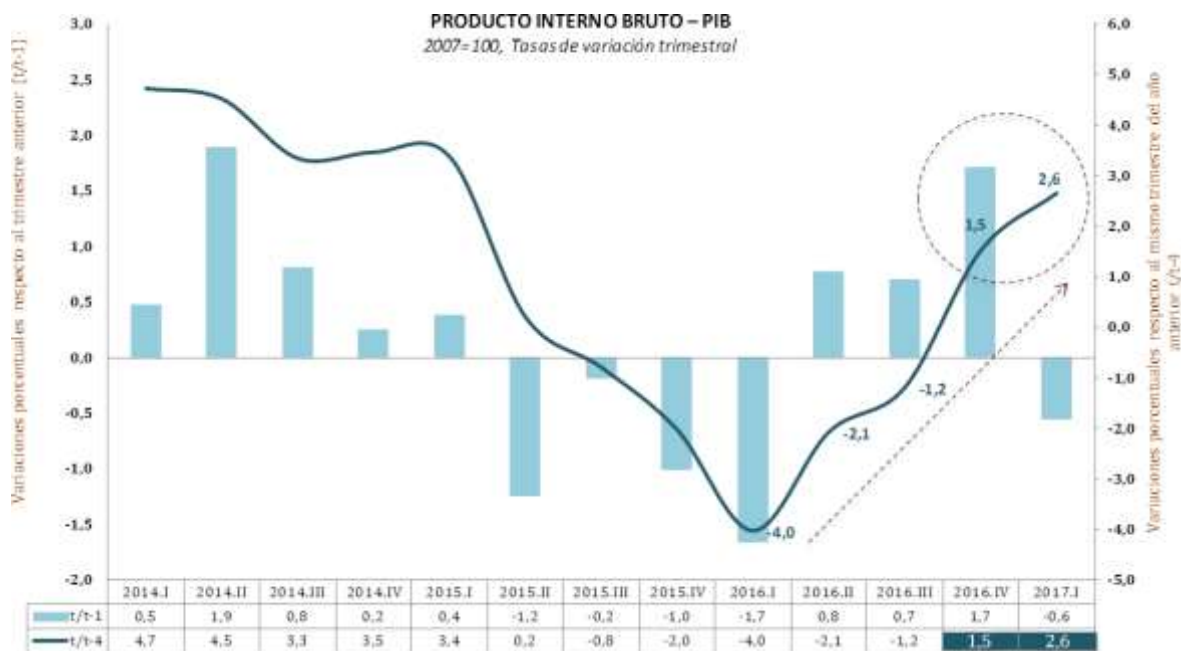


Figura 44 Producto Interno Bruto

Fuente: BCE

El crecimiento del PIB se debe gracias al desempeño del Sector No Petrolero, por segundo trimestre consecutivo presenta tasas de variación positivas, registrando un aumento de 2.2%, seguido del Sector Petrolero que de igual manera muestra una tasa de variación positiva de 1.6% (Banco Central del Ecuador, 2017).

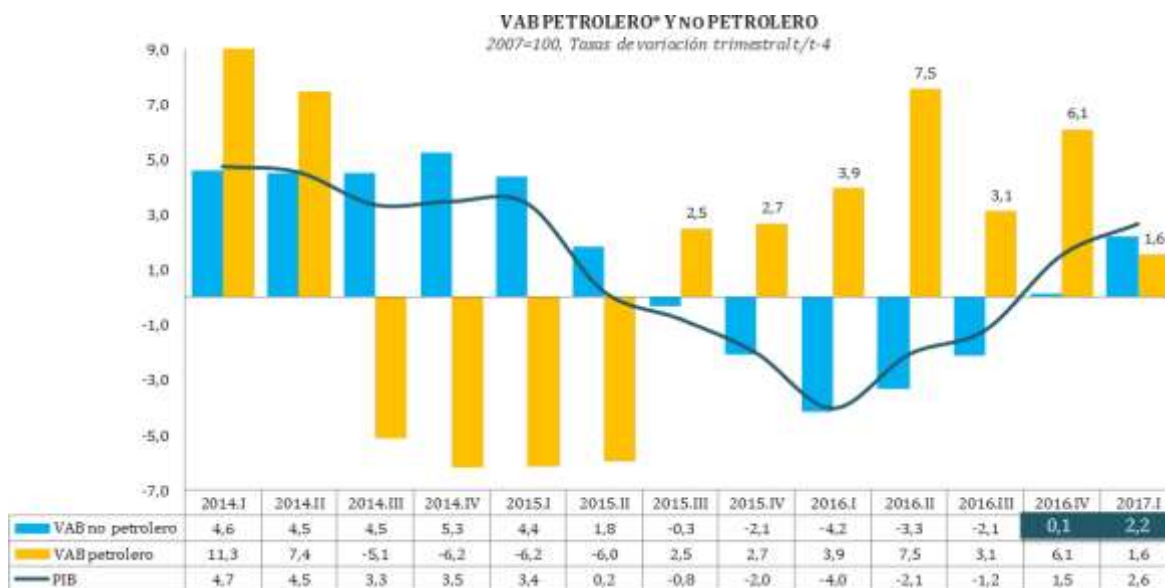


Figura 45 VAB Petrolero y No Petrolero

Fuente: BCE

La inflación anual en Ecuador fue -0.22% en noviembre, la más baja del 2017 (Banco Central del Ecuador, 2017). La causa de este fenómeno se debe que el país está atravesando por “un período de ajuste de precios, tras una época de bonanza (petróleo) y endeudamiento, en la que subieron la inversión y el consumo”, manifiesta (Astudillo & Enriquez, 2017).

Para lograr un aumento continuo de precios se requiere de la existencia de un crecimiento monetario sostenido, del cual únicamente pueden beneficiarse aquellos países que cuentan con la prerrogativa de imprimir moneda, ese no es el caso de Ecuador, por eso se deben las tasas relativamente bajas de inflación (Licto, 2013).

El tablero internacional incluye a 13 países, de los cuales se observa a España, India y Reino Unido presentan una desaceleración bajo la tendencia, seguido de Italia con una desaceleración sobre tendencia, mientras que China, Estados Unidos, Japón y México están en la fase de recuperación y por último Alemania, Brasil, Chile, Ecuador y Francia están iniciando la expansión de su economía.














TABLERO INTERNACIONAL DEL CICLO ECONÓMICO ADELANTADO		
Julio de 2017	Fase del Ciclo	
Alemania		Expansión
Brasil		Expansión
Chile		Expansión
China		Recuperación
ECUADOR		Expansión
España		Desaceleración bajo tendencia
Estados Unidos		Recuperación
Francia		Expansión
India		Desaceleración bajo tendencia
Italia		Desaceleración sobre tendencia
Japón		Recuperación
México		Recuperación
Reino Unido		Desaceleración bajo tendencia

Figura 46 Tablero Internacional del Ciclo Económico Adelantado

Fuente: OECD, BCE

- Análisis del Entorno Social

(Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017) indica que la pobreza disminuyó con respecto al trimestre anterior del 24.4% al 23.1% a razón del decrecimiento tanto de la pobreza rural como urbana. A pesar del terremoto pasado, actualmente el país está viviendo pequeños cambios para mejorar la calidad de vida de los más vulnerables.

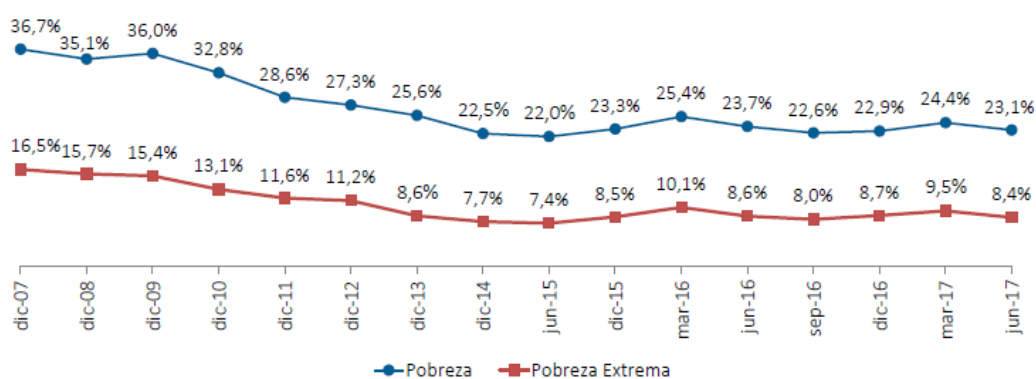


Figura 47 Pobreza y Extrema Pobreza Nacional

Fuente: INEC, Junio 2017

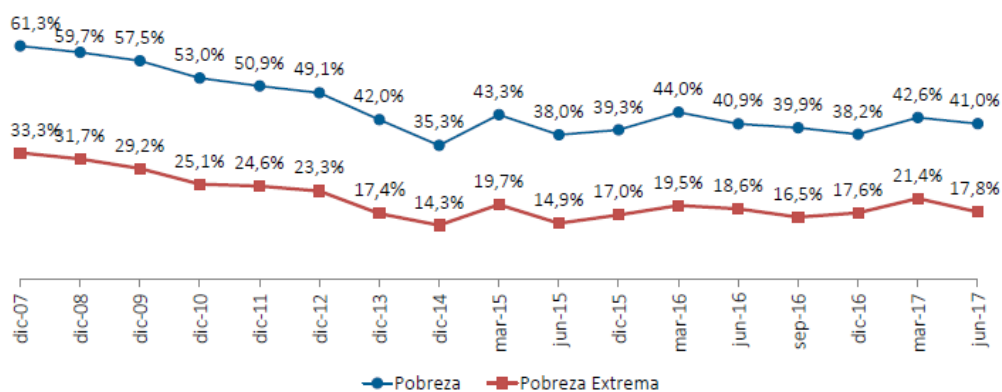


Figura 48 Pobreza y Extrema Pobreza Rural

Fuente: INEC, Junio 2017

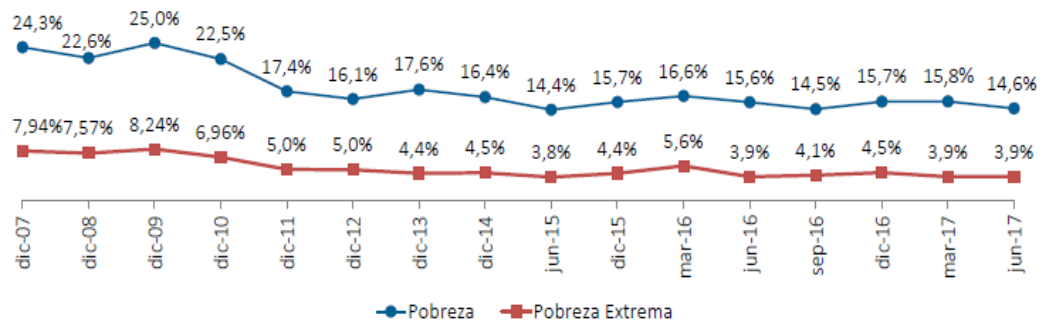


Figura 49 Pobreza y Extrema Pobreza Urbana

Fuente: INEC, Junio 2017

La tasa de desempleo en el Ecuador ha disminuido lentamente, de un 5.02% que fue durante septiembre de 2016, hasta un 4.01% hasta septiembre del 2017, aunque posee una tasa de subempleo del 20.5%, la cual indica que hay un segmento de la población carente de un empleo estable (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2017).

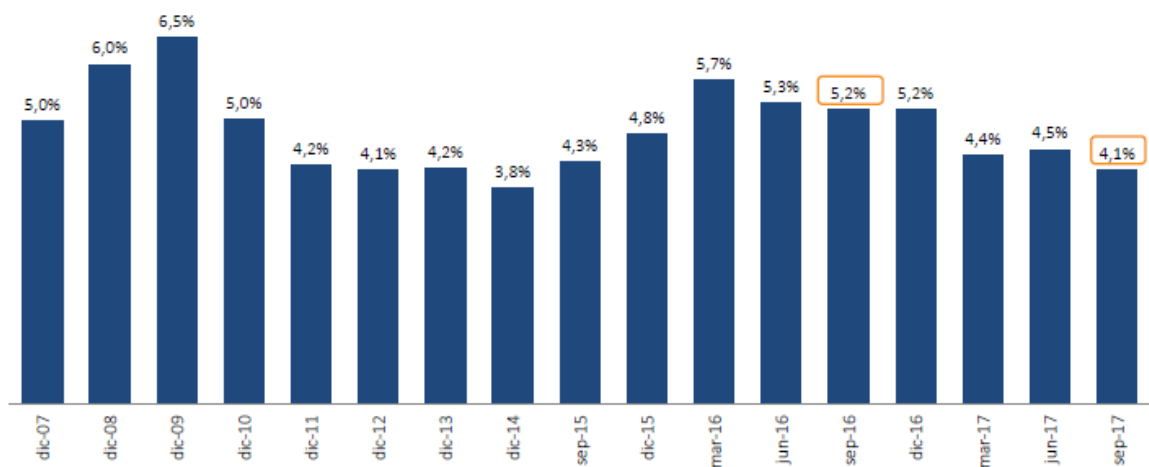


Figura 50 Evolución del Desempleo Nacional

Fuente: INEC, Septiembre 2017

3.5.1.2 Diagnóstico del Sector

Sisa Pakarina pertenece al Sector Textil y de confecciones, al ser una microempresa está calificada como artesana, es así que goza de beneficios, a continuación detalla (Valenzuela, 2017):

- No practican retenciones en la fuente de sus compras.
- Exoneración del pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices.
- Acceso a las prestaciones del seguro social y extensión del mismo al grupo familiar.
- No paga fondos de reserva.
- Facturación con tarifa 0% (IVA).
- Declaración semestral del IVA.
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales.
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal.
- No están obligados a llevar contabilidad, por lo tanto, no requieren de un contador.

(Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y Dirección de Promoción de Exportaciones, 2012) afirma que el Sector Textil y de Confecciones ha marcado una tendencia creciente en sus indicios debido a las inversiones en maquinaria y programas de capacitación para el personal, todo esto con el propósito de mejorar la producción para llegar a ser más competitivos, pero no fue suficiente, pues actualmente se ha producido un estancamiento causado por la falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, dando lugar al ingreso de productos extranjeros. Cabe mencionar que aún este sector se encuentra poniendo todos sus esfuerzos para cambiar la situación presente desarrollando óptimos índices de producción y renovar sus diseños en base a las necesidades del mercado internacional, por ello aumentó la diversificación de sus productos, los hilados y tejidos se posicionaron en primer lugar, así como las prendas de vestir y lencería. Actualmente, este sector elabora productos provenientes de distintas fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda, además se ha convertido en una de las actividades más importantes del país ya que genera empleo a más de 46,240 artesanos del país

3.5.2 Demanda (Valor y volumen)

3.5.2.1 Camisas para hombres o niños

a) Comportamiento histórico de la demanda

- Producción Nacional

Tabla 34

Producción Nacional de camisas para hombres o niños

Producción Nacional USD	
2012	135,732.09
2013	62,604.37
2014	67,529.29
2015	57,866.11
2016	146,576.37
TOTAL	470,308.23

Fuente: INE. Encuesta Industrial Anual de Productos

Elaborado por: La autora

- Importaciones

Tabla 35

Importaciones Mundiales de España de la partida 620520

Exportadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
Mundo	\$ 463,937	\$ 462,805	\$ 526,518	\$ 597,010	\$ 555,525

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

b) Proyección Lineal

- Producción Nacional

Tabla 36

Proyección Producción Nacional de camisas para hombres o niños

Producción Nacional USD	
2017	99,146.74
2018	100,841.77
2019	102,536.80
2020	104,231.83
2021	105,926.86
TOTAL	512,683.98

Fuente: INE. Encuesta Industrial Anual de Productos

Elaborado por: La autora

- Importaciones

Tabla 37

Proyección Importaciones de camisas para hombres o niños

Importaciones USD	
2017	616,373.30
2018	648,111.40
2019	679,849.50
2020	711,587.60
2021	743,325.70
TOTAL	3,399,247.50

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

3.5.2.2 Camisas, blusas para mujeres o niñas

a) Comportamiento histórico de la demanda

- Producción Nacional

Tabla 38

Producción Nacional de camisas, blusas para mujeres o niñas

Producción Nacional USD	
2012	252,849.76
2013	81,373.60
2014	86,787.97
2015	350,733.20
2016	433,330.22
TOTAL	1,205,074.75

Fuente: INE. Encuesta Industrial Anual de Productos

Elaborado por: La autora

- Importaciones

Tabla 39

Importaciones Mundiales de España de la partida 620630

Exportadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
Mundo	\$ 232,987	\$ 210,847	\$ 232,184	\$ 260,802	\$ 301,700

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

b) Proyección Lineal

- Producción Nacional

Tabla 40

Proyección Producción Nacional de camisas, blusas para mujeres o niñas

Producción Nacional USD	
2017	430,111.11
2018	493,143.16
2019	556,175.21
2020	619,207.26
2021	682,239.31
TOTAL	2,780,876.05

Fuente: INE. Encuesta Industrial Anual de Productos

Elaborado por: La autora

- Importaciones

Tabla 41

Proyección Importaciones de camisas, blusas para mujeres o niñas

Importaciones USD	
2017	303,918.30
2018	322,656.40
2019	341,394.50
2020	360,132.60
2021	378,870.70
TOTAL	1,706,972.50

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

3.5.2.3 Vestidos para mujeres o niñas

a) Comportamiento histórico de la demanda

- Producción Nacional

Tabla 42

Producción Nacional de vestidos para mujeres o niñas

Producción Nacional USD	
2012	409,687.93
2013	350,791.45
2014	373,619.09
2015	369,133.54
2016	385,294.00
TOTAL	1,888,526.01

Fuente: INE. Encuesta Industrial Anual de Productos

Elaborado por: La autora

- Importaciones

Tabla 43

Importaciones Mundiales de España de la partida 620442

Exportadores	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016
Mundo	\$ 155,116	\$ 136,011	\$ 132,976	\$ 130,052	\$ 139,506

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

b) Proyección Lineal

- Producción Nacional

Tabla 44

Proyección Producción Nacional de vestidos para mujeres o niñas

Producción Nacional USD	
2017	368,571.47
2018	365,526.89
2019	362,482.32
2020	359,437.74
2021	356,393.16
TOTAL	1,812,411.59

Fuente: INE. Encuesta Industrial Anual de Productos

Elaborado por: La autora

- Importaciones

Tabla 45

Proyección Importaciones de vestidos para mujeres o niñas

Importaciones USD	
2017	127,578.50
2018	123,860.60
2019	120,142.70
2020	116,424.80
2021	112,706.90
TOTAL	600,713.50

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

3.5.3 Oferta

3.5.3.1 Camisas para hombres o niños

a) Comportamiento histórico de la oferta

- Exportaciones

Tabla 46

Exportaciones Mundiales de España de la partida 6205.20.00

Importadores	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016
Mundo	\$ 262,222	\$ 324,076	362,321	400,992	399,052

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

b) Proyección Lineal

- Exportaciones

Tabla 47

Proyección Exportaciones de camisas para hombres o niños

Exportación USD	
2017	454,905
2018	489,963
2019	525,021
2020	560,078
2021	595,136
TOTAL	2,625,103

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

3.5.3.2 Camisas, blusas para mujeres o niñas

a) Comportamiento histórico de la oferta

- Exportaciones

Tabla 48

Exportaciones Mundiales de España de la partida 6206.30.00

Importadores	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016
Mundo	\$ 154,003	\$ 170,872	\$ 198,305	\$ 239,111	\$ 302,951

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

b) Proyección Lineal

- Exportaciones

Tabla 49

Proyección Exportaciones de camisas, blusas para mujeres o niñas

Exportación USD	
2017	322,889
2018	359,502
2019	396,116
2020	432,729
2021	469,343
TOTAL	1,980,580

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

3.5.3.3 Vestidos para mujeres o niñas

a) Comportamiento histórico de la oferta

- Exportaciones

Tabla 50

Exportaciones Mundiales de España de la partida 6204.42.00

Importadores	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016
Mundo	\$ 92,634	\$ 110,986	\$ 136,892	\$ 129,597	\$ 140,875

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

b) Proyección Lineal

- Exportaciones

Tabla 51

Proyección Exportaciones de vestidos para mujeres o niñas

	Exportación Toneladas
2017	156,725
2018	168,234
2019	179,743
2020	191,253
2021	202,762
TOTAL	898,717

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

3.5.4 Consumo Aparente

Tabla 52

Consumo Aparente de camisas para hombres o niños

Año	Producción Nacional USD	Importación USD	Exportación USD	Consumo Nacional Aparente USD
2017	99,146.74	616,373.30	454,905	260614,64
2018	100,841.77	648,111.40	489,963	258990,17
2019	102,536.80	679,849.50	525,021	257365,70
2020	104,231.83	711,587.60	560,078	255741,23
2021	105,926.86	743,325.70	595,136	254116,76

Fuente: Trade Map, INE. Encuesta Industrial Anual de Productos

Elaborado por: La autora

Tabla 53

Consumo Aparente de camisas, blusas para mujeres o niñas

Año	Producción Nacional USD	Importación USD	Exportación USD	Consumo Nacional Aparente USD
2017	430.111,11	303.918,30	322.889	411140,51
2018	493.143,16	322.656,40	359.502	456297,16
2019	556.175,21	341.394,50	396.116	501453,81
2020	619.207,26	360.132,60	432.729	546610,46
2021	682.239,31	378.870,70	469.343	591767,11

Fuente: Trade Map, INE. Encuesta Industrial Anual de Productos

Elaborado por: La autora

Tabla 54

Consumo Aparente de vestidos para mujeres o niñas

Año	Producción Nacional USD	Importación USD	Exportación USD	Consumo Nacional Aparente USD
2017	368.571,47	127.578,50	156.725	339425,27
2018	365.526,89	123.860,60	168.234	321153,49
2019	362.482,32	120.142,70	179.743	302881,72
2020	359.437,74	116.424,80	191.253	284609,94
2021	356.393,16	112.706,90	202.762	266338,16

Fuente: Trade Map, INE. Encuesta Industrial Anual de Productos

Elaborado por: La autora

3.5.5 Clientes

Para determinar el perfil del cliente, distribuidor o socio tomaremos en cuenta las siguientes variables:

VARIABLES GEOGRÁFICAS	
País	España
Zona	Noreste
Ciudad	Barcelona
Población	1.608.746
Área	Urbana
Clima	Invierno y Verano

Figura 51 Variables Geográficas

Fuente: Área Metropolitana de Barcelona

Elaborado por: La Autora

VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Edad	Niños, jóvenes y adultos
Género	Femenino y masculino
Profesión	Indistinta
Estatus Socioeconómico	Clase Media y Baja
Religión	Indistinta
Procedencia	Nacional y Extranjero

Figura 52 Variables Demográficas

Fuente: Área Metropolitana de Barcelona

Elaborado por: La Autora

VARIABLES PSICOGRÁFICAS	
Personalidad	Impulsivos, innovadores
Estilo de vida	Orientados a la moda, cultura y el gusto por productos artesanales
Valores	Integrales, abiertas al cambio

Figura 53 Variables Psicográficas

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2016

Elaborado por: La Autora

VARIABLES CONDUCTUALES	
Búsqueda de beneficio	Originalidad, actualidad y diseño
Nivel de usuario	Regular
Ocasiones o situaciones	Especiales, usuales
Frecuencia de uso	Media
Nivel de fidelidad	Media
Disposición	Interesado, deseoso
Actitud hacia el producto	Entusiasta y positivo

Figura 54 Variables Conductuales

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2016

Elaborado por: La Autora

Sisa Pakarina está dirigida al mercado español en Barcelona, localizado al noreste del país. La ciudad con una población de 1,6 millones de habitantes, Barcelona es la segunda ciudad más poblada después de Madrid y además está limitada por el noroeste con la sierra de Collserola y al sudeste con la línea de costa, donde sus playas es uno de sus mejores atractivos, por este motivo las temperaturas son cálidas en verano y frescas en invierno lo que permite realizar la comercialización de las prendas de vestir en ambas épocas.

El producto está dirigido hacia niños, jóvenes y adultos de género, profesión y religión indistinta, con un estatus socioeconómico comprendido entre la clase media y baja, orientado no solo al consumidor nacional sino también extranjeros.

A causa de la diversidad de tendencias, el consumidor actualmente está abierto a cualquier tipo de cambio, buscan productos innovadores por lo que demuestran interés en aquellos provenientes de otras culturas por su originalidad.

3.5.6 Costos y Precios de exportación

Los costos de producción para las prendas de vestir al igual que el precio de exportación de cada uno, se detallan a continuación:

Tabla 55

Determinación del precio unitario

DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO							
PRODUCTO	COSTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	GASTO UNITARIO	COSTO TOTAL UNITARIO	UTILIDAD 15%	PRECIO DE EXPORTACIÓN
Camisas para hombre	2,719.10	405	6.71	1.74	8.46	1.27	9.73
Blusas Mangas $\frac{3}{4}$	2,407.50	353	6.82	1.74	8.56	1.28	9.85
Vestidos para niñas	2,076.80	464	4.48	1.74	6.22	0.93	7.15

Elaborado por: La Autora

3.5.7 Ventas y Promoción

a) Descuentos directos

Por política de la empresa se facilitará un descuento del 4% a clientes que realicen sus compras en gran volumen y con un pago inmediato.

b) Muestras Gratis

Se efectuarán envíos de muestras gratuitas de los nuevos diseños que la empresa fabricante de este producto ponga a la venta.

c) Fan page

El uso de redes sociales es una tendencia que se encuentra en crecimiento, es así que hasta los negocios hacen uso de ellas. Con un buen manejo de este

instrumento es posible interactuar directamente con los clientes interesados en el producto, compartir contenido destacado y ayuda a mejorar la imagen de la marca o en este caso darla a conocer.

Por tal motivo Sisa Pakarina creará una fan page con su nombre e ingresará toda la información necesaria para conocimiento de sus seguidores y demás.

d) Página web

La creación de una página web ayuda a publicar información relevante para el público en general, es decir, desarrollar un catálogo online en el cual los clientes podrán apreciar cada uno de los productos y además información de contacto.

e) Ferias Internacionales

SECTOR	FERIA	LUGAR	FECHAS	ENLACE
Moda	Feria Estilo y Moda	Barcelona	Marzo / Setiembre (2 veces al año)	www.facebook.com/feriaestilimoda www.estilimoda.com
Moda	DENIM BY PV – Salón industria y tendencias Denim	Barcelona	Mayo (Anual)	www.denimbypremierevision.com
Moda	Barcelona Fashion	Barcelona	Febrero / Junio (2 veces al año)	www.080barcelonafashion.com
Moda	Barcelona Bridal	Barcelona	Abril (Anual)	www.barcelonabridalweek.com
Moda infantil	Little	Barcelona/ Madrid	Febrero / Setiembre (Anual)	littlebarcelona.com/web

Figura 55 Ferias de ropa en Barcelona

Fuente: Ferias en www.nferias.com

Elaborado por: MINCETUR

3.5.8 Distribución

Tabla 56

Canales de Distribución en España

CANAL DE DISTRIBUCIÓN	CARACTERÍSTICAS	% PARTICIPACIÓN
Cadenas especializadas	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente es el canal de venta más importante. • Su oferta es amplia y responde a una marca única, a una categoría de productos o a un tipo de consumidor específico (hombre, mujeres y niños). • Su estrategia consiste en trabajar con costos operativos bajos en relación con otros modelos y con una gran rotación de productos; están desplazando al pequeño comerciante y compiten con ventaja con los grandes almacenes. 	31%
Grandes Superficies: Hipermercados, Supermercados	<ul style="list-style-type: none"> • La gran distribución no especializada se realiza a través de este canal, en el cual la oferta es muy reducida y suele variar con gran frecuencia. • Su estrategia consiste en ofrecer prendas de calidad media-baja a precios baratos, que importan principalmente de los países asiáticos. También se abastecen de fabricantes españoles, aunque en general estos suelen ser también importadores. 	24%
Tiendas Multi-marca	<ul style="list-style-type: none"> • Este formato comercial ha perdido fuerza en todo el territorio español, dando espacio al desarrollo de otros canales que han evolucionado positivamente. Pasaron de ser el primer canal en los años 90 a ocupar la tercera posición en importancia en la actualidad. Su facturación se ha reducido en un 50%, reducción que se inició en 1995. 	19,70%
Factory / Outlet	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecen productos de primeras marcas a un precio sensiblemente reducido. Sus productos vienen de excedentes de stock, pedidos anulados, muestrarios, resto de temporada o retornos no vendidos. • Actualmente ya representa el cuarto canal de venta más importante de la industria. 	15%
Grandes almacenes	<ul style="list-style-type: none"> • Son superficies organizadas por secciones y departamentos. Sus precios no son tan competitivos, comparados con los de las tiendas especializadas porque ofrecen una gran variedad de servicios complementarios. 	9%

Fuente: Acotex, 2014

Elaborado por: MINCETUR

Sisa Pakarina pretende comercializar sus productos a través de cadenas especializadas, en nuestro caso las boutiques que fueron encuestadas gracias a un sondeo realizado por parte de un familiar en el mercado español. Sisa Pakarina se encargará de la producción mensual de acuerdo a los pedidos solicitados por el cliente (dueños de tiendas especializadas) y efectúa el envío, por último el cliente se encarga de la venta hacia el consumidor final y su promoción.

3.5.9 Análisis de la competencia

a) Nacional

Según (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y Dirección de Promoción de Exportaciones, 2012), la ubicación geográfica de las empresas dedicadas a la actividad textil se encuentra especialmente la mayor parte en las provincias de Pichincha, Guayas, Azuay y Tungurahua, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí con una menor producción.

La provincia de Imbabura concentra el 45.99% de talleres textiles comprendidos en los cantones de Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí, de los cuales se dedican particularmente a la elaboración de tapices, fajas, sombreros y a la confección de prendas de vestir.



Figura 56 Mapa Geográfico del Ecuador

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, Diciembre 2012

b) Internacional

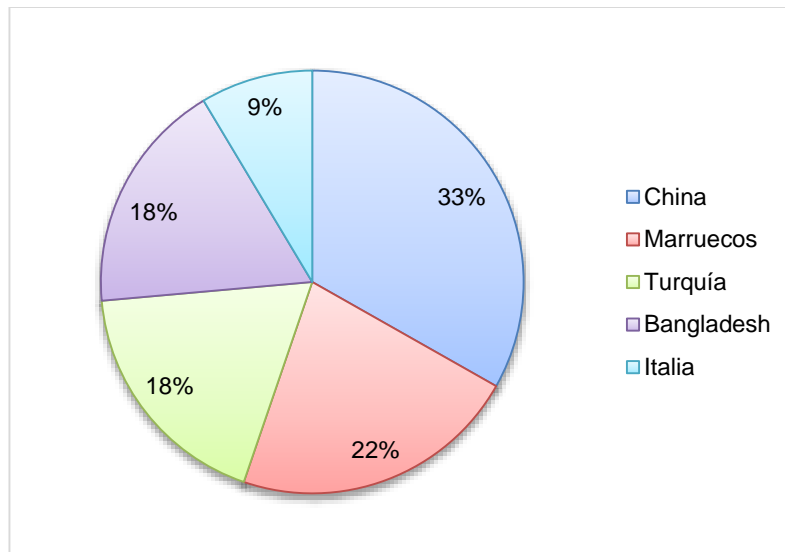


Figura 57 Principales socios comerciales de España para las prendas y complementos (accesorios), de vestir, excepto los de punto

Fuente: Trade Map

Elaborado por: La autora

Los principales proveedores en cuanto a las prendas de vestir excepto de punto son: China en primer lugar acaparando un tercio del mercado español con el 33%, seguido de Marruecos con el 22%, Turquía y Bangladesh ocupan el tercer lugar

con el 18% y por último Italia con el 9%, en el caso de Ecuador, éste se posiciona en el puesto número 92.

3.5.10 Barreras al comercio

3.5.10.1 Barreras arancelarias

Las prendas de vestir clasificadas en las subpartidas arancelarias 6204.42.00, 6205.20.00 y 6206.30.00, ingresan a España con arancel aplicado del 0%.

3.5.10.2 Barreras no arancelarias

A través de (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y Dirección de Promoción de Exportaciones, 2012) las principales regulaciones para el sector textil y confecciones en la Unión Europea para los productos de este sector se describen a continuación:

- Etiquetado

Las etiquetas para los productos textiles deben indicar el nombre del fabricante, contenido de fibra y su composición de forma clara y legible en el idioma español, caso contrario no podrá ser comercializado. Únicamente aquellos productos que no estén dirigidos al consumidor final están exentas de emplear etiquetas, para ello se exige la presentación de documentos comerciales de acompañamiento.

- Composición

Las descripciones de los productos se detallarán de acuerdo al número de componentes que contengan:

Tabla 57

Composición de las prendas

NÚMERO DE COMPONENTES	DESCRIPCIÓN
1 componente	100% Puro Todo
2 componentes o más (un componente al menos posee el 85% del peso total)	Por el nombre de la última fibra seguida por su porcentaje en peso Por el nombre de la última fibra seguida por las palabras "85% mínimo" Por el porcentaje completo de la composición del producto y en orden descendente.

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y Dirección de Promoción de Exportaciones

Elaborado por: La Autora

- Nombres Autorizados

Los nombres autorizados a emplearse en la descripción de las etiquetas para textiles y confecciones son:

Tabla 58 *Nombres autorizados para etiquetado de textiles*

TÉRMINO	FIBRA
"Algodón"	Planta del algodón
"Cotton linen union" acompañado por la especificación de la composición "pure cotton warp – pure flax weft"	Urdimbre en algodón puro y una trama de lino puro, en la que el porcentaje de lino sea no menos del 40% del peso total del tejido.
"Lana vigen" o "lana de vellón"	No previamente empleada en el producto terminado, ni sujeta a procesos de hilado y fieltro y menos dañados por uso o tratamiento.

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y Dirección de Promoción de Exportaciones

Elaborado por: La Autora

- Seguridad en prendas de vestir

La Unión Europea ha establecido restricciones acerca del uso de ciertos productos ignífugos como el PentaBDEs en las prendas de vestir, ya que están elaborados con productos químicos peligrosos para la salud.

- Seguridad en prendas de vestir para niños

La norma europea voluntaria brinda seguridad al cliente sobre el vestuario adquirido, restringiendo el uso de cables y lazos en la ropa de los niños en su elaboración. El cumplimiento de la normativa le permitirá al exportador comercializar sus productos sin dificultad alguna, pero de no ser así éstos serán retirados del mercado.

- Embalaje y rotulado

La importancia de tener conocimiento acerca de las normas técnicas requeridas para llegar hacia nuevos mercados, mismas que se describen a continuación (Azócar, s.f):

NORMA ISO 3394: Regula las dimensiones de las cajas máster, cargas contenerizadas y pallets, éste último se establece de acuerdo al modal de transporte seleccionado, por vía aérea 120 x 80 cm. y vía marítima 120 x 100 cm.

NORMA ISO 7000 Y 780: Se encarga de las instrucciones sobre el manejo y advertencia de la carga a través de símbolos pictóricos, también detalla la información de la caja.



Figura 58 Marcado de cajas

Fuente: International Cargo Handling Coordination Association (ICHCA)

- Documentos

Los documentos requeridos para ingresar en el mercado español son los siguientes: Certificado de Origen, Factura Comercial y Lista de empaque.

3.6 IDENTIFICACION DE NECESIDADES Y DISPONIBILIDAD DE RECURSOS

3.6.1 Recursos humanos

El talento humano para la puesta en marcha de la nueva unidad productiva será la que se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 59
Recursos humanos

CANTIDAD	CARGO
1	Jefe de producción
1	Gerente de Exportación
1	Agente de Ventas
6	Obreros

Elaborado por: La autora

Con la contratación del personal antes mencionado, el nuevo organigrama de Sisa Pakarina se conformará así:

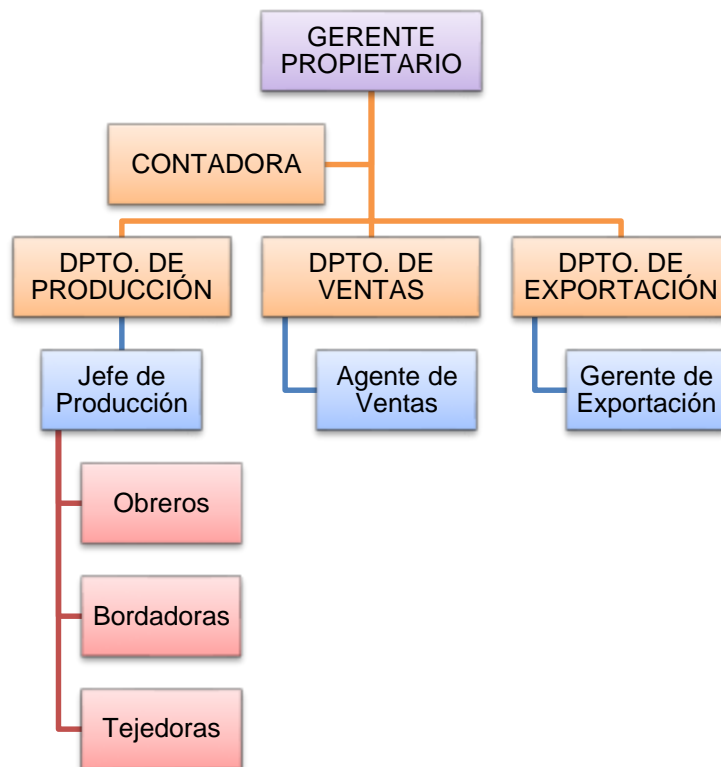


Figura 59 Nuevo organigrama de Sisa Pakarina

Elaborado por: La autora

3.7 PRIORIZACIÓN DE ACCIONES

Tabla 60

Priorización de Acciones

OBJETIVOS	ACTIVIDADES	JUSTIFICACIÓN	INDICADORES
Participación en el nicho de mercado seleccionado con el 40% de la producción total en el primer trimestre.	Investigación acerca de la cultura de negocios del mercado español.	Tener conocimiento acerca del cliente para emprender la negociación sin dificultades.	Investigación
	Contratar mano de obra tecnificada.	Aumenta la capacidad de producción y mejora la calidad de los productos.	Capacidad de producción
	Contratar un Jefe de producción.	Ayuda a mejorar procesos de producción.	Calidad
	Contratar un Gerente en Comercio Exterior.	Lleve a cabo todo el proceso de exportación.	Agilidad en procesos
	Promocionar el producto a través de redes sociales y página web.	Da a conocer la cultura indígena a través de los productos artesanales, recuperando así su valor.	Nivel de aceptación
Introducir las prendas de vestir bordadas a mano a través de tiendas especializadas en estos productos.	Envío de muestras comerciales.	Brinda seguridad al cliente observar los atributos del producto por cuenta propia.	Nivel de aceptación
	Participar en ferias y eventos internacionales.	Incrementar el número de clientes potenciales.	Nivel de aceptación
Diversificación de los productos, implementando nuevas líneas de acuerdo a las distintas temporadas del año innovando constantemente.	Crear modelos de acuerdo a las tendencias actuales	Adaptación de los productos a los requerimientos de los consumidores españoles.	Innovación y creatividad

Elaborado por: La Autora

3.8 CRONOGRAMA DE PLANIFICACIÓN

ACTIVIDADES	TIEMPO DE EJECUCIÓN										
	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
Objetivo Específico 1. Participación en el nicho de mercado seleccionado con el 40% de la producción total en el primer trimestre.											
Investigación acerca de la cultura de negocios del mercado español.											
Contratar mano de obra tecnicada.											
Contratar un Jefe de producción.											
Contratar un Gerente en Comercio Exterior.											
Promocionar el producto a través de redes sociales y página web.											
Objetivo Específico 2. Introducir las prendas de vestir bordadas a mano a través de tiendas especializadas en estos productos.											
Envío de muestras comerciales.											
Participar en ferias y eventos internacionales.											
Objetivo Específico 3. Diversificación de los productos, implementando nuevas líneas de acuerdo a las distintas temporadas del año innovando constantemente.											
Crear modelos de acuerdo a las tendencias actuales											

Figura 60 Cronograma de Actividades

Elaborado por: La Autora

3.9 INFORMACIÓN FINANCIERA

3.9.1 Datos de entrada

Dentro de este apartado se analizará todo el sistema financiero en el que se desenvolverá **SISA PAKARINA**. Únicamente se presenta un panel de análisis donde el proyecto está financiado.

A continuación se detallan los datos de entrada:

- Producción

La empresa pretende producir mensualmente 1,222 unidades de prendas de vestir, de las cuales 405 son camisas para hombres, 353 blusas mangas $\frac{3}{4}$ y 464 vestidos para niñas, por lo tanto la producción anual será de 14,664 unidades.

- Inversión

La empresa contará con una inversión inicial de 21,074.40 dólares americanos para el área de producción y administrativa.

- Utilidad

La empresa aspira conseguir un margen de utilidad del 15%.

- Financiamiento

Se financiará el 76% del monto total de la inversión inicial, el 24% es un aporte propio.

El préstamo será otorgado por la institución financiera BanEcuador con una tasa del 9.76% y garantía hipotecaria a un plazo de 3 años a través de pagos mensuales.

- Presupuesto de ventas y costos

Se toma en cuenta el crecimiento del mercado ponderado, proporcionado por datos históricos del estudio de mercado del 5% y una tasa de inflación anual del 2.13%, la misma que se obtuvo mediante un promedio de los últimos 5 años.

3.9.2 Determinación de la Inversión Inicial

3.9.2.1 Resumen de la Inversión Inicial

Tabla 61

Resumen de la Inversión Inicial

INVERSIÓN	VALOR
Inversión Fija	11,740.00
Inversión Variable	9,334.40
Capital de trabajo	9,334.40
TOTAL DE INVERSIÓN	21,074.40

Elaborado por: La autora

3.9.2.1.1 Inversión Fija

Tabla 62

Inversión Fija

TOTAL INVERSIÓN FIJA	
ACTIVOS	MONTO
Remodelación	7,800.00
Muebles y Enseres	1,565.00
Equipos de Computación	2,305.00
Equipos de Oficina	70.00
TOTAL	11,740.00

Elaborado por: La autora

3.9.2.1.2 Inversión Variable

a) Capital de Trabajo

Tabla 63

Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
CUENTA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	PORCENTAJE
Costos de Producción	7,203.40	86,440.80	77%
Gastos Administrativos	1,986.00	23,832.00	21%
Gastos de Exportación	145.00	1,740.00	2%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	9,334.40	112,012.80	100%

Elaborado por: La autora

3.9.3 Detalle de la Inversión Inicial

3.9.3.1 Detalle de la Inversión Fija

Tabla 64

Detalle de la Inversión Fija

ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
REMODELACIÓN			
Área Administrativa	20	150.00	3,000.00
Área de Producción	40	120.00	4,800.00
		SUBTOTAL	7,800.00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios de 120 x 160	4	170.00	680.00
Sillas giratorias	4	90.00	360.00
Sillas para visitantes	8	30.00	240.00
Archivadores	3	95.00	285.00
		SUBTOTAL	1,565.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadoras	4	550.00	2,200.00
Reguladores de voltaje	3	35.00	105.00
		SUBTOTAL	2,305.00
EQUIPO DE OFICINA			
Teléfono Inalámbrico dúo	1	70.00	70.00
		SUBTOTAL	70.00
TOTAL			11,740.00

Elaborado por: La autora

3.9.3.2 Detalle de la Inversión Variable / Capital de trabajo

3.9.3.2.1 Costos de Producción

a) Camisas para hombres

Tabla 65

Costo de camisa para hombre

CAMISAS PARA HOMBRE					
DETALLE	C/U	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
MATERIA PRIMA		2.50	405	1,012.50	12,150.00
Tela hindú procesada	2.50				
MANO DE OBRA DIRECTA		2.91	405	1,177.00	14,124.00
Operarios	1.91				
Bordadoras	1.00				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		1.31	405	529.60	6,355.20
Botones de tagua	0.12				
Hilo de coser	0.01				
Hilo de bordar	0.15				
Etiquetas	0.03				
Jefe de Producción	0.99				
Energía Eléctrica	0.01				
COSTO DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD		6.71			
TOTAL COSTO DE CAMISAS PARA HOMBRE				2,719.10	32,629.20

Elaborado por: La autora

b) Blusas mangas $\frac{3}{4}$

Tabla 66

Costo de blusa mangas $\frac{3}{4}$

BLUSAS MANGAS $\frac{3}{4}$					
DETALLE	C/U	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
MATERIA PRIMA		2.00	353	706.00	8,472.00
Tela hindú procesada	2.00				
MANO DE OBRA DIRECTA		3.19	353	1,125.00	13,500.00
Operarios	2.19				
Bordadoras	1.00				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		1.63	353	576.50	6,918.00
Encajes	0.25				
Hilo de coser	0.01				
Hilo de bordar	0.15				
Elásticos	0.05				
Etiquetas	0.03				
Jefe de Producción	1.13				
Energía Eléctica	0.01				
COSTO DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD		6.82			
TOTAL COSTO DE BLUSAS MANGAS $\frac{3}{4}$				2,407.50	28,890.00

Elaborado por: La autora

c) Vestidos para niñas

Tabla 67

Costo de vestido para niña

VESTIDOS PARA NIÑAS					
DETALLE	C/U	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
MATERIA PRIMA		0.90	464	417.60	5,011.20
Tela hindú	0.90				
MANO DE OBRA DIRECTA		2.16	464	1,004.00	12,048.00
Operarios	1.66				
Bordadoras	0.50				
Tejedoras	0.35				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN		1.41	464	655.20	7,862.40
Encajes	0.15				
Hilo de coser	0.01				
Hilo de bordar	0.10				
Hilo de tejer	0.25				
Etiquetas	0.03				
Jefe de Producción	0.86				
Energía Eléctrica	0.01				
COSTO DE PRODUCCIÓN POR UNIDAD		4.48			
TOTAL COSTO DE VESTIDO PARA NIÑA				2,076.80	24,921.60

Elaborado por: La autora

3.9.3.2.2 Resumen de Producción de las Prendas de vestir

Tabla 68

Resumen de la Producción de prendas de vestir

RESUMEN DE LA PRODUCCIÓN		
	MENSUAL	ANUAL
Camisas para hombre	2,719.10	32,629.20
Blusas Mangas 3/4	2,407.50	28,890.00
Vestidos para niñas	2,076.80	24,921.60
TOTAL DE PRODUCCIÓN	7,203.40	86,440.80

Elaborado por: La autora

3.9.3.3 Detalle del Gasto Administrativo

Tabla 69

Detalle del Gasto Administrativo

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
	MENSUAL	ANUAL
Agua	10.00	120.00
Energía Eléctrica	35.00	420.00
Teléfono	30.00	360.00
Internet	21.00	252.00
Suministros de oficina	25.00	300.00
Sueldos	1,800.00	21,600.00
Diseño de página web	45.00	540.00
Implementos de limpieza	20.00	240.00
TOTAL	1,986.00	23,832.00

Elaborado por: La autora

3.9.3.4 Detalle del Sueldo del Personal

Tabla 70

Detalle del Sueldo del personal

PERSONAL	VALOR MENSUAL
Gerente General	700.00
Gerente de Comercio Internacional	600.00
Agente de ventas	500.00
TOTAL SUELDOS	1,800.00

Elaborado por: La autora

3.9.3.5 Detalle de los Gastos de Exportación

Tabla 71

Detalle de los Gastos de Exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN				
	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Empaque y Embalaje	5.00	12	60.00	720.00
Token	3.13	1	3.13	37.56
Total Ex – Work			63.13	757.56
Transporte Interno Otavalo - Quito (Aeropuerto)	80.00	1	80.00	960.00
RUC	-		-	-
Factura comercial de exportación	-		-	-
Packing list	-		-	-
Orden de Embarque	-		-	-
Certificado de Origen	10.00	1	10.00	120.00
Guía de transporte aéreo	55.00	1	55.00	660.00
DAE	-		-	-
Estibaje y almacenaje	-		-	-
SUB TOTAL FOB			145.00	1,740.00

Elaborado por: La autora

3.9.4 Determinación del Precio de Exportación

3.9.4.1 Determinación del Gasto Unitario

Tabla 72

Determinación del Gasto Unitario

DETERMINACIÓN GASTO UNITARIO	
	MENSUAL
Gastos Administrativos	1,986.00
Gastos de Exportación	145.00
TOTAL GASTOS	2,131.00
Unidades producidas	1222
GASTO POR UNIDAD	\$ 1.74

Elaborado por: La autora

3.9.4.2 Determinación del Precio Unitario

Tabla 73

Determinación del Precio Unitario

DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO							
PRODUCTO	COSTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	GASTO UNITARIO	COSTO TOTAL UNITARIO	UTILIDAD 15%	PRECIO DE EXPORTACIÓN
Camisas para hombre	2,719.10	405	6.71	1.74	8.46	1.27	9.73
Blusas Mangas $\frac{3}{4}$	2,407.50	353	6.82	1.74	8.56	1.28	9.85
Vestidos para niñas	2,076.80	464	4.48	1.74	6.22	0.93	7.15

Elaborado por: La autora

En el Gasto Unitario se reflejan los Gastos Administrativos y de Exportación.

3.9.5 Financiamiento del Proyecto

Tabla 74

Estructura del Financiamiento del Proyecto

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Propia	5,000.00	24%
Inversión Financiada	14,270.32	76%
TOTAL	19,256.40	100%

Elaborado por: La autora

3.9.5.1 Datos del Financiamiento

Tabla 75

Datos del Financiamiento

DATOS DEL FINANCIAMIENTO	
Banco	BANECUADOR
Monto	16,074.40
Interés	9.76%
Plazo	3 años
Periodo	Mensual
Garantía	Hipotecario

Elaborado por: La autora

3.9.5.2 Amortización de la deuda

Tabla 76 *Tabla de Amortización*



Preparado para: Jalme Cabascango

Datos del cálculo de crédito

Tipo de Crédito: Pequeñas y medianas empresas - pymes

Forma de Pago: Mensual

Tasa Efectiva: 10.21 %

Plazo: 3 años

Fecha de emisión: 16/01/2018

Destino: Capital

Tasa: 9.76 %

Monto Deseado: \$ 21,100.00

Sistema de Amortización: Cota fija

NOTA: "Recuerda, esta información es una simulación de crédito, para que te familiarices con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito"

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	\$ 21,100.00	\$ 510.02	\$ 164.38	\$ 5.53	\$ 679.93
2	\$ 20,589.98	\$ 514.00	\$ 160.41	\$ 5.40	\$ 679.80
3	\$ 20,075.98	\$ 518.00	\$ 156.41	\$ 5.26	\$ 679.67
4	\$ 19,557.98	\$ 522.03	\$ 152.37	\$ 5.12	\$ 679.53
5	\$ 19,035.95	\$ 526.10	\$ 148.30	\$ 4.99	\$ 679.39
6	\$ 18,509.85	\$ 530.20	\$ 144.20	\$ 4.85	\$ 679.26
7	\$ 17,979.65	\$ 534.33	\$ 140.07	\$ 4.71	\$ 679.12
8	\$ 17,445.31	\$ 538.49	\$ 135.91	\$ 4.57	\$ 678.98
9	\$ 16,906.82	\$ 542.69	\$ 131.72	\$ 4.43	\$ 678.84
10	\$ 16,364.13	\$ 546.92	\$ 127.49	\$ 4.29	\$ 678.69
11	\$ 15,817.21	\$ 551.18	\$ 123.23	\$ 4.14	\$ 678.55
12	\$ 15,266.04	\$ 555.47	\$ 118.93	\$ 4.00	\$ 678.41

13	\$ 14,710.56	\$ 559.80	\$ 114.61	\$ 3.85	\$ 678.26
14	\$ 14,150.76	\$ 564.16	\$ 110.24	\$ 3.71	\$ 678.11
15	\$ 13,586.60	\$ 568.56	\$ 105.85	\$ 3.56	\$ 677.97
16	\$ 13,018.05	\$ 572.99	\$ 101.42	\$ 3.41	\$ 677.82
17	\$ 12,445.06	\$ 577.45	\$ 96.96	\$ 3.26	\$ 677.67
18	\$ 11,867.61	\$ 581.95	\$ 92.46	\$ 3.11	\$ 677.51
19	\$ 11,285.66	\$ 586.48	\$ 87.92	\$ 2.96	\$ 677.36
20	\$ 10,699.18	\$ 591.05	\$ 83.35	\$ 2.80	\$ 677.21
21	\$ 10,108.13	\$ 595.66	\$ 78.75	\$ 2.65	\$ 677.05
22	\$ 9,512.47	\$ 600.30	\$ 74.11	\$ 2.49	\$ 676.90
23	\$ 8,912.18	\$ 604.97	\$ 69.43	\$ 2.34	\$ 676.74
24	\$ 8,307.20	\$ 609.69	\$ 64.72	\$ 2.18	\$ 676.58
25	\$ 7,697.52	\$ 614.44	\$ 59.97	\$ 2.02	\$ 676.42
26	\$ 7,083.08	\$ 619.22	\$ 55.18	\$ 1.86	\$ 676.26
27	\$ 6,463.86	\$ 624.05	\$ 50.36	\$ 1.69	\$ 676.10
28	\$ 5,839.81	\$ 628.91	\$ 45.50	\$ 1.53	\$ 675.94
29	\$ 5,210.90	\$ 633.81	\$ 40.60	\$ 1.37	\$ 675.77
30	\$ 4,577.09	\$ 638.75	\$ 35.66	\$ 1.20	\$ 675.60
31	\$ 3,938.35	\$ 643.72	\$ 30.68	\$ 1.03	\$ 675.44
32	\$ 3,294.63	\$ 648.74	\$ 25.67	\$ 0.86	\$ 675.27
33	\$ 2,645.89	\$ 653.79	\$ 20.61	\$ 0.69	\$ 675.10
34	\$ 1,992.10	\$ 658.89	\$ 15.52	\$ 0.52	\$ 674.93
35	\$ 1,333.21	\$ 664.02	\$ 10.39	\$ 0.35	\$ 674.75
36	\$ 669.19	\$ 669.19	\$ 5.21	\$ 0.18	\$ 674.58

Fuente: BanEcuador

3.9.6 Determinación del Costo de Capital

Tabla 77

Determinación del Costo de Capital

COSTO DE CAPITAL				
ESTRUCTURA	PORCENTAJE	TASAS	PONDERACIÓN	
Inversión Propia	0.24	0.15	0.0356	
Inversión Financiada	0.76	0.10	0.0744	
TOTAL			0.1100	
EL COSTO DE CAPITAL DE LA EMPRESA ES DEL 11%				

Elaborado por: La autora

3.9.6.1 Determinación del TRM

Tabla 78

Determinación del TRM

TASA DE REDESCUENTO O TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	
Costo Capital	11.00%
Inflación Anual 2.13%	0.235%
TRM	11.24%

Elaborado por: La autora

3.9.7 Cálculo de la Depreciación

Tabla 79

Determinación de la Depreciación

DETERMINACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN			
CUENTA	VALOR	% DEPRECIACIÓN	VALOR DEPRECIADO
Remodelación	7,800.00	5%	390.00
Muebles y Enseres	1,565.00	10%	156.50
Equipos de Computación	2,305.00	33%	768.26
Equipos de Oficina	70.00	10%	7.00
TOTAL			1,321.76

Elaborado por: La autora

3.9.8 Determinación de los Presupuestos

3.9.8.1 Presupuesto de Ventas

a) Camisas para hombres

Tabla 80

Presupuesto de Ventas - Camisas de hombre

CAMISAS PARA HOMBRE			
AÑO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	4,860.00	9.73	47,270.03
2	5,103.00	9.93	50,692.71
3	5,358.15	10.15	54,363.22
4	5,626.06	10.36	58,299.49
5	5,907.36	10.58	62,520.78
			273,146.23

Elaborado por: La autora

b) Blusas mangas $\frac{3}{4}$

Tabla 81

Presupuesto de Ventas – Blusas mangas $\frac{3}{4}$

BLUSAS MANGAS $\frac{3}{4}$			
AÑO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	4,236.00	9.85	41,718.55
2	4,447.80	10.06	44,739.27
3	4,670.19	10.27	47,978.70
4	4,903.70	10.49	51,452.70
5	5,148.88	10.72	55,178.23
			241,067.45

Elaborado por: La autora

c) Vestidos para niñas

Tabla 82

Presupuesto de Ventas - Vestidos para niñas

VESTIDOS PARA NIÑAS			
AÑO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	5,568.00	7.15	39,826.14
2	5,846.40	7.31	42,709.83
3	6,138.72	7.46	45,802.32
4	6,445.66	7.62	49,118.73
5	6,767.94	7.78	52,675.27
			230,132.30

Elaborado por: La autora

3.9.8.2 Resumen del Presupuesto de Ventas

Tabla 83

Resumen Presupuesto de Ventas

RESUMEN DE PRESUPUESTO DE VENTAS						
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Camisas para hombre	47,270.03	50,692.71	54,363.22	58,299.49	62,520.78	273,146.23
Blusas mangas ¾	41,718.55	44,739.27	47,978.70	51,452.70	55,178.23	241,067.45
Vestidos para niñas	39,826.14	42,709.83	45,802.32	49,118.73	52,675.27	230,132.30
SUBTOTAL	128,814.72	138,141.81	148,144.24	158,870.92	170,374.29	744,345.98

Elaborado por: La autora

3.9.8.3 Presupuesto de Costos

a) Camisas para hombres

Tabla 84

Presupuesto de Costos - Camisas para hombres

CAMISAS PARA HOMBRE			
AÑO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	4,860.00	6.71	32,629.20
2	5,103.00	6.86	34,991.78
3	5,358.15	7.00	37,525.43
4	5,626.06	7.15	40,242.54
5	5,907.36	7.31	43,156.38
			188,545.33

Elaborado por: La autora

b) Blusas mangas ¾

Tabla 85

Presupuesto de Costos - Blusas mangas ¾

BLUSAS MANGAS ¾			
AÑO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	4,236.00	6.82	28,890.00
2	4,447.80	6.97	30,981.84
3	4,670.19	7.11	33,225.14
4	4,903.70	7.27	35,630.87
5	5,148.88	7.42	38,210.80
			166,938.65

Elaborado por: La autora

c) Vestidos para niñas

Tabla 86

Presupuesto de Costos - Vestidos para niñas

VESTIDOS PARA NIÑAS			
AÑO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	5,568.00	4.48	24,921.60
2	5,846.40	4.57	26,726.10
3	6,138.72	4.67	28,661.25
4	6,445.66	4.77	30,736.53
5	6,767.94	4.87	32,962.07
			144,007.55

Elaborado por: La autora

3.9.8.4 Resumen del Presupuesto de Costos

Tabla 87

Resumen Presupuesto de Costos

RESUMEN DE PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN						
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Camisas para hombre	32,629.20	34,991.78	37,525.43	40,242.54	43,156.38	188,545.33
Blusas mangas 3/4	28,890.00	30,981.84	33,225.14	35,630.87	38,210.80	166,938.65
Vestidos para niñas	24,921.60	26,726.10	28,661.25	30,736.53	32,962.07	144,007.55
SUBTOTAL	86,440.80	92,699.72	99,411.83	106,609.94	114,329.25	499,491.53

Elaborado por: La autora

3.9.8.5 Presupuesto de Gastos

3.9.8.5.1 Gastos Administrativos

Tabla 88

Presupuesto de Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	120.00	122.56	125.18	127.85	130.58
Energía Eléctrica	420.00	428.96	438.12	447.47	457.02
Teléfono	360.00	367.68	375.53	383.54	391.73
Internet	252.00	257.38	262.87	268.48	274.21
Suministros de oficina	300.00	306.40	312.94	319.62	326.44
Sueldos	21,600.00	22,060.94	22,531.72	23,012.55	23,503.64
Diseño de página web	540.00	551.52	563.29	575.31	587.59
Implementos de limpieza	240.00	245.12	250.35	255.70	261.15
TOTAL	23,832.00	24,340.57	24,860.00	25,390.52	25,932.35

Elaborado por: La autora

3.9.8.5.2 Gastos de Exportación

Tabla 89

Presupuesto de Gasto de Exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaque y Embalaje	720.00	735.36	751.06	767.09	783.45
Token	37.56	38.36	39.18	40.02	40.87
Total Ex - Work	757.56	773.73	790.24	807.10	824.32
Transporte Interno Otavalo - Quito (Aeropuerto)	960.00	980.49	1,001.41	1,022.78	1,044.61
RUC	-	-	-	-	-
Factura comercial de exportación	-	-	-	-	-
Packing list	-	-	-	-	-
Orden de Embarque	-	-	-	-	-
Certificado de Origen	120.00	122.56	125.18	127.85	130.58
Guía de transporte aéreo	660.00	674.08	688.47	703.16	718.17
DAE	-	-	-	-	-
Estibaje y almacenaje	-	-	-	-	-
SUB TOTAL FOB	1,740.00	1,777.13	1,815.06	1,853.79	1,893.35

Elaborado por: La autora

3.9.8.5.3 Depreciaciones

Tabla 90

Presupuesto de la Depreciación

DETERMINACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN					
CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remodelación	390.00	390.00	390.00	390.00	390.00
Muebles y Enseres	156.50	156.50	156.50	156.50	156.50
Equipos de Computación	768.26	768.26	768.26	-	-
Equipos de Oficina	7.00	7.00	7.00	7.00	7.00
TOTAL	1,321.76	1,321.76	1,321.76	553.50	553.50

Elaborado por: La autora

3.9.8.6 Total del Presupuesto de Gastos

Tabla 91

Resumen del Presupuesto de Gastos

RESUMEN DE PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN						
CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos Administrativos	23,832.00	24,340.57	24,860.00	25,390.52	25,932.35	124,355.44
Gastos de Exportación	1,740.00	1,777.13	1,815.06	1,853.79	1,893.35	9,079.32
Depreciación	1,321.76	1,321.76	1,321.76	553.50	553.50	5,072.27
SUBTOTAL	26,893.76	27,439.46	27,996.81	27,797.80	28,379.20	138,507.04

Elaborado por: La autora

3.9.9 Estados Financieros

3.9.9.1 Estado de resultados

Tabla 92

Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS / FINANCIADO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas					
Camisas para hombres	47,270.03	50,692.71	54,363.22	58,299.49	62,520.78
Blusas mesoneras	41,718.55	44,739.27	47,978.70	51,452.70	55,178.23
Vestidos para niñas	39,826.14	42,709.83	45,802.32	49,118.73	52,675.27
Total Ingresos	128,814.72	138,141.81	148,144.24	158,870.92	170,374.29
(-) Costo de Ventas					
Camisas para hombres	32,629.20	34,991.78	37,525.43	40,242.54	43,156.38
Blusas mangas 3/4	28,890.00	30,981.84	33,225.14	35,630.87	38,210.80
Vestidos para niñas	24,921.60	26,726.10	28,661.25	30,736.53	32,962.07
Total Costos	86,440.80	92,699.72	99,411.83	106,609.94	114,329.25
(=) Utilidad Bruta	42,373.92	45,442.09	48,732.41	52,260.98	56,045.04
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	23,832.00	24,340.57	24,860.00	25,390.52	25,932.35
Gastos de Exportación	1,740.00	1,777.13	1,815.06	1,853.79	1,893.35
Depreciación	1,321.76	1,321.76	1,321.76	553.50	553.50
Total Gastos	26,893.76	27,439.46	27,996.81	27,797.80	28,379.20
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores	15,480.16	18,002.63	20,735.60	24,463.18	27,665.84
(=) Utilidad antes de Impuestos	15,480.16	18,002.63	20,735.60	24,463.18	27,665.84
(=) UTILIDAD NETA	15,480.16	18,002.63	20,735.60	24,463.18	27,665.84

Elaborado por: La autora

3.9.9.2 Presupuesto de Caja

Tabla 93

Presupuesto de caja

FLUJO DE CAJA CON FINANCIAMIENTO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	15,480.16	18,002.63	20,735.60	24,463.18	27,665.84
Depreciación	1,321.76	1,321.76	1,321.76	553.50	553.50
FLUJO NETO	16,801.92	19,324.38	22,057.36	25,016.68	28,219.34

Elaborado por: La autora

3.9.9.3 Balance Inicial o de Arranque

Tabla 94

Balance Inicial

BALANCE INICIAL SISA PAKARINA			
ACTIVOS		PASIVOS	
<u>Activos Corrientes</u>		<u>Pasivos Corrientes</u>	
Inversión Variable	9,334.40		
Total Activos Corrientes	9,334.40	Total Pasivos Corriente	-
<u>Activos Fijos</u>		<u>Pasivos Largo Plazo</u>	
Inversión Fija		Hipoteca	16,074.40
Remodelación	7,800.00	Total Pasivos Largo Plazo	16,074.40
Muebles y Enseres	1,565.00		
Equipos de Computación	2,305.00	TOTAL PASIVOS	16,074.40
Equipos de Oficina	70.00		
Total Activos Fijos	11,740.00	PATRIMONIO	
		Capital Social	5,000.00
<u>Otros Activos</u>		TOTAL PATRIMONIO	5,000.00
Inversión Diferida			
Total Otros Activos	-		
TOTAL ACTIVOS	21,074.40	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	21,074.40

Elaborado por: La autora

3.9.10 Evaluación Económica Financiera del Proyecto con Financiamiento

3.9.10.1 Valor Presente Neto

Tabla 95

Valor Presente Neto

VALOR PRESENTE NETO FINANCIADO			
AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FNE / FREC
1	16,801.92	1.11	15,104.48
2	19,324.38	1.24	15,617.05
3	22,057.36	1.38	16,024.84
4	25,016.68	1.53	16,338.67
5	28,219.34	1.70	16,568.40
Valor Presente			79,653.43
Inversión Inicial			21,074.40
VAN			58,579.03

Elaborado por: La autora

El Valor Presente Neto que presenta este proyecto en su evaluación es de 58,579.03, refleja el valor de utilidad brindada por todo el proyecto, cuantificado a través de los flujos futuros generados, el cual debe ser un superior a cero dando como resultado un proyecto factible y realizable.

3.9.10.2 Costo Beneficio

Tabla 96

Costo beneficio

COSTO BENEFICIO		
Valor Presente	76,543.70	3.78
Inversión Inicial	21,074.40	

Elaborado por: La autora

El Costo Beneficio del proyecto de 3.78 el cual es mayor a 1, por lo tanto se puede decir que el proyecto es factible.

3.9.10.3 Periodo de Recuperación de la Inversión

Tabla 97

Periodo de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
1	16,801.92	1
2	19,324.38	1
3	22,057.36	
4	25,016.68	
5	28,219.34	

PRI 2 años, 2 meses, 20 días

Elaborado por: La autora

El proyecto recuperará toda la inversión en un plazo de 2 años, 2 meses y 20 días aproximadamente.

3.9.10.4 Tasa Interna de Retorno

Tabla 98

Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
1	16,801.92	21,074.40
2	19,324.38	
3	22,057.36	
4	25,016.68	
5	28,219.34	

TIR 87.38%

Elaborado por: La autora

La Tasa interna de retorno presenta un valor del 87.38% dentro de su estudio, por lo tanto se puede decir que el dinero del proyecto generará un rendimiento del 87%.

3.9.11 Evaluación Económica del Proyecto con Financiamiento

Tabla 99

Evaluación Económica del Proyecto con Financiamiento

EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Efectivo	16,801.92	19,324.38	22,057.36	25,016.68	28,219.34
Costo de Oportunidad	0.11				
VAN	58,579.03				
Costo Beneficio	3.78				
Tasa Interna de Retorno	87.38%				
Periodo de Recuperación de la Inversión	2 años, 2 meses, 20 días				

Elaborado por: La autora

3.9.12 Determinación del Punto de Equilibrio

Tabla 100

Determinación del Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
CUENTAS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Inversión Fija		11,740.00	11,740.00
Capital de Trabajo			-
Costo del Producto		86,440.80	86,440.80
Gastos Administrativos			-
Agua	120.00		120.00
Energía Eléctrica	420.00		420.00
Teléfono	360.00		360.00
Internet	252.00		252.00
Suministros de oficina	300.00		300.00
Sueldos	21,600.00		21,600.00
Diseño de página web	540.00		540.00
Implementos de Limpieza	240.00		240.00
Depreciaciones	1,321.76		1,321.76
Gastos de Exportación			-
Empaque y Embalaje		720.00	720.00
Token	37.56		37.56
Transporte Interno Otavalo - Quito (Aeropuerto)	960.00		960.00
RUC	-		-
Factura Comercial de Exportación	-		-
Packing list	-		-
Orden de Embarque	-		-
Certificado de Origen	120.00		120.00
Guía de Transporte aéreo	660.00		660.00
DAE	-		-
Estibaje y almacenamiento	-		-
TOTAL	26,931.32	98,900.80	125,832.12

Elaborado por: La autora

3.9.13 Margen de Contribución

Tabla 101

Margen de Contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN				
PRODUCTO	PRECIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	% VENTAS	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN
Camisas para hombre	9.73	6.71	33.33%	1.00
Blusas Mangas 3/4	9.85	6.82	33.33%	1.01
Vestidos para niñas	7.15	4.48	33.33%	0.89
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO				2.91

Elaborado por: La autora

3.9.14 Punto de Equilibrio en unidades físicas

Tabla 102

Punto de Equilibrio en unidades físicas

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES FÍSICAS			
PRODUCTO	P.E UNIDAD	% VENTAS	P.E UNIDADES FÍSICAS
Camisas para hombre		33.33%	3,089.23
Blusas Mangas ¾	9,267.70	33.33%	3,089.23
Vestidos para niñas		33.33%	3,089.23

Elaborado por: La autora

3.9.15 Punto de Equilibrio en unidades monetarias

Tabla 103

Punto de Equilibrio en unidades monetarias

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	P.E UNIDADES MONETARIAS
Camisas para hombre	3,089.23	9.73	30,046.95
Blusas Mangas ¾	3,089.23	9.85	30,424.55
Vestidos para niñas	3,089.23	7.15	22,096.32

Elaborado por: La autora

CONCLUSIONES

- Las prendas de vestir bordadas a mano, reflejan la cultura indígena, radicada en la ciudad de Otavalo, conocido a nivel internacional por el mercado de la Plaza de Ponchos donde pequeños productores de todas las localidades comercializan sus productos.
- El estudio de mercado permitió analizar el mercado meta para conocer la demanda y oferta de las prendas de vestir, además de los gustos y preferencias del consumidor.
- Las prendas de vestir están sometidas a cumplir normas de calidad, etiquetado, seguridad y de documentación para el ingreso al mercado español.
- El canal adecuado para el ingreso de las prendas de vestir a mano al mercado español es a través de tiendas especializadas en estos productos.
- El análisis financiero realizado muestra la viabilidad del proyecto; permitiendo observar la proyección para los próximos 5 años. Es posible concluir que el precio de venta de los productos es atractivo para el importador pues de acuerdo a las encuestas realizadas no sobrepasa a lo demandado; hay un ingreso neto de 15,480.16 para el primer año, el mismo que va incrementando cada año, el VAN es mayor a cero, el TIR resultó mayor a la tasa de descuento, en conclusión el proyecto es viable.

RECOMENDACIONES

- Realizar constantemente un estudio de mercado con el fin de mantenerse informado acerca de cambios en las tendencias de consumo del cliente y así poder cumplir con sus necesidades con la ampliación de la línea de productos y diseños de los mismos.
- Mantener constante investigación de los acuerdos comerciales con la Unión Europea para efectuar las modificaciones del producto, de ser necesario.
- Optimizar los procesos de producción y contratar mano de obra calificada para lograr volúmenes de producción altos y así poder cubrir la demanda del mercado español.
- Tener la habilidad de negociar con el importador para llegar a un acuerdo, por lo que en algunas ocasiones el productor deberá ser flexible y hacer las modificaciones necesarias, ya sea en el producto o los términos de la negociación.
- Participar en ferias internacionales, ya que es el medio más efectivo y directo de todos, brinda la posibilidad de mostrar el producto a una gran cantidad de posibles compradores.

GLOSARIO

- **Cajas máster:** Tal como su nombre lo indica esta caja “Maestra” contiene en su interior a una o varias cajas Inner, manteniéndolas agrupadas y protegidas (Coalsa, s.f).
- **Hipermercados:** Establecimiento comercial de grandes dimensiones que vende directamente a los consumidores una amplia variedad de productos, desde alimentos, artículos de droguería y perfumería, hasta ropa y bienes de consumo duradero (La Gran Enciclopedia de Economía, s.f).
- **Ignífugos:** Que no se inflama ni propaga la llama o el fuego (RAE, s.f).
- **Índice de GINI:** Es una medida económica que sirve para calcular la desigualdad de ingresos que existe entre los ciudadan.os de un territorio, normalmente de un país (Economipedia, s.f).
- **Mercadeo:** Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía desde el productor al consumidor (RAE, s.f).
- **Outlet:** Tienda en la que se venden productos de una o más marcas que están fuera de temporada o tienen alguna tara, por lo que son más baratos (Oxford Living Dictionaries, s.f).
- **PIB:** es la suma de los valores monetarios de los bienes y servicios producidos en un determinado periodo (Observatorio Económico Social UNR, s.f)
- **Precolombino:** Dicho de Iberoamérica o de lo iberoamericano: Anterior a los descubrimientos de Cristóbal Colón (RAE, s.f).
- **Prerrogativa:** Facultad importante de alguno de los poderes supremos del Estado, en orden a su ejercicio o a las relaciones con los demás poderes de clase semejante (RAE, s.f).
- **PRI:** Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión (Vaquiro, s.f).
- **Servicio Post Venta:** *Todo aquello que ocurre después de la venta: soporte técnico, aplicación de garantía, cursos y manejo de quejas* (Gerencia Digital, s.f)

- **TIR:** es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión (Economipedia, s.f).
- **TRM:** es la tasa de interés a la que un inversionista asumirá por el pago de intereses para redimir un valor en deuda que pueden ser reinvertidos durante el vencimiento de dicho valor (Eco-Finanzas, s.f).
- **Urdimbre:** Conjunto de hilos que se colocan en el telar paralelamente unos a otros para formar una tela (RAE, s.f).
- **VAB:** Denominado también PIB (Observatorio Económico Social UNR, s.f)
- **VAN:** Es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión (Economipedia, s.f).
- **Volatilidad:** Inestabilidad de los precios en los mercados financieros (RAE, s.f).

BIBLIOGRAFÍA

- Abram, P. (s.f). *PAC*. Obtenido de <http://www.paconsultores.com.ar/exportar-exportar/>
- Asamblea Nacional. (s.f). Obtenido de Asamblea Nacional:
www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- Astudillo, G., & Enriquez, C. (6 de Octubre de 2017). Inflación anual del Ecuador cayó bajo cero. *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/inflacion-ecuador-inec-precios-alimentos.html>
- Azócar, V. (s.f). *Agencia de Aduanas Browne*. Obtenido de
<https://www.browne.cl/charlas/embalajes.ppt>
- Banco Central del Ecuador. (30 de Junio de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de
<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/975-producto-interno-bruto-2>
- Banco Central del Ecuador. (Noviembre de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de
https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Bancomext. (s.f). *Bancomext*. Obtenido de <http://www.bancomext.com/soporte/glosario>
- Bernal, C. (2006). Método y metodología en la investigación científica. En C. Bernal, *Método y metodología en la investigación Metodología de la investigación para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales - Segunda Edición* (pág. 68). México: Pearson Educación.
- Bernal, C. (2010). Técnicas de recolección de la información. En C. Bernal, *Metodología de la Investigación - Administración, economía, humanidades y ciencias sociales - Tercera Edición*. Colombia: Pearson Educación.
- Carrera, E. (2011). *Estudio de Factibilidad para la producción y comercialización de blusas bordadas en el cantón Mira, provincia del Carchi. (Trabajo de grado)*. Ibarra.
- Castillo, M. (2014). *Bordado a mano en el Azuay. Análisis, Registro y Plan de Innovación en el Centro del Bordados Cuenca (Tesis de pregrado)*. Obtenido de
<http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/3835/1/10442.pdf>
- CEI. (s.f). *Centro de Exportaciones e Inversiones de Nicaragua*. Obtenido de
http://www.cei.org.ni/images/file/herram_planexpor.pdf
- Chiriboga, M. (21 de Abril de 2017). *Cofase*. Obtenido de <http://www.coface.com.ec/Noticias-y-Publicaciones/Publicaciones/El-riesgo-politico-crece-y-crece>
- Coalsa. (s.f). *Coalsa*. Obtenido de <http://www.coalsa.cl/cajas-inner-y-master.php>
- Comercio Exterior. (2014). *Comercio Exterior*. Obtenido de
http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/ACE65_Acuerdo.pdf
- Corporación Financiera Nacional. (Diciembre de 2017). *Corporación Financiera Nacional*. Obtenido de

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiCks_nxpzYAhXjkeAKHasVDJAQFgg8MAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.cf.n.fin.ec%2Fwp-content%2Fplugins%2Fdownload-monitor%2Fdownload.php%3Fid%3D1109%26force%3D1&usg=AOvVaw1p2OD4v

Definición de. (2016). *Definición de*. Obtenido de <http://definicion.de/video/>

Del Castillo, L. (2015). *PROYECTO FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE ROSAS ECUATORIANAS HACIA EL MERCADO NORTEAMERICANO Y EUROPEO UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO*. Quito.

Delegación de la Unión Europea en Ecuador. (Marzo de 2017). *European Union External Action*. Obtenido de https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador.pdf

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (Febrero de 2017). *PRO ECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/>

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2017). *PRO ECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/>

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y Dirección de Promoción de Exportaciones. (2012). *PRO ECUADOR*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-textil-2012/>

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones y Dirección de Promoción de Exportaciones. (Diciembre de 2012). *PRO ECUADOR*. Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf

Eco-Finanzas. (s.f). *Eco-Finanzas*. Obtenido de https://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TASA_DE_REDESCUENTO.htm

Economipedia. (s.f). *Economipedia*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/>

Eljuri, G. (Diciembre de 2007). Hilos de religiosidad: bordados de prendas de uso religioso. *Revista Artesanías de América*(Nº 65). Obtenido de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/bitstream/cidap/472/1/Hilos%20de%20religiosidad%20bordados-Gabriela%20Eljuri.pdf>

FOES. (2009). *Federación de Organizaciones Empresariales Soberanas*. Obtenido de http://www.foes.es/esp/Servicios/Internacionalizacion/PLAN_DE_EXPORTACION/dir_640_1.htm

García, S. (2008). Teoría sobre la tributación de los artesanos. En S. García, *Obligaciones tributarias de los artesanos, pequeños contribuyentes y Régimen Impositivo Simplificado (RISE)*. Tesis (págs. 16-17). Cuenca.

Gerencia Digital. (s.f). *Gerencia Digital*. Obtenido de <http://www.gerenciadigital.com/articulos/posventa.htm>


Giralda Sierra, F., & Orozco, E. (11 de Marzo de 2011). *Proyectogrado*. Obtenido de <https://proyectogrado.wordpress.com/2011/03/11/metodos-deductivo-e-inductivo/>

- Gutiérrez, P. (s.f). *Expansión*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/exportaciones.html>
- Herrera Vásquez, M. (2009). *Métodos y pensamiento crítico, 1: pienso, hago y aprendo*. Naucalpan: Esfinge.
- INA. (s.f). *Instituto Nacional de Aprendizaje de Costa Rica*. Obtenido de www.ina.ac.cr
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2017). Obtenido de IEPI: <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (Septiembre de 2017). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2017/Septiembre/092017_M.Laboral.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Junio de 2017). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2017/Junio/062017_Pobreza%20VF.pdf
- La Gran Enciclopedia de Economía. (s.f). *La Gran Enciclopedia de Economía*. Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/hipermercado/hipermercado.htm>
- Licto, M. (2013). *Propuesta de Plan Estratégico para la empresa de confecciones Grupo Jotage*. Quito.
- Llamazares, O. (Junio de 2014). *Global Negotiator. Business Publications*. Obtenido de <http://www.globalnegotiator.com/blog/wp-content/uploads/2014/06/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>
- Mondragón, V. (2014). *Diario del Exportador*. Obtenido de http://www.diariodelexportador.com/2014/11/tipos-de-exportacion_10.html
- Observatorio Económico Social UNR. (s.f). *Observatorio Económico Social UNR*. Obtenido de <http://www.observatorio.unr.edu.ar/vab-valor-agregado-bruto/>
- Ochoa, P. (s.f). *Universidad de Palermo*. Obtenido de http://www.palermo.edu/economicas/pdf_economicas/cedex/investigacion/cedexPymes_yplandeexportacion.pdf
- Ortiz Uribe, F. G., & García Nieto, M. (2006). *Metodología de la Investigación - El proceso y su técnicas*. México: Limusa.
- Oxford Living Dictionaries. (s.f). *Oxford Living Dictionaries*. Obtenido de <https://es.oxforddictionaries.com/>
- PROECUADOR. (2014). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-textiles-en-chile-2014/>
- PROECUADOR. (2016). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-chile-2016/>
- RAE. (s.f). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?w=diccionario>
- SENAE. (2011). *Reglamento al COPCI*. Quito: Nacional.

- SENAE. (s.f). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- SICE. (2016). *SICE*. Obtenido de http://www.sice.oas.org/ctyindex/ECU/ECUagreements_s.asp
- Tenesaca, G. (2012). *El bordado popular en la Provincia del Azuay*. Julio.
- Valenzuela, S. (23 de Junio de 2017). Obtenido de Impuesto Listo: <https://impuestolisto.com/derechos-obligaciones-los-artesanos-ante-sri/>
- Vallejo, D. (2013). *Plan de Exportación de camisas bordadas a mano, provenientes de la parroquia La Esperanza, Cantón Ibarra hacia el Estado de Nueva York (EEUU) (Tesis de Pregrado)*. Quito. Obtenido de <http://7labs.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/1028/1/DIANA%20VALLEJO%20TESIS%20DE%20GRADO.pdf>
- Vaquiro, J. (s.f). *Pymes futuro*. Obtenido de <https://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
- Vásquez, M., Gómez, C., & Lugo, C. (2011). Historia del Arte. En E. Tobar, *La importancia de la mujer en el proceso de producción artesanal, año 2011. (Tesis de pregrado)* (pág. 12). México D.F: Cenage Learning.

ANEXOS

Anexo 1 Solicitud por cambio de tema del proyecto


PUCE

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra
Telf: (06) 2615 500 Fax: (06) 2615 446

SOLICITUD 0008031

• FECHA: 7 de agosto de 2017

• DIRIGIDO A: Ing. Irene Revelo, MBA
Directora de la ENCI

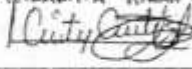
• SOLICITANTE: Cintya Pakarina Cabascango Tabango

• CÉDULA: 0952601912

• CARRERA: Comercio Internacional


• NIVEL: Egresado

• ASUNTO: Solicito se autorice la reformulación del tema "Plan de Exportación de prendas de vestir bordadas a mano de la empresa Sisa Pakarina hacia el mercado chileno" por el tema "PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO DE UNA EMPRESA SISA PAKARINA HACIA EL MERCADO ESPAÑOL".

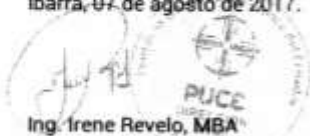

FIRMA SOLICITANTE

• CONSTANCIA DE PRESENTACIÓN - FECHA: _____
HORA: 07 de agosto del 2017
16h45

• RESOLUCIÓN:


Ing. Gabriela Delgado F.
ASISTENTE DE LA ENCI

DIRECCIÓN DE LA ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL DE LA PUCE-SI -
Vista la solicitud que antecede, esta Dirección, **AUTORIZA** a la señorita **CABASCANGO TABANGO CINTYA PAKARINA**, la reformulación del tema de proyecto de grado "Plan de exportación de prendas de vestir bordadas a mano de la empresa Sisa Pakarina hacia el mercado chileno"; por el tema **"PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO DE LA EMPRESA SISA PAKARINA, HACIA EL MERCADO ESPAÑOL"**.
Ibarra, 07 de agosto de 2017.


Ing. Irene Revelo, MBA
DIRECTORA DE LA ENCI

FECHA DE RESOLUCIÓN

Ibarra, 07 de agosto de 2017

*Revelo 7
3/8/17*

Anexo 2 Plan de Trabajo de Investigación



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 PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO DE LA
EMPRESA SISA PAKARINA, HACIA EL MERCADO CHILENO”

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

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

Negocios Internacionales E.1

AUTORA: CINTYA PAKARINA CABASCANGO TABANGO
ASESOR: MGS. HÉCTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR

IBARRA, NOVIEMBRE, 2016



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 PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO DE LA
EMPRESA SISA PAKARINA, HACIA EL MERCADO CHILENO"

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

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

Negocios Internacionales E.1

AUTORA: CINTYA PAKARINA CABASCANGO TABANGO
ASESOR: MGS. HÉCTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR

IBARRA, NOVIEMBRE, 2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. NOMBRE DEL PROYECTO.....	158
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA	158
3. JUSTIFICACIÓN	161
4. OBJETIVOS	163
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	164
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	167
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	173
8. RECURSOS	175
9. FUENTES DE INFORMACIÓN	177
10. ANEXOS	178

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Figura 1 Árbol de Problemas aplicado a la empresa Sisa Pakarina.....	¡Error!
Marcador no definido.	
Figura 2 Matriz de relación.....	172
Figura 3 Cronograma de actividades	174
Figura 4 Autorización de Desarrollo de Proyecto de investigación	178
Figura 5 Firma de la Autorización de Desarrollo del Proyecto	184
Figura 6 Propietarios de Sisa Pakarina en su taller	184
Figura 7 Confección de vestidos de niña.....	185
Figura 8 Modelos de blusas bordadas a mano.....	185
Tabla 1 Recursos Humanos.....	175
Tabla 2 Recursos Materiales.....	175
Tabla 3 Otros recursos.....	175
Tabla 4 Lista de los países importadores para prendas de vestir bordadas.....	179
Tabla 5 Exportaciones de las prendas de vestir bordadas a mano–país destino 2015.....	180
Tabla 6 Matriz de selección de mercado para prendas de vestir bordadas a mano.....	181

1. NOMBRE DEL PROYECTO

EXPORTACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO DE LA EMPRESA SISA PAKARINA HACIA EL MERCADO CHILENO.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

La apertura que el Estado ecuatoriano está dando a los pequeños empresarios para que realicen exportaciones a distintas naciones del mundo, no es una realidad para todos. El miedo y desconocimiento a buscar nuevos mercados está latente en muchos negocios, además el mercado local se encuentra saturado por lo que la comercialización dentro del país no es tan rentable como podría serlo en mercados internacionales.

Los productos ecuatorianos son valorados en mercados extranjeros, por su esencia artesanal pero con el transcurso del tiempo no han podido ser innovados de acuerdo a las tendencias actuales. Una gran parte de los productores locales creen que no puede competir con la oferta internacional pues existe la paradoja de no saber qué es lo más conveniente, si brindar un producto de calidad o un producto accesible a los clientes; ya que creen que no están en capacidad de unir ambos factores, es así que las exportaciones no parecen ser una solución.

La empresa Sisa Pakarina se dedica a la elaboración y comercialización de prendas de vestir bordadas a mano en el mercado local, que actualmente no se

encuentra en su mejor momento, pues ha perdido demanda por su costo, para buscar otro mercado que si aprecia este producto requiere de un plan de exportación que le permita dar a conocerlos en nuevos mercados puesto que no cuenta con el conocimiento de los procesos de búsqueda e internacionalización.

El cumplimiento total de los requisitos necesarios para internacionalizarse marca el inicio de un negocio exitoso y competente, en el caso de registrar la marca es un requerimiento que no se puede dejar de lado pero no todos los productores lo hacen formalmente debido a que no quieren incurrir en gastos y el tiempo necesario para realizar los trámites.

Hoy en día no todas las microempresas tienen conocimiento acerca del certificado de artesano y los beneficios que éste le proporciona, siguen operando de forma informal y por ende incumpliendo lo que la ley le impone, por ello siguen teniendo obstáculos para poder operar tranquilamente.

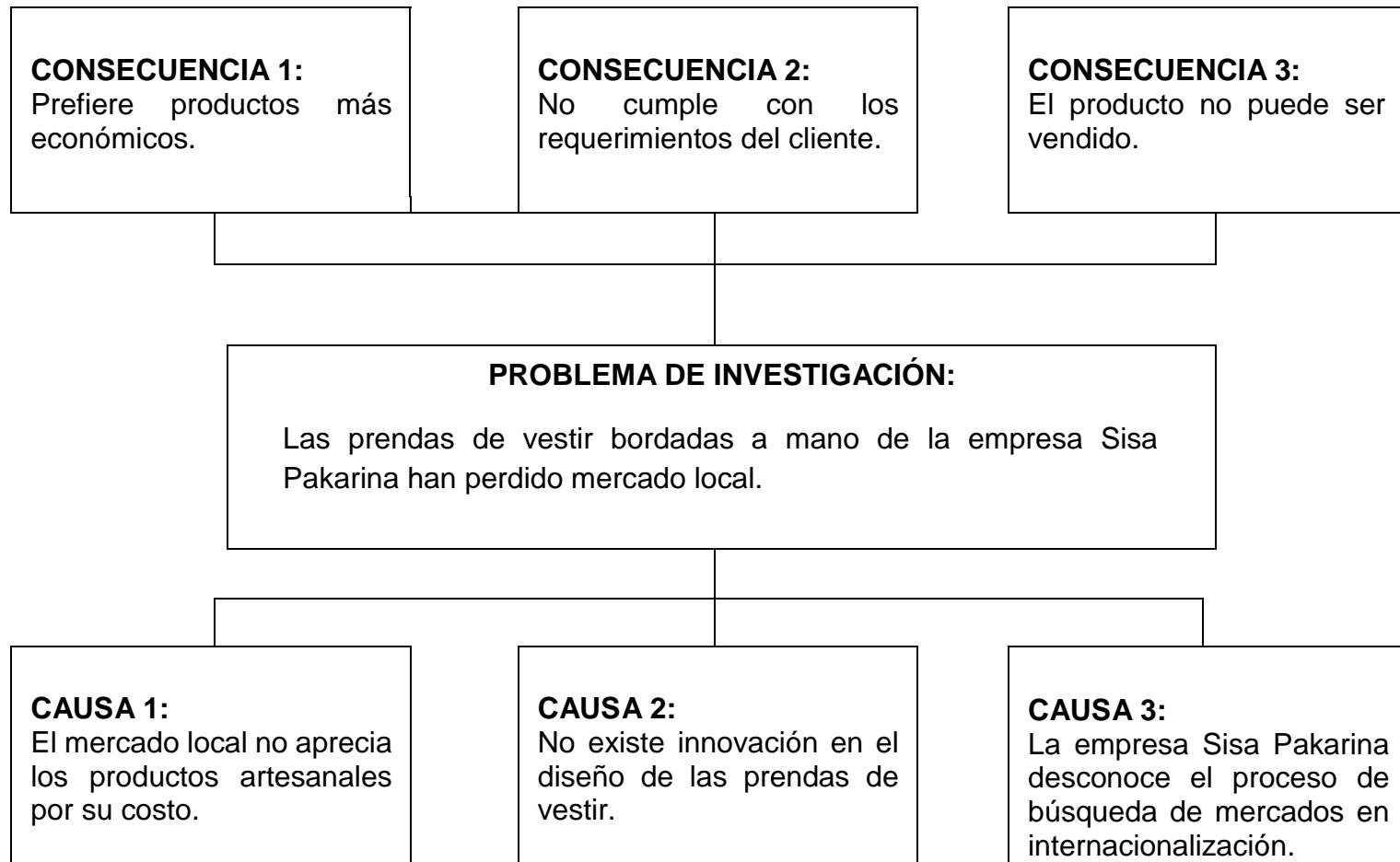


Figura 1 Árbol de Problemas aplicado a la empresa Sisa Pakarina

Elaborado por: La autora

3. JUSTIFICACIÓN

El Estado promueve las exportaciones para mantener la presencia de productos ecuatorianos en los principales mercados del mundo. Esta actividad ayuda a generar recursos y trabajo, beneficiando desde pequeños emprendedores hasta medianas empresas que producen y comercializan sus bienes, apoyándose en la mano de obra local que es valorada en el exterior.

Ecuador al estar ubicado en la mitad del mundo, representa una ventaja ante sus competidores, debido a que las artesanías son representativas de su cultura. Gracias a la globalización el país es reconocido a nivel mundial, es por ello que hay más posibilidades de brindar diferentes ofertas exportables cumpliendo con las necesidades del consumidor.

Las microempresas están siendo capacitadas por PROECUADOR con el fin de que quieran vender sus productos a compradores internacionales, incluso les dan la oportunidad de participar en ruedas de negocios y ferias, asimismo para conseguir compradores lo pueden hacer a través de las oficinas comerciales establecidas en los diferentes países del mundo. Uno de los intereses por parte de esta entidad, es lograr una cultura exportadora en el Ecuador.

Los productores artesanos cuentan con más beneficios, como “la exoneración de tributos en la exportación e impuestos a los activos totales, la tarifa del 0% en sus productos, capacitaciones, concesión de préstamos a largo plazo” (García, 2008), entre otros” de esta forma su producto es más competente porque puede ofertarlo a un menor precio que el de las industrias; en este caso los compradores tendrán preferencia por ellos, incluso puede realizar sus operaciones con Exporta fácil, una herramienta muy importante para aquellos que recién emprenden ventas al exterior.

Después de la investigación realizada para conocer cuáles eran los primeros 10 países importadores de prendas de vestir bordadas a mano a través de Trade Map,

arrojó como resultado: Arabia Saudita, Malasia, República Dominicana, Panamá, Aruba, Qatar, Chile, Irlanda, Chipre y Singapur (Ver tabla 6); en el caso del Banco Central mostró como resultado: Argentina, Aruba, Chile, Colombia, Costa Rica, Curazao, Estados Unidos, Honduras, Panamá y Perú (Ver tabla 7). En ambas fuentes se nota la presencia de Chile aun cuando no se encuentra en primer lugar pero se conoce que existe un mercado, una demanda, a la que se puede acceder.

Chile es un comprador neto, debido a su escasa producción local de confecciones que solo cubren con el 10% de la demanda, el consumo anual por habitante es US\$ 390 y 27 prendas, siendo el mayor de América Latina (PROECUADOR, 2014). Al notar que no puede cubrir con el total de la demanda es que hay una oportunidad para ofertar el producto.

Al conocer que Chile y Ecuador son miembros del ALADI y gracias a ello establecen un Acuerdo de Complementación Económica N° 65 (Comercio Exterior, 2014), que concede prácticamente casi todo el universo arancelario de los productos ecuatorianos para poder ingresar con cero arancel al mercado chileno; no está por demás, recalcar la inexistencia de tantas trabas para ingresar a este mercado, por lo descrito anteriormente se resalta la importancia de hacer negocios con este país.

En cuanto al perfil del consumidor, la principal compradora es la mujer, ya que ha podido incursionar en el mundo de los negocios y al mismo tiempo son jefes de hogar, se caracterizan por realizar sus compras de forma espontánea o por impulso, además son más rigurosas y empoderadas. Mientras en el año 2000 se hicieron 46,505 reclamos ante el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), en 2008 se registraron 126.011 quejas, y sólo en el primer semestre de este año se realizaron más de 77 (PROECUADOR, 2016), es por ello que el producto contará con un valor agregado, la calidad, para cumplir con las exigencias de los clientes, dándoles seguridad y confianza al momento de la compra.

La razón de este Proyecto es apoyar a la empresa Sisa Pakarina con

conocimientos sobre el proceso de exportación del producto en estudio hacia el mercado chileno, asesorados por la autora de esta investigación. Se justifica porque es importante impulsar a los pequeños productores locales, estableciendo el mejoramiento continuo de la calidad de vida de su familia en alimentación, educación, vivienda y salud; con el planteamiento de un plan de negocios que permita mejorar sus ingresos.

Los beneficiarios directos serán los consumidores de Chile y los productores de las prendas de vestir bordadas a mano ya que les permitirá crecer y consolidarse, entre los beneficiarios indirectos estarán las entidades públicas como: PROECUADOR, MIPRO y el Estado ecuatoriano que podrá mejorar su balanza comercial.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Diseñar un Plan de Exportación de prendas de vestir bordadas a mano de la empresa Sisa Pakarina hacia el mercado chileno.

4.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar el mercado de prendas de vestir bordadas a mano en el mercado chileno para determinar los potenciales clientes y la competencia.
- Establecer las condiciones de la empresa y del producto para determinar la potencialidad exportadora de la misma.
- Desarrollar el proceso de exportación de las prendas de vestir bordadas a mano para cumplir con los formularios de la internacionalización.
- Analizar la inversión y rentabilidad de la empresa una vez aplicada la propuesta.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para estructurar el presente proyecto se van a desarrollar los objetivos específicos antes descritos en el punto número 4.2. Primero, diagnosticar el mercado de prendas de vestir bordadas a mano en Chile a través de una investigación acerca de sus gustos y preferencias, porque es importante conocer la adaptación del producto de acuerdo a las diferentes culturas que existan, de ello depende si el producto a exportar debe sufrir ciertos cambios para su aceptación, previamente identificando las posibles barreras que existan; conocer la situación de la demanda insatisfecha es primordial debido a que existiría la posibilidad de incursionar en ese mercado compensando dicha demanda.

Gracias al asesoramiento de MIPRO y PROECUADOR se podrán realizar la búsqueda de posibles clientes a través de ferias organizadas por las entidades antes mencionadas donde participan productores de todo el país y compradores de distintos países, interesados en negociar directamente con ellos y con la oportunidad de conocer más de cerca al producto. Como tal, es imprescindible indagar los acuerdos comerciales con Chile, las barreras arancelarias y parancelarias que disponga este país, pero gracias a que ambos países, Ecuador y Chile (Miembro Asociado 2006, Decisión 645), son miembros de la CAN, pueden gozar del beneficio del arancel con 0%.

En el caso de determinar la potencialidad exportadora de la empresa Sisa Pakarina, se necesita de una serie de procedimientos, como: participar en capacitaciones en el MIPRO, de esta forma tener una idea más clara de qué procesos son necesario para estar en condiciones de exportar; luego obtener un certificado de artesano, el mismo que permita al productor exonerarse de algunos impuestos y gozar de otros beneficios, con ello, el precio del producto podrá ser más competitivo; por consiguiente es necesario registrar la marca, realizando el trámite respectivo en el IEPI, obteniendo también las etiquetas cumpliendo la Normativa INEN 013 – INEN 1875 que son un requisito importante para exportar.

Desarrollar los procesos de exportación sería el siguiente paso, con el RUC previamente gestionado se requiere la obtención del certificado digital para obtener la firma electrónica o token para que así pueda registrarse en la página de ECUAPASS, llenado todos los datos requeridos; además de ello, contar con la factura comercial original, autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite), certificado de Origen (cuando el caso lo amerite) y documentos de transporte.

Después de analizar la demanda y la capacidad productiva de la empresa, se verá si es necesario la adquisición de más maquinaria, mano de obra o infraestructura y por ende el financiamiento requerido si fuese el caso. Si la empresa Sisa Pakarina abarca un buen número de clientes podrá ser rentable, ya que podrá cubrir con el financiamiento de la inversión en un tiempo determinado y obtener utilidades, pero al analizar que la empresa ya está constituida como tal, la inversión no será grande, más bien se incurrirán en gasto de exportación como etiquetas, envases y embalajes.

5.1 ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

- 1.1. Plan de Exportación
- 1.2. La empresa
- 1.3. Definición del mercado
- 1.4. Clasificación y segmentación del mercado
- 1.5. Definición del producto
- 1.6. Proceso de producción de las prendas de vestir bordadas a mano
- 1.7. Acuerdos Comerciales
- 1.8. Normativa legal del Exporta Fácil
- 1.9. Etiquetado de las prendas
- 1.10. Certificaciones para exportación
- 1.11. Procesos de exportación

- 1.12. Logística internacional
- 1.13. Estudio financiero y económico

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

- 2.1. Antecedentes
- 2.2. Estudio de la demanda
- 2.3. Estudio de la oferta
- 2.4. Objetivos
- 2.5. Variables Diagnósticas
- 2.6. Indicadores
- 2.7. Matriz de Relación
- 2.8. Información Primaria
- 2.9. Entrevista
- 2.10. Observación
- 2.11. Información Secundaria
- 2.12. Encuestas aplicadas a Sisa Pakarina
- 2.13. Tabulación y análisis de información
- 2.14. FODA
- 2.15. Cruce FODA
- 2.16. Determinación del problema diagnóstico

CAPÍTULO III

PROPUESTA

- 3.1. Resumen ejecutivo
- 3.2. Perfil de la empresa
- 3.3. Actividades generales de exportación a considerarse
- 3.4. Análisis del producto
- 3.5. Análisis del mercado

- 3.6. Identificación de necesidades y disponibilidad de recursos
- 3.7. Priorización de la lista de acciones
- 3.8. Cronograma de planificación
- 3.9. Información financiera

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

6.1 Métodos generales

6.1.1 Método Inductivo

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta (Giralda Sierra & Orozco, 2011).

En el transcurso de la elaboración de este proyecto se empleará el método inductivo, de esta forma conseguir conclusiones generales que provendrá de premisas particulares, para establecer la “Exportación de prendas de vestir bordadas a mano de la empresa Sisa Pakarina hacia el mercado Chileno”, tomará en cuenta las premisas de que existe demanda del producto que debe ser atendida.

6.1.2 Método Deductivo

Es el procedimiento de razonamiento que va de lo general a lo particular, de lo universal a lo individual. Es importante señalar que las conclusiones de la

deducción son verdaderas, si las premisas de las que parte también lo son (Ortiz Uribe & García Nieto, 2006).

Para efectuar el desarrollo del proyecto, el método deductivo apoyará la propuesta para la exportación de prendas de vestir bordadas a mano de la empresa Sisa Pakarina hacia el mercado Chileno debido a que los productores ecuatorianos cuentan actualmente con una oferta exportable en marcha, la misma que no ha sido explotada en su totalidad, por lo tanto se ha concluido, la capacidad de producción de la empresa Sisa Pakarina, podría cubrir parte de la demanda de prendas de vestir bordadas a mano, resaltando el valor agregado, propio de su cultura, atractivo para sus clientes.

6.1.3 Método analítico – sintético

Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral (Bernal, Método y metodología en la investigación científica, 2006).

Se pretende analizar el mercado de las prendas de vestir bordadas a mano tanto en el mercado nacional como en el mercado hacia donde se pretende exportar, asimismo se analizarán estrategias para demostrar la viabilidad del proyecto a través de un efectivo proceso de negociación.

6.2 Técnicas

6.2.1 Observación

Cada día cobra mayor credibilidad y su uso tiende a generalizarse, debido a que permite obtener información directa y confiable, siempre y cuando se haga mediante un procedimiento sistematizado y muy controlado, para lo cual hoy están utilizándose medios audiovisuales muy completos, especialmente en

estudios del comportamiento de las personas en sus sitios de trabajo (Bernal, Técnicas de recolección de la información, 2010).

Esta técnica permitirá recopilar información acerca de la producción de prendas de vestir bordadas, su capacidad máxima, la línea de productos, condiciones de la materia prima, mano de obra y maquinaria, el lugar de trabajo (taller) y su funcionamiento como microempresa en general.

6.2.2 Encuesta

Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. Se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas (Bernal, Técnicas de recolección de la información, 2010).

Una vez definida la muestra de la población se efectuará las encuestas respectivas a los posibles clientes y productores, que servirán de ayuda en el diagnóstico del mercado de prendas de vestir bordadas a mano en el mercado chileno y ecuatoriano.

6.2.3 Entrevista

Técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información. A diferencia de la encuesta, que se ciñe a un cuestionario, la entrevista, si bien puede soportarse en un cuestionario muy flexible, tiene como propósito obtener información más espontánea y abierta. Durante la misma, puede profundizarse la información de interés para el estudio (Bernal, Técnicas de recolección de la información, 2010).

Se elaborará una agenda de entrevistas a: los propietarios de la empresa Sisa Pakarina para que puedan expresar sus necesidades en cuanto al proyecto; la situación de la empresa, funcionamiento, capacidad de producción y; información

acerca de la inversión realizada y rentabilidad, en general todo su desenvolvimiento. Incluso con instituciones relacionadas con comercio exterior, entre ellos: MIPRO también se encuentra en la agenda, los diálogos con esta situación son de gran ayuda puesto que nos dan la información necesaria respecto a este proyecto. Las oficinas comerciales, asimismo se les aplicará este instrumento para que con su guía sea posible establecer contacto con empresas que demanden este producto. PROECUADOR, igualmente, ya que es actor fundamental por ser un excelente soporte en el proceso de exportación.

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 (Herrera Vásquez, 2009).

En las fichas de observación se detallará de forma escrita la capacidad de producción en la empresa Sisa Pakarina, es decir, la materia prima que emplea, mano de obra, calidad, taller y; en cuanto a la inversión, las maquinarias que posee, su monto y condiciones.

6.3.2 Cuestionario

El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos del proyecto de investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación (Bernal, Técnicas de recolección de la información, 2010).

Primero se debe diseñar un banco de preguntas para el borrador de la encuesta y

con las correcciones efectuadas proseguir a su aplicación. A través del cuestionario, se recogerán los datos de la encuesta que deben ser de ayuda para elaborar la información efectiva que pueda responder al objetivo propuesto en la investigación, por ello, es necesario que el cuestionario esté bien estructurado para reducir conflictos que ocasionen falencias en la encuesta.

6.3.3 Video

Es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética. Conocido en la actualidad por casi todo el mundo, consiste en la captura de una serie de fotografías (en este contexto llamadas “fotogramas”) que luego se muestran en secuencia y a gran velocidad para reconstruir la escena original (Definición de, 2016).

La evidencia de un video es mucho más confiable, probará constatación de los hechos relacionados con el proyecto; se empleará para conocer la empresa en sí, su producción e inversiones e incluso capacitaciones por parte de PROECUADOR y MIPRO.

6.4 Matriz de relación

OBJETIVO ESPECÍFICO	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE DE INFORMACIÓN
Diagnosticar el mercado de prendas de vestir bordadas a mano en el mercado chileno para determinar los potenciales clientes y la competencia.	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Oferta • Demanda • Competencia • Proveedores • Gustos y preferencias • Clientes • Precios 	<ul style="list-style-type: none"> • Bibliográfica • Bibliográfica • Bibliográfica • Bibliográfica • Bibliográfica • Bibliográfica • Entrevistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Trade Map • Trade Map • Periódicos • Tesis • Páginas web • Páginas web • Propietarios de empresas
Establecer las condiciones de la empresa y del producto para determinar la potencialidad exportadora de la misma.	<ul style="list-style-type: none"> • Potencialidad exportadora 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de producción • Costos • Administración • Mano de obra • Calidad del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Entrevistas • Entrevistas • Observación • Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario de empresa • Propietario de empresa • Propietario de empresa • Empresa • Empresa

Figura 2 Matriz de relación

Elaborado por: La autora

7. 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 I: MARCO TEÓRICO																					
Plan de Exportación	■																				La autora
La empresa	■																				La autora
Definición del mercado	■																				La autora
Clasificación y segmentación del mercado	■																				La autora
Definición del producto	■																				La autora
Proceso de producción de las prendas de vestir bordadas a mano		■																			La autora
Acuerdos Comerciales			■	■																	La autora
Normativa legal del Exporta Fácil			■	■																	La autora
Etiquetado de las prendas			■	■																	La autora
Certificaciones para exportación			■	■																	La autora
Procesos de exportación			■	■																	La autora
Logística internacional					■																La autora
Estudio financiero y económico						■															La autora
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO																					
Antecedentes							■														La autora
Estudio de la demanda							■														La autora
Estudio de la oferta								■													La autora
Objetivos								■													La autora
Variables Diagnósticas								■													La autora
Indicadores								■													La autora
Matriz de Relación								■													La autora
Información Primaria									■												La autora
Entrevista										■											La autora
Observación											■										La autora
Información Secundaria												■									La autora
Encuestas aplicadas a Sisa Pakarina													■								La autora
Tabulación y análisis de información														■							La autora
FODA															■						La autora

8. RECURSOS

Humanos

Tabla 1

Recursos Humanos

Investigadora	0.00
Subtotal	0.00

Elaborado por: La autora

Materiales

Tabla 2

Recursos Materiales

-Copias	40.00
-Impresiones	40.00
-Anillados	40.00
-Empastados	20.00
-CDs	10.00
-Internet	10.00
-Esfero gráfico	2.50
Subtotal	162.50

Elaborado por: La autora

Otros

Tabla 3

Otros recursos

-Pasajes	30.00
-Alimentos	10.00
Subtotal	40.00

Elaborado por: La autora

Subtotal	202.50
Imprevistos (15%)	30.38
TOTAL	232.88

Elaborado por: La autora

8.1 FINANCIAMIENTO

El total de los recursos suma un valor de doscientos dos con 88/100 centavos, (232.88 USD), y serán financiados únicamente por la autora.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Bernal, C. (2006). Método y metodología en la investigación científica. En C. Bernal, *Método y metodología en la investigación Metodología de la investigación para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales - Segunda Edición* (pág. 68). México: Pearson Educación.
- Bernal, C. (2010). Técnicas de recolección de la información. En C. Bernal, *Metodología de la Investigación - Administración, economía, humanidades y ciencias sociales - Tercera Edición*. Colombia: Pearson Educación.
- Comercio Exterior. (2014). *Comercio Exterior*. Obtenido de http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/ACE65_Acuerdo.pdf
- Definición de. (2016). *Definición de*. Obtenido de <http://definicion.de/video/>
- García, S. (2008). Teoría sobre la tributación de los artesanos. En S. García, *Obligaciones tributarias de los artesanos, pequeños contribuyentes y Régimen Impositivo Simplificado (RISE)*. Tesis (págs. 16-17). Cuenca.
- Giralda Sierra, F., & Orozco, E. (11 de Marzo de 2011). *Proyectogrado*. Obtenido de <https://proyectogrado.wordpress.com/2011/03/11/metodos-deductivo-e-inductivo/>
- Herrera Vásquez, M. (2009). *Métodos y pensamiento crítico, 1: pienso, hago y aprendo*. Naucalpan: Esfinge.
- Ortiz Uribe, F. G., & García Nieto, M. (2006). *Metodología de la Investigación - El proceso y su técnicas*. México: Limusa.
- PROECUADOR. (2014). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-textiles-en-chile-2014/>
- PROECUADOR. (2016). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-chile-2016/>
- SICE. (2016). *SICE*. Obtenido de http://www.sice.oas.org/ctyindex/ECU/ECUagreements_s.asp

10. ANEXOS

Anexo 1 - Autorización de desarrollo del proyecto de investigación


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

Otavaló, 25 de mayo de 2016

Señor:
José Jaime Cabascango De la Torres

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 Cintya Pakarina Cabascango Tabango con cédula de identidad número 0952601912. Solicitamos su autorización, para poder desarrollar la propuesta con el tema "exportación de blusas bordadas a mano de la empresa Sisa Pakarina hacia el mercado Chileno", en su empresa (asociación) y así poder aplicar los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje.

Por la atención dada a la presente la agradecemos. -

Nombre: Cintya Pakarina Cabascango Tabango
Ci: 0952601912

AUTORIZO

NO AUTORIZO

Nombre del Representante Legal de la empresa:
José Jaime Cabascango De la Torre

Ci:
1001312196

Firma
José Jaime Cabascango

Figura 4 Autorización de Desarrollo de Proyecto de investigación

Fuente: La autora

Anexo 2 - Matriz de selección de mercados

Tabla 4

Lista de los países importadores para prendas de vestir bordadas

Importadores	Indicadores comerciales											Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)
	Valor importada en 2015 (miles de USD)	Saldo comercial 2015 (miles de USD)	Cantidad importada en 2015	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2011-2015 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2011-2015 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2014-2015 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Distancia media de los países proveedores (km)	Concentración de los países proveedores	
Arabia Saudita	6603	-6575	157	Tn.	42057	8	-7	153	0,3	3224	0,23	4,6
Malasia	9646	-6892	269	Tn.	35859	2	-2	99	0,4	3093	0,28	0
República Dominicana	2534	-2524	0	No medida		13		97	0,1	11868	0,57	19
Panamá	1861	-1833	42	Tn.	44310	-5	-20	84	0,1	8710	0,14	12,4
Aruba	896	-894	26	Tn.	34462	41	46	30	0	2705	0,36	6
Qatar	3877	-3593	125	Tn.	31016	-2	6	13	0,2	4539	0,15	4,5
Chile	5330	-4777	149	Tn.	35772	-10	-14	10	0,2	16319	0,5	3,3
Irlanda	11404	-10011	849	Tn.	13432	-12	9	-1	0,5	4688	0,14	3,4
Chipre	5384	-5322	256	Tn.	21031	-7	4	-2	0,2	1858	0,45	3,4
Singapur	26010	-4294	7603730	Unidad	3,42	-9		-7	1,2	2138	0,35	0

Fuente: <http://www.trademap.org/Index.aspx>

Tabla 5

Exportaciones de las prendas de vestir bordadas a mano - país destino 2015

EXPORTACIONES POR PRODUCTO - PAÍS DE DESTINO				
Código de producto	Descripción de producto	País	Peso neto (TM)	Miles USD FOB
6106100000	De algodón	ARGENTINA	0.04	0.40
6106100000	De algodón	ARUBA	0.22	1.74
6106100000	De algodón	CHILE	0.06	0.43
6106100000	De algodón	COLOMBIA	0.02	0.97
6106100000	De algodón	COSTA RICA	0.09	0.22
6106100000	De algodón	CURAZAO, ISLA	0.07	0.55
6106100000	De algodón	ESTADOS UNIDOS	1.79	80.63
6106100000	De algodón	HONDURAS	0.16	1.42
6106100000	De algodón	PANAMÁ	2.72	19.68
6106100000	De algodón	PERÚ	0.09	1.98
6106100000	De algodón	REINO UNIDO	0.31	2.22
6106100000	De algodón	REPÚBLICA DOMINICANA	0.12	0.08
6106100000	De algodón	SANTA LUCÍA	0.04	0.03
TOTALES:			5.72	110.36

Fuente:

<https://www.bce.fin.ec/comercioExteriorBi/comercio/consultaTotXNandinaPaisConGraficoV2.jsp>

Tabla 6

Matriz de selección de mercado para prendas de vestir bordadas a mano

MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS PARA LAS PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO - ANÁLISIS DE DATOS AL 2015						
		PAÍSES				
		PANAMÁ	IRLANDA	CHIPRE	CHILE	REP. DOMINICANA
CON RELACIÓN A ASPECTOS DEL COMERCIO	VALOR EXPORTACIONES ECUATORIANAS A: (Miles de dólares)	19,68	0	0	0,43	0,08
	VOLÚMEN EXPORTACIONES ECATORIANAS A: (Toneladas)	2,72	0	0	0,06	0,12
	VALOR IMPORTACIONES DESDE: (Miles de dólares)	1,861	11,404	5,384	5,33	2,534
	VALOR DE EXPORTACIONES DESDE: (Miles de dólares)	28	1,393	62	553	10
	VOLUMEN DE IMPORTACIONES DESDE: (Toneladas)	42	849	256	146	No medida
	ACUERDOS COMERCIALES CON EL PAÍS DE IMPORTACIÓN	TM80 AP Mercados, TM80 OTC, TM80 Preferencia Regional	Ninguno	Ninguno	Comunidad Andina, AAP.CE N° 65	Ninguno

	BARRERAS SANITARIAS O FITOSANITARIAS EN EL LUGAR DE ORIGEN	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	BARRERAS SANITARIAS O FITOSANITARIAS EN EL LUGAR DE DESTINO	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica
	ARANCEL APLICADO A LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS	12,5%	No existe datos	No existe datos	0,0%	No existe datos
	ARANCEL APLICADO A OTROS PAÍSES	25,1%	25,1%	25,1%	0,0%	25,1%
CON RELACIÓN A LA ECONOMÍA POLÍTICA	PIB-PERCÁPITA ANUAL (2014)	11948,9	54339,3	27194,4	14528,3	6163,6
	INFLACIÓN ANUAL % (2015)	0,1%	-0,3%	-2,1%	4,3%	0,80%
	MONEDA	BALBOA	EURO	EURO	PESO CHILENO	PESO DOMINICANO
	RELACIÓN DE MONEDA FRENTE AL DÓLAR	1 USD = 0,996 PAB	1 EUR = 1,15 USD	1 EUR = 1,15 USD	1 USD = 661 CLP	1 USD = 45,655 DOP
	IDIOMA	ESPAÑOL	IRLANDÉS, INGLÉS	GRIEGO	ESPAÑOL	ESPAÑOL
	TIPO DE GOBIERNO	DEMOCRACIA PRESIDENCIALISTA	PARLAMENTARIA	PRESIDENCIALISTA	REPUBLICANO, DEMOCRÁTICO, REPRESENTATIVO	PRESIDENCIALISTA
ASPECTOS LOGÍSTICOS	TRANSPORTE HACIA EL LUGAR DE DESTINO	MARÍTIMO / AÉREO	MARÍTIMO	MARÍTIMO / AÉREO	MARÍTIMO / AÉREO	MARÍTIMO / AÉREO

	PRINCIPALES PUERTOS O AEROPUERTOS EN LUGAR DE DESTINO	BALBOA, MANZANILLO / TOCUMEN	DUBLÍN	MARINA ST RAPHAEL / NICOSIA ERCAN, LARNACA, PAFOS	SAN ANTONIO, ARICA / IQUIQUE, SANTIAGO DE CHILE, PUERTO MONTT	RÍO HAINA, CAUCEDO / PUNTA CANA, LAS AMÉRICAS, PUERTO PLATA
ASPECTOS CUALITATIVOS	GUSTOS PREFERENCIAS DEL MERCADO	Busca variedad de productos, no reconoce ni las promociones ni la publicidad como influenciadores primarios de su decisión de compra, prefieren productos de calidad antes que económicos, realizan compras online.	La calidad es primordial seguido del precio y servicio, las jóvenes se inclinan más por las marcas y notoriedad de los productos, son receptivos a nuevos productos aunque continúan siendo fieles a sus marcas favoritas.	Gran importancia en la relación calidad-precio, productos respaldados con certificaciones, les atrae la variedad.	Gustos conservadores, preferencias por comprar productos de bajo precio pero con mayor frecuencia, consumidoras jóvenes privilegian el diseño o la moda; las mayores, la calidad y duración; compran por impulso.	Dan preferencia a la ropa de marcas conocidas ya que tienen mucho éxito en la clase media-alta.

Fuente:

<http://www.bce.fin.ec>

<http://www.trademap.org>

<http://www.proecuador.gob.ec/>

<http://www.sice.oas.org>

<http://datos.bancomundial.org>

Anexo 3 - Imágenes



Figura 5 Firma de la Autorización de Desarrollo del Proyecto

Fuente: La autora



Figura 6 Propietarios de Sisa Pakarina en su taller

Fuente: La autora



Figura 7 Confección de vestidos de niña

Fuente: La autora



Figura 8 Modelos de blusas bordadas a mano

Fuente: La autora

Anexo 3 Formato de Encuesta dirigida a proveedores de textiles

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA
ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
ENCUESTA**

La presente encuesta a proveedores de tejidos tiene como objetivo determinar la capacidad de abastecimiento de materias primas en el sector de Otavalo.

Instrucciones:

- La encuesta es anónima para garantizar la confidencialidad y la sinceridad de la información.
- Marque con una X la respuesta que a su criterio es verdadera.
- Leer bien y contestar de acuerdo a lo pedido.

Cuestionario:

1) Indique el tiempo que lleva en la venta de tejidos.

Menos de un año ()

1 a 5 años ()

6 o más años ()

2) ¿Cuenta con la capacidad de abastecimiento de tejidos para con sus clientes?

SI ()

NO ()

3) ¿Cuál es la cantidad mínima para realizar un pedido?

1 – 6 uds. ()

7 – 12 uds. ()

4) ¿Cuál es el precio que ofrece por los siguientes productos?

Producto	Precio		
Tela hindú	\$141 - \$155 ()	\$156 - \$170 ()	\$171 - \$185 ()
Tela procesada	\$121 - \$130 ()	\$131 - \$140 ()	\$141 - \$150 ()
Tela lienzo	\$91 - \$95 ()	\$96 - \$100 ()	\$101 - \$105 ()

5) ¿Cuál es el tiempo máximo de entrega?

8 días ()

15 días ()

1 mes o más ()

6) ¿Cuáles son las formas de pago que ofrece?

Efectivo ()

Cheque ()

Tarjeta de crédito ()

Otras:

7) ¿Cuál es el descuento si la compra se hace al contado?

1% - 3% ()

4% - 6% ()

7% o más ()

8) ¿Cuáles son los tiempos de pago a crédito?

8 días ()

15 días ()

1 mes ()

2 meses o más ()

17) ¿Qué tipo de garantía ofrece a sus clientes?

Cambio ()

Rebaja del precio ()

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4 Formato de Encuesta dirigida a las tiendas especializadas

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA
ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
ENCUESTA**

La presente encuesta a tiendas especializadas tiene como objetivo determinar la demanda de las prendas de vestir bordadas a mano en el mercado español.

Instrucciones:

- La encuesta es anónima para garantizar la confidencialidad y la sinceridad de la información.
- Marque con una X la respuesta que a su criterio es verdadera.
- Leer bien y contestar de acuerdo a lo pedido.

Cuestionario:

1) ¿Ha adquirido prendas de vestir bordadas a mano?

Siempre ()

A veces ()

Nunca ()

2) ¿En cuáles prendas estaría interesado?

Camisas ()

Blusas ()

Vestidos ()

Otros.....

3) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?

PRENDAS PARA NIÑOS:

Camisas y blusas

7€ - 9€ () 10€ - 12€ ()

Vestidos

8€ - 10€ () 11€ - 13€ ()

PRENDAS PARA ADULTOS:

Camisas y blusas

10€ - 12€ () 13€ - 15€ ()

Vestidos

12€ - 14€ () 15€ - 17€ ()

4) ¿Cuál es la cantidad que compraría?

PRENDAS PARA NIÑOS:

Camisas:

10 – 25 unds. ()

26 – 50 unds. ()

Más de 51 unds. ()

Blusas:

10 – 25 unds. ()

26 – 50 unds. ()

Más de 51 unds. ()

Vestidos:

10 – 25 unds. ()

26 – 50 unds. ()

Más de 51 unds. ()

PRENDAS PARA NIÑOS:

Camisas:

10 – 25 unds. ()

26 – 50 unds. ()

Más de 51 unds. ()

Blusas:

10 – 25 unds. ()

26 – 50 unds. ()

Más de 51 unds. ()

Vestidos:

10 – 25 unds. ()

26 – 50 unds. ()

Más de 51 unds. ()

5) Para apreciar la calidad del producto, ¿requiere de muestras comerciales?

SI ()

NO ()

6) En cuanto a los diseños de los bordados, ¿cuáles preferiría?

Precolombinos ()

Flores ()

Frases ()

Animales ()

7) En una compra de estas prendas, ¿qué considera más importante?

Precio ()

Calidad ()

Diseño ()

- 8) ¿Cuál es el tiempo máximo de entrega que exige?
- 15 días ()
 - 30 días ()
 - 60 días ()
- 9) ¿Con cuál forma de pago estaría dispuesto a trabajar?
- Giro directo ()
 - Tarjeta de crédito ()
 - Efectivo ()
- 10) Elija el tipo de Incoterm con el que desea negociar.
- FOB ()
 - CFR ()
 - CIF ()

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 5 Formato de Entrevista dirigida al propietario de Sisa Pakarina

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA
ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
ENTREVISTA**

La presente entrevista al propietario de la empresa Sisa Pakarina tiene como objetivo conocer datos relevantes sobre la parte administrativa, producción y ventas.

Instrucciones:

- Leer bien y contestar de acuerdo a lo pedido.

Cuestionario:

- 1) ¿Cómo surgió la idea de establecer este negocio?
- 2) ¿Los diseños de sus productos son innovados de acuerdo a las tendencias?
- 3) ¿Las tallas de cada producto son estandarizadas?
- 4) ¿Cuál es la línea de productos que ofrece y sus precios?
- 5) ¿Cree que el precio de los productos es el adecuado?
- 6) ¿Cuáles son las formas de pago que ofrece?
- 7) ¿Cuál es el número de obreros y maquinarias con la que cuenta actualmente?
- 8) ¿Cuál es el tiempo de fabricación de cada producto?
- 9) ¿Con qué frecuencia adquiere materia prima y cuál es el monto?
- 10) ¿Cómo realiza la comercialización de sus productos?
- 11) ¿Cuál es la estimación del volumen de producción y de ventas mensuales?
- 12) ¿Considera que su capacidad de producción le permita vender sus productos hacia mercados internacionales?
- 13) De la capacidad de producción de la empresa. ¿Qué porcentaje destinaría para la exportación?

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 6 Forma de Entrevista dirigida a una bordadora independiente

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA
ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
ENTREVISTA**

La presente entrevista tiene como objetivo seleccionar la información proporcionada por una bordadora independiente en la ciudad de Esperanza para determinar la capacidad de abastecimiento de este servicio.

Instrucciones:

- Leer bien y contestar de acuerdo a lo pedido.

Cuestionario:

- 1) ¿Cuánto tiempo lleva en el negocio del bordado?
- 2) ¿La Asociación tiene la suficiente producción para abastecer mercados internacionales?
Sí, ya que la producción mensual es de 400 bordados al mes.
- 3) Para disponer de su servicio, ¿la cantidad de prendas es importante?
- 4) ¿Cómo asegura la calidad de los bordados a sus clientes?
- 5) ¿En qué forma y de acuerdo a qué parámetros determina el precio del bordado?
- 6) ¿Cuáles formas de pago que ofrece? ¿Con cuál trabaja más?
- 7) ¿Cuál es el tiempo de entrega máximo?
- 8) ¿Es necesario que el cliente se acerque a su domicilio para solicitar su servicio o de que otra forma podría efectuarlo?
- 9) ¿Qué tipo de diseños ofrece?

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN