



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

PLAN DE EXPORTACIÓN DE CAJAS DECORATIVAS DE LA EMPRESA DREAMS
LAB HACIA CHICAGO - ESTADOS UNIDOS, PREVIA IMPORTACIÓN DE UNA
MAQUINA CNC CORTADORA LASER DE CO2

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

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

Negocios Internacionales E.1

AUTORA: Gudiño Pepinós Marcela Raquel

ASESORA: Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade

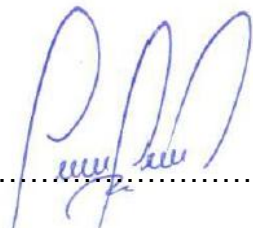
IBARRA, JULIO– 2018

CERTIFICACIÓN

Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade
ASESORA

CERTIFICA:

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

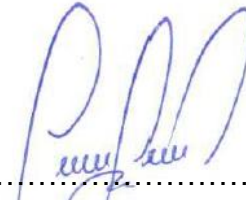


.....
Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade

C.C.: 100255404-4

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. Gabriela Herrera

C.C.: 100255404-4

(f):

.....

C.C.:

(f):

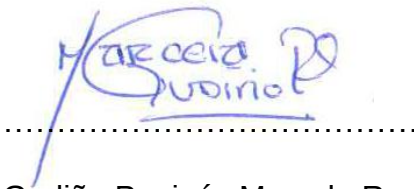
.....

C.C.:

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo: Gudiño Pepinós Marcela Raquel, 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, 13 de julio del 2018

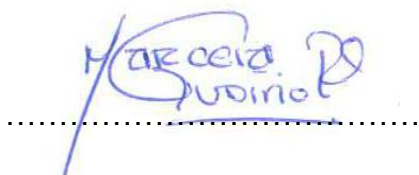


Gudiño Pepinós Marcela Raquel

C.C.: 100354061-2

AUTORÍA

Yo: Gudiño Pepinós Marcela Raquel, portadora de la cédula de ciudadanía N°100354061-2, 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.



Gudiño Pepinós Marcela Raquel

C.C.: 100354061-2

RESUMEN

El objetivo general del presente proyecto es desarrollar un plan de exportación de cajas decorativas de la empresa Dreams Lab hacia Chicago- Estados Unidos previa la importación de una máquina CNC cortadora laser de Co2.

En la actualidad las pequeñas y medianas empresas buscan ampliar sus horizontes basándose en el comercio internacional. El ingreso de una empresa a los mercados internacionales no solo se trata de vender y conocer los trámites de importación, la internacionalización de una empresa va más allá de eso ya que es un proceso a largo plazo, con etapas clave en un plan detallado, no se trata de tener una presencia puntual en otro país sino de estar completamente asentado en la economía de ese país. Hay que tener la estrategia bien definida en el mercado local y entender que los mercados internacionales aportan otras variables a la posibilidad del éxito del producto o servicio: temas culturales, sanitarios, ambientales, normas técnicas y reglamentaciones.

La empresa Dreams Lab es una empresa de tipo familiar que ofrece productos como cajas decorativas, kits personalizados para fiestas entre otros, con altos estándares de calidad, y con diseños personalizados que los diferencian de la competencia, particularmente la sección de cajas decorativas ha incrementado la demanda, es por eso que en la actualidad la empresa se encuentra cubriendo la demanda de empresas y hoteles a nivel nacional, siendo así una empresa que cuenta con capacidades especiales para poder exportar su producto hacia Chicago- Estados Unidos que sería el mercado meta.

Dentro del estudio de mercado, se realizó un análisis PESTEL que es un instrumento de planificación estratégica que sirve para definir el contexto en el que la empresa se desarrollará, analizando los factores externos, políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos.

Estados Unidos posee la primera economía del mundo, delante de China, el estadounidense en general se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros, es calificado como una persona consumista y siempre dispuesto a probar productos nuevos y novedosos, gran parte de sus habitantes de entre 30- 50 años valoran y se sienten altamente atraídos por productos que identifican las culturas y lugares que posee el Ecuador.

Según datos de la Central Intelligence Agency 2016) Estados Unidos es un país con más de 328 millones de habitantes, con un PIB aproximado de 20,351.77 y con un ingreso per cápita de 62.002 USD, es un país industrializado y su economía se basa fundamentalmente en los servicios.

Una de las principales limitaciones de la empresa en la actualidad es el largo tiempo en el proceso de producción, por esa razón y con la finalidad de incrementar la producción actual de cajas decorativas la empresa se encuentra en la necesidad de adquirir una herramienta que le ayudará a triplicar la producción además de ampliar la gama de productos ofertados por la empresa. La máquina que se pretende importar es una CNC cortadora laser de CO2.

Todas las operaciones serán llevadas a cabo directamente por el gerente/ dueño de la empresa, y dos empresas que se encargarán de los trámites tanto de importación como exportación y de efectuar la operación mecánica, es decir, el embalaje y

etiquetado. Por ser un producto plegable y de fácil manipulación, no deberá contener un embalaje especial, ya que puede ser embalado en cajas de cartón para prevenir humedad y otros daños durante el envío hacia el mercado objetivo.

Los resultados arrojados dentro del estudio financiero nos muestran un valor presente neto (VAN) de 26.640,29 y una tasa interna de retorno (TIR) del 36,91% lo que quiere decir que el proyecto es factible.

De acuerdo con la factibilidad de este proyecto la empresa deberá buscar ampliar sus mercados meta en función de la experiencia que adquiera y de los recursos que le permitan consolidar su presencia en los mercados internacionales de acuerdo con su capacidad financiera.

Palabras clave

Empresa - cajas decorativas – importación – exportación – factibilidad

ABSTRACT

The general objective of this project is to develop an export plan for decorative boxes from the Dreams Lab Company to Chicago-United States prior to the import of a Co2 laser cutting machine.

Currently small and medium-sized companies seek to expand their horizons based on international trade, the entry of a company to international markets is not only about selling and knowing the import procedures, the internationalization of a company goes beyond that since it is a long-term process, with key stages in a detailed plan, it is not about having a specific presence in another country but about being fully settled in the economy of that country. You have to have a well-defined strategy in the local market and understand that international markets provide other variables to the possibility of success of the product or service: cultural, health, environmental issues, technical standards and Regulations.

The company Dreams Lab is a family company that offers products with high quality standards, and with customized designs that differentiate them from the competition, particularly the section of decorative boxes has increased the demand, that is why today the company is covering the demand of companies and hotels at national level, being this way a company that counts on special capacities to be able to export its product towards Chicago-the United States that would be the target market.

Within the market study, a PESTEL analysis was carried out, which is a strategic planning instrument that serves to define the context in which the company will

develop, analyzing the external, political, economic, social, technological, environmental and legal factors.

The United States has the first economy in the world, in front of China, the American in general is very open to acquire foreign products, is qualified as a consumer and always willing to try new and innovative products, many of its inhabitants among 30 - 50 years value and feel highly attracted by products that identify the cultures and places that Ecuador has.

It is a country with more than 328 million inhabitants, with an approximate GDP of 20,351.77 and with a per capita income of USD 62,002, it is an industrialized country and its economy is fundamentally based on services.

One of the main limitations of the company at present is the long time in the production process, for that reason and in order to increase the current production of decorative boxes the company is in need of acquiring a tool that will help to triple the production in addition to expanding the range of products offered by the company. The machine that is to be imported is a CNC CO2 laser cutting machine.

All the operations will be carried out directly by the manager / owner of the company, and two companies that will be in charge of both import and export procedures and carry out the mechanical operation, that is, packaging and labeling. As it is a folding and easy to handle product, it should not contain special packaging, as it can be packed in cardboard boxes to prevent moisture and other damage during shipment to the target market.

The results of the financial study show a net present value (NPV) of 26,640.29 and an internal rate of return (IRR) of 36.91%

According to the feasibility of this project, the company must seek to expand its target markets based on the experience it acquires and the resources that allow it to consolidate its presence in international markets according to its financial capacity.

Keywords

Company - decorative boxes - import - export - feasibility

DEDICATORIA

Lo que un día empezó como un sueño, hoy es una realidad, este trabajo se lo dedico a mi hijo Josué, quien es y será siempre mi principal fuente de motivación para continuar creciendo personal y profesionalmente, y ser un ejemplo en su vida.

A mis padres, Marcelo y Marlene por ser los pilares fundamentales, para poder haber alcanzado este importante logro, por ser mis guías y maestros, influyendo en mí su amor e incondicional apoyo.

A mi hermana, Paula por ser el ejemplo de una hermana mayor y de la cual aprendí a ser constante y perseverante para llegar al éxito.

Marcela Gudiño P.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres por su confianza, apoyo incondicional y por estar a mi lado en los momentos más difíciles de esta etapa de mi vida.

A mis maestros por compartirnos sus conocimientos, de manera especial a la Mgs. Gabriela Herrera y el Mgs. Edison Vinueza, por su ayuda, entrega y dedicación para realizar este proyecto.

A todas aquellas personas que de forma directa o indirecta estuvieron presentes durante el tiempo de formación y me brindaron su apoyo para poder culminar con éxito mi carrera profesional.

Marcela Gudiño P.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN	II
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	III
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	IV
AUTORÍA.....	V
DEDICATORIA	XII
AGRADECIMIENTO	XIII
INTRODUCCIÓN	XXVII
CAPITULO I.....	1
1. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Cajas decorativas	1
1.1.1 Tipos de cajas en función del material	1
1.1.2 Proceso de elaboración	5
1.1.3 Maquinarias , herramientas e insumos	6
1.1.4 Empresa Dreams Lab	9
1.2 PLAN DE EXPORTACIÓN	10
1.2.1 Características del plan	12
1.2.2 Propósitos del plan de exportación	13
1.2.3 Funciones del plan de exportación	14
1.2.4 Estructura del Plan de Exportación.....	14
1.2.5 Componentes principales del plan de exportación	15

1.3	INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS	16
1.3.1	Objetivos de la internacionalización	17
1.3.2	Etapas de la internacionalización.....	17
1.4	MÉTODOS DE ENTRADA INTERNACIONALES	18
1.4.1	Formas de ingreso en mercados exteriores.....	20
1.4.2	Exportación Indirecta	21
1.4.3	Exportación directa	21
1.4.4	Exportación concertada	22
1.4.5	Exportación compensada	22
1.4.6	Exportación productiva	22
1.5	IMPORTACIÓN.....	23
1.5.1	Concepto de importación	23
1.5.2	Importación como régimen	23
1.5.3	Importación como técnica	24
1.5.4	Importación como estrategia.....	24
1.5.6	Proceso de importación a consumo.....	24
1.6	EXPORTACIÓN	26
1.6.1	La exportación como régimen.....	27
1.6.2	Exportación como estrategia	27
1.6.3	Exportación como filosofía y cultura	28
1.6.4	Proceso de exportación	28
1.7	CONTRATOS INTERNACIONALES	30
1.7.1	Clasificación de los contratos internacionales	31
1.7.2	Contratos internacionales más utilizados en el comercio	32
1.7.3	Contrato de compraventa internacional de mercancías.....	34
1.7.4	Términos de negociación internacional.....	35
1.7.5	Importancia de los términos de negociación internacional.....	36

1.8 PROCESO LOGÍSTICO.....	38
1.8.1 Concepto	38
1.9 MEDIOS DE COBRO Y PAGO EN EL COMERCIO EXTERIOR	38
1.10 TRANSPORTE INTERNACIONAL	41
1.11 LOGÍSTICA INTERNACIONAL	41
1.11.1 Actividades de logística	42
1.12 SEGUROS INTERNACIONALES.....	43
1.12.1 Seguro de mercancía en el transporte internacional.....	43
CAPITULO II.....	48
2. DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO	48
2.1 ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS	48
2.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	49
2.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS	49
2.4 INDICADORES	50
2.5 MATRIZ DE RELACIÓN	51
2.6 MECÁNICA OPERATIVA.....	52
2.6.1 Población o universo.....	52
2.6.2 Muestra.....	53
2.6.3 Información primaria	53
2.6.4 Análisis y tabulación de la información	54
2.7 MATRIZ FODA	67

2.8 ESTRATEGIAS FO DO FA DA	68
2.9 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO	70
2.10 ESTUDIO DE MERCADO	71
2.10.1 Perfil del mercado	71
2.10.2 Análisis PESTEL del mercado	73
2.10.2.1 Factores Políticos	73
2.10.2.2 Factores económicos	75
2.10.2.3 Factores socio culturales	80
2.10.2.4 Factores tecnológicos	82
2.10.2.5 Factores Legales	84
2.11 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA	88
2.11.1 Descripción de la partida arancelaria	88
2.11.2 Demanda	89
2.12 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA	95
2.13 DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO	99
2.14 DEMANDA INSATISFECHA	100
CAPITULO III	102
3. INGENIERIA DEL PROYECTO	102
3.1 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	102
3.1.1 Macro localización	102
3.1.2 Micro localización	102
3.2 PROPUESTA ADMINISTRATIVA	103
3.2.1 Nombre de la empresa	103

3.2.2 Logotipo	103
3.2.3 Slogan.....	104
3.2.4 Historia de la empresa	104
3.2.5 Pensamiento estratégico	105
3.2.6 Organigrama estructural	106
3.2.7 Requerimiento de personal.....	108
3.2.8 Estructura funcional y perfil de talento humano	108
3.3 PROPUESTA LEGAL.....	113
3.3.1 Propuesta de creación de un modelo de Compañía Limitada	113
3.4 PROPUESTA OPERATIVA	116
3.4.1 Flujogramas de procesos.....	116
3.4.1.1 Flujograma del proceso de producción	116
3.4.1.2 Flujograma del proceso de importación	117
3.4.1.3 Flujograma del proceso de exportación	117
3.5 PROPUESTA DE PRODUCCIÓN	118
3.5.1 Producto	118
3.5.1.1 Descripción del producto	118
3.5.1.2 Proceso productivo	118
3.5.3 Infraestructura.....	119
3.5.3.1 Distribución física de la empresa	119
3.5.4 Equipamiento y maquinaria	122
3.5.4.1 Equipamiento	122
3.5.4.2 Maquinaria	124
3.6 PROPUESTA DE IMPORTACIÓN	125
3.6.1 Descripción de la partida arancelaria.....	126
3.6.2 Información de contacto.....	127
3.6.3 Requisitos para importar	130
3.6.4 Término de la negociación	136

3.6.5 Precio de la máquina	137
3.6.6 Forma de pago.....	137
3.6.7 Medio de transporte	138
3.7 PROPUESTA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	138
3.8 PROPUESTA DE EXPORTACIÓN.....	140
3.8.1 Producto	140
3.8.2 Partida arancelaria.....	143
3.8.3 Empaque y etiquetado	144
3.8.4 Proceso de exportación	147
3.8.5 Término de la negociación	151
3.8.6 Modalidad de pago internacional	152
3.8.7 Logística de exportación	153
3.9 PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN.....	155
CAPITULO IV	156
4. Estudio financiero	156
4.1 Inversión inicial	156
4.1.2 Inversión fija.....	157
4.1.3 Inversión variable	157
4.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	158
4.3 GASTOS	159
4.3.1 Gastos de constitución.....	159
4.3.2 Gastos administrativos.....	159
4.3.3 Sueldos y salarios.....	160
4.3.4 Detalle de gastos de exportación.....	172
4.3.5 Gastos unitarios	173
4.3.6 Determinación del precio de exportación	173

4.3.7 Detalles de gastos de importación	174
4.4 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	175
4.4.1 Datos del financiamiento.....	176
4.4.2 Amortización de la deuda	176
4.5 DETERMINACIÓN DE COSTO DE CAPITAL	178
4.6 CÁLCULOS DE LA DEPRECIACIÓN	178
4.7 DETERMINACIÓN DE LOS PRESUPUESTOS	179
4.7.1 Presupuesto de ventas	179
4.7.2 Presupuesto de costos	179
4.7.3 Presupuesto de gastos	180
4.7.3.1 Gastos administrativos.....	180
4.7.3.2 Gastos de exportación	181
4.8 DEPRECIACIONES	181
4.9 ESTADOS FINANCIEROS	181
4.9.1 Estado de resultados	181
4.9.2 Balance general	183
4.9.3 Flujo de efectivo.....	184
4.10 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO	184
4.10.1 Valor presente neto (VPN).....	184
4.10.2 Período de recuperación de la inversión.....	185
4.10.3 Tasa interna de retorno (TIR).....	186
4.11 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	186
4.11.1 Margen de contribución	187
4.11.2 Punto de equilibrio por unidades físicas	188
4.11.3 Punto de equilibrio por unidades monetarias	188

CONCLUSIONES GENERALES	189
RECOMENDACIONES.....	191
BIBLIOGRAFÍA	192
ANEXOS	198

Índice de tablas

Tabla 1: Actividades de logística	42
Tabla 2: Matriz de relación	51
Tabla 3: Información de contacto Ecua Lab	52
Tabla 4: Información de contacto A&H Store	52
Tabla 5: Información de contacto Crafts and Gifts.....	52
Tabla 6: Producto con mayor demanda.....	54
Tabla 7: Modelos de cajas decorativas con mayor demanda.....	55
Tabla 8: Tipo de material	55
Tabla 9: Predisposición para importar	56
Tabla 10: Volúmenes de compra.....	57
Tabla 11: Frecuencia de compra	57
Tabla 12: Forma de pago	58
Tabla 13: Fijación del precio.....	58
Tabla 14: Precio por unidad.....	59
Tabla 15: Término de negociación	60
Tabla 16: Observación directa	65
Tabla 17: Matriz FODA.....	67
Tabla 18: Cruce FODA	68
Tabla 19: Indicadores de crecimiento USA	76
Tabla 20: Actividad económica por sector USA.....	78
Tabla 21: Cifras del comercio internacional Estados Unidos.....	78
Tabla 22: Países asociados.....	79
Tabla 23: Partida arancelaria exportación	88
Tabla 24: Lista de los productos importados por Estados Unidos durante los últimos 5 años dentro de la partida 4819.20.00.....	90
Tabla 25: Países importadores.....	91
Tabla 26: Principales proveedores para un producto importado por USA	92
Tabla 27: Países exportadores.....	93
Tabla 28: Países importadores para un producto exportado por Ecuador	94

Tabla 29: Principales exportadores mundiales	95
Tabla 30: Mercados importadores para un producto exportado por Estados Unidos en series anuales expresado en miles de dólares.	95
Tabla 31: Mercados importadores para un producto exportado por Ecuador en series anuales expresado en miles de dólares.	96
Tabla 32: Estimación de la oferta empresa Dreams Lab	97
Tabla 33: Incremento promedio de la oferta de la empresa Dreams Lab en unidades	97
Tabla 34: Proyección de la oferta de la empresa	98
Tabla 35: Determinación del precio empresa Dreams Lab.....	99
Tabla 36: Requerimiento de personal.....	108
Tabla 37: Herramientas para la producción	123
Tabla 38: Partida arancelaria de importación	126
Tabla 39: Inversión inicial	156
Tabla 40: Inversión fija	157
Tabla 41: Inversión variable	158
Tabla 42: Costos de producción	158
Tabla 43: Gastos de constitución	159
Tabla 44: Gastos administrativos	160
Tabla 45: Rol de pagos primer año	162
Tabla 46: Rol de pagos segundo año	164
Tabla 47: Rol de pagos tercer año	166
Tabla 48: Rol de pagos cuarto año.....	168
Tabla 49: Rol de pagos quinto año.....	170
Tabla 50: Gastos de exportación.....	172
Tabla 51: Seguro de transporte exportación	173
Tabla 52: Gasto unitario	173
Tabla 53: Determinación del precio unitario	174
Tabla 54: Cálculo de tributos importación	174
Tabla 55: Determinación de los gastos de importación	175

Tabla 56: Seguro de transporte importación	175
Tabla 57: Estructura del financiamiento	176
Tabla 58: Datos del financiamiento	176
Tabla 59: Amortización de la deuda	177
Tabla 60: Intereses del financiamiento	178
Tabla 61: Costo de capital	178
Tabla 62: Depreciación.....	179
Tabla 63: Presupuesto de ventas	179
Tabla 64: Presupuesto de costos	180
Tabla 65: Gastos administrativos	180
Tabla 66: Gastos de exportación.....	181
Tabla 67: Depreciaciones.....	181
Tabla 68: Estado de resultados	182
Tabla 69: Balance general.....	183
Tabla 70: Flujo de efectivo	184
Tabla 71: Valor presente neto	185
Tabla 72: Período de recuperación de la inversión	185
Tabla 73: Tasa interna de retorno	186
Tabla 74: Punto de equilibrio	187
Tabla 75: Margen de contribución	188
Tabla 76: Punto de equilibrio por unidades físicas	188
Tabla 77: Punto de equilibrio por unidades monetarias.....	188

Índice de figuras

Figura 1: Cajas decorativas de cartón.....	2
Figura 2: Cajas decorativas de papel.....	2
Figura 3: Cajas decorativas de vinil.....	3
Figura 4: Cajas decorativas de cartulina	4
Figura 5: Cajas decorativas de madera.....	4
Figura 6: Cajas decorativas de cuero.....	5
Figura 7: Silhouette Cameo 3.....	6
Figura 8: Cortadora Láser de CO2.....	7
Figura 9: Herramientas	8
Figura 10: Formas de ingreso a mercados exteriores.....	20
Figura 11: Incoterms 2010	35
Figura 12: Población con acceso a internet en Estados Unidos con proyección al año 2020	84
Figura 13: Localización de la provincia de Pichincha.....	102
Figura 14: Micro localización empresa Dreams Lab.....	103
Figura 15: Logotipo empresa Dreams Lab	104
Figura 16: Organigrama estructural.....	107
Figura 17: Flujograma del proceso de producción empresa Dreams Lab	116
Figura 18: Flujograma del proceso de importación	117
Figura 19: Flujograma del proceso de exportación.	117
Figura 20: Recepción Dreams Lab.....	119
Figura 21: Sala de espera Dreams Lab.....	120
Figura 22: Almacenamiento Dreams Lab	121
Figura 23: Área de diseño Dreams Lab	121
Figura 24: Área de producción y corte Dreams Lab	122
Figura 25: Gerencia Dreams Lab	122
Figura 26: Máquina cortadora Perú.....	126
Figura 27: Empresa Rose Graphix ubicación.....	128
Figura 28: Especificaciones de la máquina cortadora de láser CO2	129

Figura 29: Precio de la máquina cortadora láser de CO2	137
Figura 30: Aeropuerto de embarque y de llegada de la importación	138
Figura 31: Facebook Dreams Lab.....	139
Figura 32: Página web empresa Dreams Lab	140
Figura 33: Partida arancelaria de exportación.....	144
Figura 34: Guía de acondicionamiento y embalaje	144
Figura 35: Envase cajas decorativas armadas.....	145
Figura 36: Envase cajas decorativas desarmadas	146
Figura 37: Etiqueta empresa Dreams Lab	147
Figura 38: Registro de exportador en ECUAPASS	149
Figura 39: DAE Declaración Aduanera de Exportación.....	151
Figura 40: Embalaje global.....	153
Figura 41: Marcado de las cajas	154
Figura 42: Aeropuerto internacional O'Hare.....	155
Figura 43: Canal de distribución corto.....	155

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación tiene como objetivo realizar un plan de exportación de cajas decorativas de la empresa Dreams Lab hacia Chicago- Estados Unidos, previa importación de una máquina CNC cortadora laser de CO2. La empresa Dreams Lab está ubicada en la provincia de Pichincha, cantón Quito, sector sur, se considerarán toda la documentación y requerimientos necesarios para que el producto pueda ser exportado sin ningún contratiempo.

El producto fue elegido ya que actualmente la sección de cajas decorativas ha tenido un gran incremento en la demanda, por sus modelos atractivos y personalizados, además de la excelente calidad y servicio óptimo que la empresa ofrece, la forma de producción utilizada en la actualidad es de forma manual y los tiempos utilizados dentro del proceso productivo son muy largos, es por eso que la empresa no puede ampliar y diversificar su mercado, mirando así la urgente necesidad de importar maquinaria tecnificada que pueda mejorar y optimizar el ciclo de producción, ampliar la gama de productos y cubrir de manera eficiente la demanda nacional, ahorrando tiempo, logrando satisfacer las necesidades de sus clientes, creando confianza en los mismos al entregar sus productos con la calidad y en el tiempo establecido, además de expandir la empresa y abrir mercados a nivel internacional a través de la exportación de sus productos que representarán la inigualable belleza que posee el Ecuador y así se logrará fomentar el turismo de nuestro país.

En el capítulo 1, se detallan los puntos teóricos de mayor relevancia dentro de la elaboración del proyecto tales como: concepto y proceso de elaboración de cajas decorativas, la internacionalización, importación , exportación y sus procesos, así como también temas relacionados con las formas de pago internacional, seguros, entre otros.

El capítulo 2, es el diagnóstico y/o estudio de mercado en donde se analizan diferentes tipos de información de fuentes primarias tales como entrevista realizada al gerente de la empresa, encuestas realizadas a los clientes potenciales así como también la observación detallada de la empresa, maquinarias e insumos y procesos productivos. De la misma forma se identifica y analiza la información obtenida de fuentes de información secundaria. Dentro del estudio de mercado se procedió a realizar un análisis PESTEL que es un instrumento de planificación estratégica para definir el contexto en el que se desarrollará la empresa y nuestro producto en el mercado internacional.

El capítulo 3 se trata de la ingeniería del proyecto, en donde se manifiestan temas como la macro y micro localización de la empresa, la propuesta administrativa, propuesta operativa, de comercialización, infraestructura y equipamiento, así como también la propuesta de importación y exportación.

Dentro del capítulo 4 se encuentra el análisis económico o estudio financiero el cual nos permite identificar la existencia y disponibilidad de recursos, además de poder darnos la idea de la situación financiera futura, así como de las condiciones generales de la empresa y sus resultados.

CAPITULO I

1. MARCO

TEÓRICO

1.1 Cajas decorativas

Las cajas decorativas son artículos multifuncionales, ya que cumplen no solo la función de servir de envase de diferentes artículos, sino también son utilizados como artículos de decoración.

Son elaborados en diversos tipos de materiales tales como: papel, cartón, vinil, cartulina, entre otros, cuentan con diseños innovadores, representaciones de los lugares turísticos y atractivos naturales del Ecuador y personalizados al gusto del cliente.

1.1.1 Tipos de cajas en función del material

Las cajas elaboradas por la empresa Dreams Lab son diseñadas exclusivamente al gusto y preferencia de los clientes, es decir que los materiales utilizados varían de acuerdo a la ocasión y al tipo de productos que se pretenda obtener como resultado, entre los materiales usados con mayor frecuencia podemos encontrar los siguientes :

- **Cajas de cartón:** Se elaboran a base de cartón sólido o también llamado tabla de cartón, tiene una parte lisa revestida y suave para facilitar la impresión; para la elaboración de este tipo de cajas se usa también cartón recubierto o papel cuché (también conocido como papel estucado, metal, tipo, esmaltado o propalcote) es un papel que en su exterior es recubierto por una o varias capas (couches) de productos que le confieren diferentes cualidades, incluyendo peso, superficie, brillo y suavidad.



Figura 1: Cajas decorativas de cartón

- **Cajas de papel:** Son elaboradas utilizando diversos tipos de papel, tales como papel de acetato, autoadhesivo, acuarela, celofán, papel reciclado entre otros, tomando en cuenta las especificaciones y preferencias de los clientes.



Figura 2: Cajas decorativas de papel

- **Cajas de vinil:** Este tipo de cajas son consideradas como mixtas, ya que están elaboradas a base ya sea de cartón o papel y recubiertas con diseños personalizados a base de vinilo.



Figura 3: Cajas decorativas de vinil

- **Cajas de cartulina:** La cartulina usada es normalmente de gramajes mayores de 200gr y está compuesta de una o varias capas de distintos materiales obtenidos de la celulosa cruda o blanqueada, de pulpa mecánica o de papel reciclado. Por lo general son estucadas por una cara. El estuco es una capa de componentes minerales y orgánicos que aporta al producto las mejores condiciones para impresión.



Figura 4: Cajas decorativas de cartulina

- **Cajas de madera:** Este tipo de cajas son consideradas como arte en madera ya que son elaboradas a mano y personalizadas con grabados de acuerdo a la ocasión y gustos de los clientes.



Figura 5: Cajas decorativas de madera

- **Cajas de cuero:** Son cajas elaboradas en diferentes tipos de material y recubiertas de cuero con cortes e impresiones personalizados.



Figura 6: Cajas decorativas de cuero

1.1.2 Proceso de elaboración

Para iniciar con la elaboración ya sea de cajas decorativas o los diferentes kits ofertados por la empresa se debe realizar el diseño de las etiquetas o calcomanías, ya sea en conjunto o planilla o bien de forma individual, dentro del software de diseño y de corte Silhouette Studio, se generan las guías o marcas de registro para que estas sean impresas a la par del diseño y que en su momento al ser ingresado al plotter de corte, el sensor óptico o laser, de lectura a dichas marcas y empate el diseño impreso con el diseño en pantalla. Esto va permitir un corte a contorno, interior o según nuestras necesidades.

Luego de haber obtenido el corte o diseño de las cajas dependiendo de las necesidades se procede a armar y pegar las mismas, este trabajo es realizado de forma manual por parte de los trabajadores de la empresa, para finalizar el producto pasa por el personal encargado de controlar la calidad para asegurarse de que las formas y condiciones del producto cumplan con las pactadas con el cliente.

En el caso de las cajas elaboradas a base de madera y cuero el proceso de elaboración varía en los primeros pasos ya que previo al diseño de las etiquetas se debe realizar el corte y armado de la madera para luego proceder al grabado y personalización de las mismas.

1.1.3 Maquinarias , herramientas e insumos

En la actualidad la empresa cuenta con una Silhouette Cameo 3, la cual tiene una producción aproximada de 100 cajas diarias.

- **Silhouette Cameo 3**



Figura 7: Silhouette Cameo 3

Es una herramienta de corte; permite cortar cualquier diseño: letras, palabras, imágenes y multitud de modelos personalizados puede cortar papel, cartulina, vinilo, tela, y otros materiales de hasta 12 pulgadas de ancho y 3 metros de largo (en el caso del vinil). La máquina puede registrar y cortar materiales impresos, además es compatible con la tecnología PixScan. La capacidad de producción es de aproximadamente 100 cajas diarias, (Tecnowire, s.f.).

Con la finalidad de incrementar la producción actual de cajas decorativas y cubrir el alza de la demanda actual de las mismas, la empresa se encuentra en la necesidad de adquirir una herramienta de corte, grabado, y diseño que le permitirá cumplir con lo antes mencionado, al triplicar la producción además de poder incrementar la gama de productos ofertados por la empresa. La máquina que se pretende adquirir es una CNC cortadora laser de CO2.

- **Cortadora láser de CO2**



Figura 8: Cortadora Láser de CO2

La máquina Cortadora Láser de CO2, es de última tecnología, de corte por láser de CO2, es adecuada para cortar diferentes materiales como: chapa gruesa, madera, acrílico, vidrio, papel, textiles, plásticos, cuero y piedra. Las máquinas de corte por láser de CO2 tienen una alta producción, que triplicaría la producción actual, se puede manejar todos los grosores de chapa hasta 30mm y piezas tubulares (Cutting, s.f.).

Esta máquina es mucho más eficiente energéticamente y además puede ser mucho más eficiente en cuanto a la conservación de las materias primas (Bodor, s.f.).

Herramientas



Figura 9: Herramientas

Al momento de elaborar cajas decorativas es indispensable contar con:

- Tapete de corte que es el que permite que la máquina Silhouette Cameo pueda realizar el corte con precisión.
- Reglas metálicas
- Estiletes
- Cuchillas de corte para los diferentes tipos de material
- Espátula con mango

- Garfio
- Espátula plana

Insumos

Los insumos indispensables para la elaboración de cajas decorativas varían de acuerdo a diseño y gustos de los clientes, entre los más importantes podemos citar los siguientes:

- Cartulina en diferentes tipos como esmaltada, nacarada, entre otras dependiendo del diseño a elaborarse.
- Silicona fría
- Papel iris
- Pigmentos
- Cola glitter
- Cinta doble cara

1.1.4 Empresa Dreams Lab

Dreams Lab nace un 12 de julio de 2012 siendo un emprendimiento, que se llevó a cabo por dos razones por dos razones: la primera, la necesidad de contar con ingresos extra para la familia ya que a pesar de que los propietarios contaban con trabajos estables existían gastos que necesitaban ser cubiertos y la segunda, por el gusto y pasión de la esposa del gerente en crear y personalizar kits para fiestas de cumpleaños. Empezaron creando artículos a mano para fiestas de familiares y personas conocidas, al mirar la gran acogida que tenían sus productos se vieron en la necesidad de adquirir maquinaria que les ayudaría a producir de manera más rápida y eficiente.

Luego de que adquirieron la maquinaria, observaron las funciones y la utilidad que esta tenía, decidieron ampliar la gama de productos, ya no sólo era decoración para fiestas sino también, la personalización de cajas decorativas para diferentes eventos y fechas. Gracias a la calidad de los productos y a sus diseños exclusivos, la demanda se fue incrementando significativamente, Dreams Lab en la actualidad se encuentra cubriendo la demanda de empresas y hoteles a nivel nacional.

Particularmente la sección de cajas decorativas ha tenido una gran demanda, por sus modelos atractivos y personalizados, además de la excelente calidad y servicio óptimo que la empresa ofrece.

A diferencia de las empresas dedicadas a la elaboración de cajas, Dreams Lab diseña cajas que representen los lugares turísticos y atractivos naturales de nuestro país tales como: Mitad del Mundo, Malecón, el Panecillo, Parque Nacional Galápagos, entre otras siendo esta particularidad un plus que la diferencia de la competencia.

1.2 PLAN DE EXPORTACIÓN

El plan de exportación es un requisito para exportar correctamente. Nos asistirá en la planeación de la viabilidad del negocio, así como para determinar mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación (Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas, 2016).

El objetivo de elaborar un plan de exportación es encontrar nuevas oportunidades de negocios internacionales para hacer crecer un negocio en el mercado nacional (Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas, 2016).

El plan de negocios de exportación es un documento que contiene la descripción, análisis y planificación detallados de las actividades de exportación que la empresa desarrollará. Su utilidad se traslada a la puesta en marcha del proyecto al servir como una guía en la ejecución de las operaciones (CORPEI, 2006).

Para poder realizar un buen proyecto de exportación, resulta de gran utilidad el tener una guía que sirva como modelo para planear adecuadamente y así estructurar todas y cada una de las condiciones y actividades necesarias para el logro de los objetivos y metas trazadas al tomar la decisión de exportar hacia un mercado seleccionado. Por ello, un plan de exportación es una herramienta fundamental para que los esfuerzos por llevar a cabo una exportación exitosa repercutan en beneficios para la compañía o agente emprendedor (Troncoso, 2000).

Según lo expresado por Morales Troncoso, en su libro: Plan de Exportación, Lleve sus productos a todo el mundo (2000) un plan de exportación sirve para que la empresa pueda:

- Definir sus fortalezas y debilidades.
- Determinar correctamente las ventajas competitivas de su producto.
- Hacer una objetiva evaluación de las oportunidades que ofrecen los mercados del exterior.
- Identificar y reducir los riesgos inherentes a los negocios internacionales.
- Evaluar la factibilidad del negocio que se propone emprender y mejorar su proyecto, antes de ponerlo en práctica.
- Atraer inversionistas o socios, así como a colaboradores clave.
- Tener acceso a financiamientos.
- Utilizar sus propios planes como marco de referencia y guía operativa, una vez puestos en práctica.

Como mencionan los autores anteriormente señalados el plan de exportación es la recopilación estructurada de los pasos que una persona debe seguir para poder aprovechar las oportunidades de mostrar sus productos a nivel internacional.

1.2.1 Características del plan

Según la CORPEI (2006) el plan de exportación debe contar con las siguientes características:

- Las estrategias deben ser formuladas para aprovechar las oportunidades comerciales y minimizar los riesgos inherentes al proceso de la gestión de exportación, con el fin de favorecer el proceso de internacionalización de la empresa frente a la aceleración y dinamismo del comercio mundial.

Es importante formular una buena estrategia que ilustre claramente las características del proyecto e incluya un análisis completo y riguroso, tanto cualitativo como cuantitativo. Además la CORPEI (2016) detalla que un plan debe contener lo siguiente:

- Compromiso y sinergia organizacional: Compromiso de actuación por parte de todos los niveles según la estructura funcional u organizativa de la empresa, de tal manera que todos sus integrantes se comprometan con el proceso y concentren su atención en las estrategias y objetivos de la organización.
- Concientización y motivación al personal para la adopción del plan de exportación como parte de la cultura organizacional de la empresa para mejorar el desempeño y lograr competitividad internacional.

- Flexibilidad que permita revisiones, correcciones, ajustes y mejoras en el plan de exportación.
- Identificación de problemas y oportunidades comerciales para la búsqueda de objetivos y estrategias. Los problemas y las oportunidades no muestran exactamente lo que debe hacerse, sino que señalan las áreas que requieren atención y describen el ambiente actual y potencial del mercado. Es la estrategia la que debe indicar el accionar a partir del análisis de los problemas y oportunidades.
- El plan de exportación debe ser considerado como una inversión y no como un costo.
- Carácter provisorio de los procedimientos de logística: Permite declarar la estrategia competitiva de la empresa referente a las funciones de facilitación y procedimiento de exportación, acorde con la identificación y selección del mercado meta.
- Interdependencia entre sus componentes, esto es el análisis de mercado, el análisis de competitividad y los procedimientos de logística asociados a la exportación.

1.2.2 Propósitos del plan de exportación

La CORPEI (2006) menciona que los propósitos y funciones de un plan de exportación son los siguientes:

- Proveer dirección a las actividades de exportación.
- Estimar cuándo tendrán lugar las actividades de exportación.

- Estimar los costos asociados a la exportación.
- Coordinación de toda la información relevante al proyecto de exportación.

1.2.3 Funciones del plan de exportación

- Informar a todo el personal involucrado acerca de los objetivos.
- Dar instrucciones específicas acerca de cómo el personal contribuirá a las actividades de exportación.
- Justificar el costo del proceso de exportación.

1.2.4 Estructura del Plan de Exportación

Según el Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas (2016) la estructura del plan de exportación con sus puntos principales es:

1. Objetivos del plan
2. Resumen para exportar (Sumario)
3. Antecedentes para exportar:
 - Situación de la empresa
 - Hipótesis de la base del plan
 - Datos macro coyunturales
 - Porque la decisión de exportar
4. Objetivos de la empresa con la exportación (marketing y financieros)
5. La inteligencia del marketing (creación de fuentes de información)
6. Identificación y evaluación de oportunidades
 - Oportunidades de mercados existentes
 - Oportunidades de mercados creadas
 - Oportunidades de mercados creadas por la competencia

- Oportunidades de mercados futuras.
- Evaluación del ambiente del marketing internacional

NOTA: requiere elaboración de estudio de mercado para exportación

7. Análisis producto/espacio

- Averiguar y definir la combinación producto/mercado:
- Que producto
- Para qué tipo de mercado
- Con qué cambios

8. Alternativas de entrada al mercado seleccionado

9. Instrumentos que serán necesarios (comunicación, estructura interna, recursos, asesorías, etc.)

10. Plan de acción:

- Producto
- Ventas
- Asistencia a la venta
- Promoción

11. Criterios de auditoría

1.2.5 Componentes principales del plan de exportación

De acuerdo con la estructura del plan de exportación, los principales componentes del plan son los siguientes:

- El análisis del mercado
- El análisis de competitividad de la empresa
- Procedimientos de logística y trámites de exportación.

1.3 INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS

La internacionalización es un proceso a largo plazo, con etapas clave en un plan detallado. No se trata de tener una presencia puntual en algún otro país, sino de estar completamente asentado en la economía de esos países. Hay que tener la estrategia bien definida en el mercado local y entender que los mercados internacionales aportan otras variables a la posibilidad de éxito del producto o servicio: temas culturales, los requisitos sanitarios, ambientales, normas técnicas y reglamentaciones en los productos (Escuela de estrategias, 2014).

La internacionalización es un proceso difícil de planificar con antelación, ya que las estructuras y rutinas necesarias no pueden ser establecidas por adelantado, sino que deben ser construidas gradualmente como consecuencia de un aprendizaje sobre los mercados exteriores. Sin embargo, parte del éxito consiste en diseñar un plan de entrada completo, consistente y eficiente. Ello no implica que dicho plan deba ser complicado o utilice técnicas de previsión sofisticadas, sino que se trata de estudiar anticipadamente los requisitos que plantea el mercado donde se intenta penetrar, el procedimiento a utilizar y prever las consecuencias de las posibles acciones. Por tanto, una vez desencadenada la idea, el proceso puede ser programado y formalizado a través de un plan de internacionalización (Quer, 2013, pág. 9).

Bajo el enfoque estratégico, la internacionalización de empresas es el resultado de la adopción de una serie de estrategias en las que se consideran tanto los recursos y capacidades de la empresa como las oportunidades y amenazas del entorno. La internacionalización de empresas consiste en el proceso por el cual una empresa participa de la realidad de la globalización, es decir, la forma en que la empresa proyecta sus actividades, total o parcialmente, a un entorno internacional y genera flujos de diversos tipos (comerciales, financieros y de conocimiento) entre distintos países (Leandro, 2009).

De acuerdo con Coviello y Munro (1995), los estudios para comprender el proceso de internacionalización, se ha centrado en dos vertientes: la primera analiza la expansión internacional por procesos o etapas incrementales, donde hay un aumento de conocimientos del mercado por parte de la empresa y, así mismo, un compromiso con el mercado a través del tiempo. La segunda vertiente trata de cómo los procesos de la internacionalización se ven influenciados e involucran un conjunto de relaciones que forman las redes de la empresa.

Coleman (1990) menciona que, para lograr la internacionalización en la PYME, debe existir un nexo y madurez entre las condiciones internas de la empresa, es decir, la estructura y los procesos, la tecnología y relaciones interempresariales, y las condiciones externas a ella como lo es la cultura-país, el ambiente competitivo y las redes sociales interempresariales. Este nexo y madurez, se encuentra a través del capital social con que cuenta la empresa.

1.3.1 Objetivos de la internacionalización

Los objetivos de internacionalizar una empresa son (Canals, 1994):

- Apertura de nuevos mercados.
- Costes de producción más bajos.
- Una estructura de la producción y la distribución de la empresa más eficiente.

1.3.2 Etapas de la internacionalización

Según Enrique Claver Cortés y Diego Quer (2013) nos manifiestan que se pueden evidenciar las siguientes etapas dentro de la internacionalización de una empresa:

- Estimar el potencial del mercado de destino, así como el grado de cobertura actual por parte de los competidores domésticos o extranjeros.
- Confiar en una persona conocedora de las peculiaridades del país de destino.
- Concretar objetivos para dicho mercado, tanto a corto como a largo plazo.
- Elegir el modo de entrada (exportación, acuerdo contractual, inversión, etc.).
- Elaborar un plan de negocio: introducción del producto, posicionamiento en el mercado, estimación de los recursos y personas necesarios para la implantación, etc.
- Decisión entre centralizar o descentralizar las actividades: producción, distribución, publicidad, gestión de tesorería, etc.
- Establecer mecanismos de coordinación y control de las operaciones (por ejemplo, utilización de precios de transferencia para vender un producto desde la matriz a las filiales).

1.4 MÉTODOS DE ENTRADA INTERNACIONAL

La primera incursión de la mayoría de las empresas en la arena internacional suele ser más el resultado de la fausta coincidencia que de la planeación cuidadosa y el pensamiento estratégico razonado.

Existen muchos factores que influyen en la estrategia de una compañía para entrar en un mercado extranjero. Algunos de estos factores se relacionan con las características del mercado al que la empresa se quiere enfocar, y otros se relacionan con las características del producto y del exportador. (David, 2016, pág. 102).

Según David (2016) podríamos manifestar que específicamente, el exportador debe analizar con cuidado los siguientes factores determinantes:

- Tamaño de mercado. A pesar de que no existe una regla fácil el método de entrada es diferente para un mercado en el que las ventas combinadas.
- Crecimiento del mercado. Un mercado estable, que crece a una tasa moderada, exigirá una estrategia de entrada diferente de uno en el que se aprecia un potencial sustancial de crecimiento.
- La participación potencial de mercado del exportador. Un mercado en el cual el exportador puede convertirse en un jugador principal exigirá una estrategia diferente de uno en el que el exportador no tiene oportunidad de ser mucho más que un jugador de nicho.
- El tipo de producto. Los productos con tecnología y una necesidad de servicio y repuestos post-venta requerirán una estrategia de entrada diferente que un bien de consumo desechable.
- La estrategia de mercado de la empresa. A pesar de ser obvio, una empresa cuya estrategia es proporcionar productos exclusivos tendrá una estrategia de entrada diferente de una empresa que ha escogido ser el proveedor de menor costo.
- La disposición de la empresa para involucrarse. Las empresas que buscan desarrollar activamente mercados extranjeros deben tener una estrategia de entrada diferente de las compañías convencidas de que su mercado local es un interés principal y consideran que las ventas en el extranjero son “engorrosas”.
- Las características del país considerado. El nivel de desarrollo, la infraestructura del país, la sofisticación de negocios de potenciales socios comerciales, el clima general en el que se realizan los negocios, la cultura

de mercado y la de los clientes que deben ser considerados en la decisión de una estrategia de entrada.

- El horizonte de tiempo considerado. Los productos que tienen un ciclo de vida corto o que probablemente generen muchos competidores que imitan su oferta de valor exigen una estrategia de entrada diferente de productos protegidos por patentes o que talvez tengan un ciclo de vida largo o den pie a una larga línea de productos complementarios.

Se debe tener gran precaución en decisiones relativas a las estrategias de entrada: entre todas las decisiones que toman los comercializadores respecto a la mezcla de marketing, la decisión de distribución es la que tiene el horizonte de tiempo más largo y la menos probable de ajustarse rápidamente (David, 2016, pág. 103).

1.4.1 Formas de ingreso en mercados exteriores

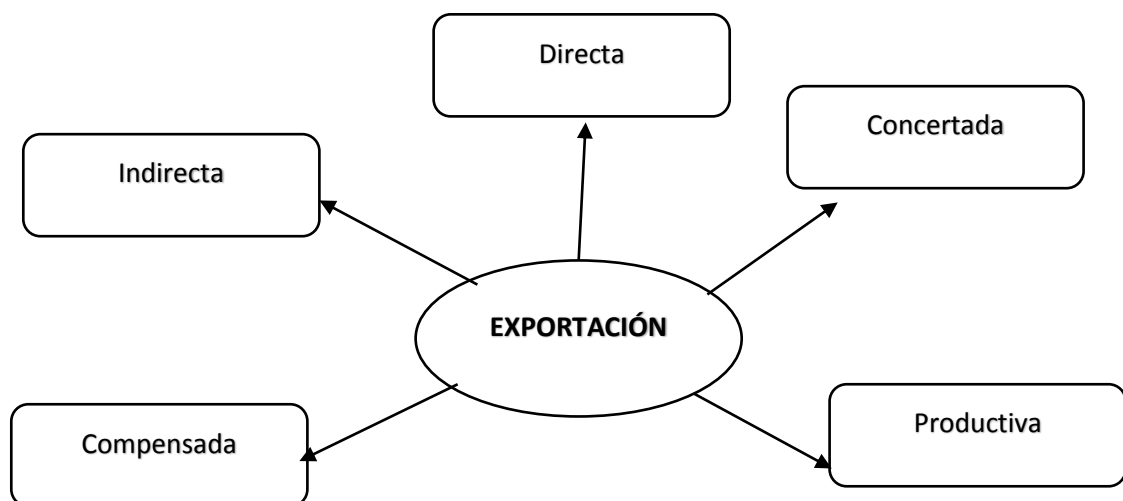


Figura 10: Formas de ingreso a mercados exteriores

1.4.2 Exportación Indirecta

Según Patricio Estrada (2016) menciona que: la exportación indirecta es muy importante para un país, región o ciudad, sin embargo, la exportación puede ser de dos clases:

- Exportación indirecta- pasiva
- Exportación indirecta- activa

Exportación indirecta pasiva

Es aquella que una empresa no la buscó deliberadamente, sólo aconteció, por ejemplo un comprador extranjero llegó al país compra su producto y se lleva a si país (Heredia L. P., 2016).

Exportación indirecta activa

Se trata de aquella exportación que se realiza a través de intermediarios ubicados en el propio mercado, es decir, que esta actividad no lo realizan los fabricantes, sino que se encarga a otras personas o empresas la exportación del producto (Heredia L. P., 2016).

1.4.3 Exportación directa

Es aquella estrategia que realizan los mismos productores con la finalidad de vender directamente a través de sus propios agentes o representantes. Se presenta de tres formas: venta directa, agentes y distribuidores y la filial o subsidiaria de ventas en el exterior (Heredia L. P., 2016).

1.4.4 Exportación concertada

Es aquella forma de entrada en mercados exteriores que incluye contratos de cooperación y colaboración entre empresas, entre ellas tenemos tres formas principales: Estrategias de piggyback, consorcios de exportación y joint ventures (Heredia L. P., 2016).

1.4.5 Exportación compensada

La exportación compensada es conocida como el intercambio compensado (countertrade). El comercio internacional es una actividad de gran relevancia para los países y las compañías de hoy. Su impulso y desarrollo, fomentará el bienestar si el país así lo propicia. La situación económica actual obliga a las industrias y empresas a expandir sus operaciones hacia a los mercados internacionales (Heredia L. P., 2016).

1.4.6 Exportación productiva

A la exportación productiva se la conoce como la fabricación o producción en mercados del exterior.

Se refiere a la producción de nuestros artículos en los mercados de destino. Si se vuelve complicado y a veces imposible entrar a cierto mercado; o, cuando los países a donde se dirige nuestra mercancía imponen condiciones difíciles de cumplir o aranceles muy elevados, la mejor opción es buscar una empresa que esté dispuesta a fabricar nuestros productos en ese país, de esa manera compartir el mercado y las utilidades. La exportación productiva se la realiza a través de: Licencias de fabricación y subcontratación industrial o un centro productivo en el exterior (Heredia L. P., 2016).

1.5 IMPORTACIÓN

1.5.1 Concepto de importación

La importación es la operación por la que un producto de origen y procedencia extranjera se dedica al consumo interior de un territorio aduanero, previo al pago de los derechos de aduana, de los impuestos sobre la cifra de negocios y del pago de divisas extranjeras o en divisas nacionales transferibles, el término importar significa traer o introducir en un país productos y mercancías extranjeras (Heredia P. , 2016, pág. 126).

1.5.2 Importación como régimen

Régimen a consumo

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una zona especial de Desarrollo Económico puede circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de, manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación recargos y sanciones y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras (Heredia P. , 2016, pág. 127).

Importación temporal

Admisión temporal para reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI). ES el régimen aduanero que nos permite la introducción al territorio aduanero de determinadas mercancías importadas, para ser utilizadas en un fin determinado, con suspensión total o parcial del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos, con excepción de la depreciación normal originada para el uso que se haya hecho de las mismas para ser reexportadas en un plazo determinado sin experimentar modificación alguna (Heredia P. , 2016, pág. 127).

Admisión temporal para perfeccionamiento activo (Art. 149 COPCI). Permite el ingreso al territorio aduanero ecuatoriano. Con suspensión del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, de mercancías destinadas a ser exportadas luego de haber sido sometidas a una operación de perfeccionamiento bajo la forma de productos compensadores (Heredia P. , 2016, pág. 129).

1.5.3 Importación como técnica

La importación no es solo un concepto o un régimen, también representa una técnica que nos permite hacer un estudio de las necesidades de los clientes actuales o futuros, de productos, proveedores, compradores y operadores del comercio exterior. Por lo tanto importar es un arte y el arte de importar, lo convierte en una técnica de gestión empresarial (Heredia P. , 2016, pág. 131).

1.5.4 Importación como estrategia

Este es un nuevo concepto de la importación ya que la importación debe ser, no traer productos más o menos terminados o productos fruto de la tecnología y la ciencia. El nuevo concepto debe ser importar máquinas y equipamientos para envasar, enlatar y exportar. Porque “Las importaciones” se pueden pagar de una sola forma “Con exportaciones” por tal razón la importación debe ser una estrategia que permita traer maquinaria, equipos y sobre todo tecnología que casi nunca llega al país (Heredia P. , 2016, pág. 133).

1.5.6 Proceso de importación a consumo

Una Importación a consumo es la nacionalización de mercancías extranjeras ingresadas al País para su libre disposición; uso o consumo definitivo, una vez realizado el pago respectivo de los tributos al comercio exterior. Pueden importar

todas las personas Naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país (ProEcuador, 2016).

ProEcuador (2016) menciona que: antes de importar debe realizar los siguientes pasos:

- Obtenga el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Regístrese como importador ante la Aduana del Ecuador, ingresando en la página: www.aduana.gob.ec, link: OCE's (Operadores de Comercio Exterior), menú: Registro de Datos. Una vez aprobado su registro, usted podrá acceder a los servicios que le brinda el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE).
- Dentro del SICE, registre su firma autorizada para la Declaración Andina del Valor (DAV), opción: Administración, Modificación de Datos Generales.

Una vez realizados los pasos anteriores, ya se encuentra habilitado para realizar una importación; sin embargo, es necesario determinar que el tipo de producto a importar cumpla con los requisitos de Ley. Esta información se encuentra establecida en las Resoluciones N°. 182, 183, 184 y 364 del Comité de Comercio Exterior (COMEX), www.produccion.gob.ec/comex link: Resoluciones (ProEcuador, 2016).

Si lo requiere puede buscar la asesoría y servicios de un Agente de Aduana, quien realizará los trámites de desaduanización de sus mercancías. El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en la página web: www.aduana.gob.ec

Como resultado de su importación, el Agente de Aduana o el Importador debe realizar la Declaración Aduanera Única (DAU); enviarla electrónicamente a través del SICE, y presentarla físicamente en el Distrito de Llegada de las mercancías (ProEcuador, 2016).

Base imponible

La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las mercancías importadas. El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera (ProEcuador, 2016).

Para el cálculo de los impuestos ProEcuador (2016) manifiesta que los impuestos comprenden la suma de los siguientes valores:

- PRECIO FOB* (Valor soportado con facturas)
- FLETE (Valor del transporte internacional)
- SEGURO (Valor de la prima)
- Más otros ajustes determinados por el artículo 8 del acuerdo sobre valoración de la OMC.

1.6 EXPORTACIÓN

Representan los bienes y servicios que produce un país y que proporciona a otras naciones a cambio de los bienes y servicios de éstas, de oro, divisas o para saldar una deuda. Los países dedican sus recursos internos a la exportación porque con las divisas que ganan con las exportaciones pueden obtener más bienes y servicios en el ámbito nacional (Heredia P. , 2016, pág. 150).

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 (Aduana del Ecuador, 2017).

1.6.1 La exportación como régimen

Exportación a consumo

- **Exportaciones definitivas (Régimen 40)**

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o zona especial de desarrollo económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el presente código y en las demás normas aplicables Art. 154 COPCI (Heredia L. P., 2016).

- **Exportación temporal para reimportación en el mismo estado**

Es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por uso que de ellas se haga Art. 155 COPCI (Heredia L. P., 2016).

1.6.2 Exportación como estrategia

La estrategia que permite aprovechar mejor las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales y enfrentarse a la competencia global, es lo que se le conoce como “exportación”. En efecto se trata de identificar los productos que los

consumidores extranjeros requieren para satisfacer sus necesidades (Heredia L. P., 2016).

1.6.3 Exportación como filosofía y cultura

La forma de cómo se estudia el pensamiento se llama filosofía y la cultura es el conjunto de expresiones de una sociedad, formas de vida, costumbres, realizaciones y creaciones del hombre. En cambio al hablar de tradición nos referimos a todo aquello que se hereda, que se pasa de una generación a otra, que por haber tenido éxito se lega y delega a las siguientes generaciones y que se esfuerzan por mantenerla, es por esto que continuamente se habla de los valores tradicionales y los valores modernos (Heredia L. P., 2016).

Al hablar de tradición exportadora, podemos decir que muchos países, regiones son conocidas por su tradición exportadora lo son Argentina y Chile por sus ventas de vino, lo es Ecuador con sus ventas de banano y petróleo, los países del sudeste asiático tienen una tradición exportadora en equipos y materiales electrónicos, la industria bandera en Colombia es el café y los textiles al igual que el Perú en textiles. Incluso habla de exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales (Heredia L. P., 2016).

1.6.4 Proceso de exportación

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante (Aduana del Ecuador, 2017).

Según la Aduana del Ecuador (2017) los datos que se consignarán en la DAE son:

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

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Aforo Automático
- Aforo Documental
- Aforo Físico Intrusivo

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque la mercancía, será automática al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias (Aduana del Ecuador, 2017).

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga al depósito temporal o zona primaria, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. Es preciso indicar que en caso de existir una observación al trámite, será registrada mediante el esquema de notificación electrónico. Una vez cerrada la DAE cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada (Aduana del Ecuador, 2017).

Cuando la DAE tenga canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito en el punto anterior y adicionalmente se realiza una inspección física de la carga corroborándola con la documentación electrónica y digitalizada enviada en la DAE (Aduana del Ecuador, 2017).

1.7 CONTRATOS INTERNACIONALES

Según el Instituto Nacional de Contadores Públicos (2014) el intercambio de bienes y servicios de un país a otro se realizan según las condiciones pactadas por los sujetos que intervienen y celebran contratos internacionales.

Los contratos internacionales son manifestaciones voluntarias de quienes lo suscriben con repercusiones jurídicas, se tratan de documentos que constituyen en una base legal que obliga a las partes que intervienen a cumplir con lo que se haya determinado previamente (Instituto Nacional de Contadores Públicos , 2014).

Un contrato es internacional cuando está relacionado con más de un ordenamiento jurídico estatal, esto en general ocurre cuando los bienes y/o servicios son trasladados de un estado a otro o cuando las partes involucradas en este negocio estén ubicadas en estados diferentes. El intercambio de bienes y servicios de un país a otro se realizan según las condiciones pactadas por los

sujetos que intervienen y celebran contratos internacionales (Instituto Nacional de Contadores Públicos , 2014).

1.7.1 Clasificación de los contratos internacionales

Según el Instituto de contadores públicos (2014) los contratos internacionales se clasifican en:

Contratos según el objeto

- **Contratos de cambio:** Son Contratos destinados a la comercialización de bienes y servicios, mediante cuotas permanentes o periódicas, en esta clasificación podemos encontrar los contratos de compraventa y los de suministros.
- **Contratos de producción:** Son contratos cuya finalidad es crear una empresa dedicada a la producción de bienes y servicios en otro país.
- **Contratos bancarios:** Son contratos en donde se involucra las entidades financieras en operaciones como el leasing, la fiducia, el crédito documentario, transferencias electrónicas, etc.
- **Contratos de intermediación:** Se basa en el concepto de mandato, aparecen contratos como el de agencia y distribución.

Contratos internacionales tipo o estándar

Contratos que tienen la finalidad de ratificar las costumbres y prácticas existentes en un sector específico. En esta clasificación encontramos contratos como: el fletamento marítimo, seguros, reaseguros y contratos para las aerolíneas.

Contratos internacionales complejos o grupo de contratos

Reúne varios contratos internacionales referidos a diferentes aspectos de una misma negociación y cada contrato tiene sus propias condiciones de validez y efecto.

1.7.2 Contratos internacionales más utilizados en el comercio

El instituto de contadores públicos (2014) menciona que los contratos más utilizados en el comercio exterior son los siguientes:

- **Contrato internacional de compraventa:** Los Contratos internacionales Compraventa son textos impresos con las condiciones generales de venta y es especialmente útil para las empresas de tamaño medio o pequeño que se dediquen a la exportación.

Los Contratos internacionales Compraventa constituyen una de las modalidades más usadas en la práctica del comercio internacional, regula las obligaciones de vendedor y comprador. Es conveniente que el contrato incluya un conjunto específico de materias.

- **Contratos internacionales de distribución:** Los contratos internacionales de distribución son contratos que se celebran entre, por un lado, fabricantes, mayoristas o importadores, y, por otro lado, distribuidores. Los fabricantes, mayoristas o importadores, encargan a los distribuidores la comercialización de determinadas mercaderías en una zona determinada, en condiciones que se estipulan y, generalmente, en régimen de exclusividad.
- **Contratos internacionales de suministros:** Es el contrato por medio del cual un proveedor se obliga a entregar periódicamente y en forma continua

materias primas, bienes o servicios a un consumidor a cambio de una contraprestación de dinero.

- **Contratos internacionales de franquicia:** Es el contrato entre una persona llamada franquiciador el cual le permite a otra persona llamada franquiciado, realizar el mercadeo de un producto o servicio bajo su nombre o bajo su marca.
- **Contratos internacionales de agencia comercial:** Este contrato es aquel por medio del cual un comerciante asume en forma independiente el encargo de promover o explotar negocios en un determinado ramo dentro de una zona preestablecida del exterior, como agente de un empresario nacional/extranjero o como fabricante/distribuidor de uno o varios productos del mismo a cambio de una remuneración.
- **Contratos internacionales de software:** Es aquel por medio del cual un desarrollador diseña, implementa y comercializa entre clientes llamados usuarios, paquetes informáticos elaborados para todo tipo de funcionalidades o a la medida.
- **Contratos internacionales de distribución:** Es un acuerdo entre las partes, que otorga al distribuidor el derecho de vender en un sector determinado y cuya ganancia consiste en la reventa.
- **Contratos internacionales de joint venture:** También se le conoce a este contrato como de “Riesgo compartido”, y tiene como característica que dos o más personas naturales o jurídicas, celebran este contrato con el objeto de realizar una actividad económica específica, es decir, realizar un negocio en conjunto, asumir el riesgo respectivo en común y disfrutar de sus beneficios, por un tiempo determinado, sin la necesidad de constituir una sociedad o persona jurídica.

- **Contratos internacionales de know how:** Es conceptuado como la convención mediante la cual una persona natural o jurídica, se obliga a hacer gozar el contratante de los derechos que posee sobre ciertas formulas o procedimientos secretos, durante un tiempo determinado, y a través de un precio que el citado se obliga a pagarle.

1.7.3 Contrato de compraventa internacional de mercancías

La compraventa internacional es aquella operación bilateral en que una de las partes (vendedor) se obliga a entregar a la otra (comprador) una cosa a cambio de un precio cierto en dinero o signo que lo represente (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, 2017).

La característica fundamental que otorgará al contrato la categoría de internacional será el hecho de que ambas partes deberán pertenecer a Estados distintos.

En cuanto a la ley aplicable a los contratos de compraventa internacional, en principio prima la autonomía de la voluntad, lo que implica que la ley aplicable es la libremente elegida por las partes, bien explícitamente (lo que asegura una mayor seguridad en el seguimiento del contrato) o implícitamente (los jueces deciden, a la vista del texto y su forma de aplicación, cuál ha podido ser la intención de las partes). No obstante lo anterior, las partes no tienen libre disposición sobre normas de "orden público" o imperativas (penal-contrabando, control de cambios, aduanas, impuestos, etc.) (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, 2017).

Es aplicable la Convención de las Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercancías (hecha en Viena el 11 de abril de 1980).

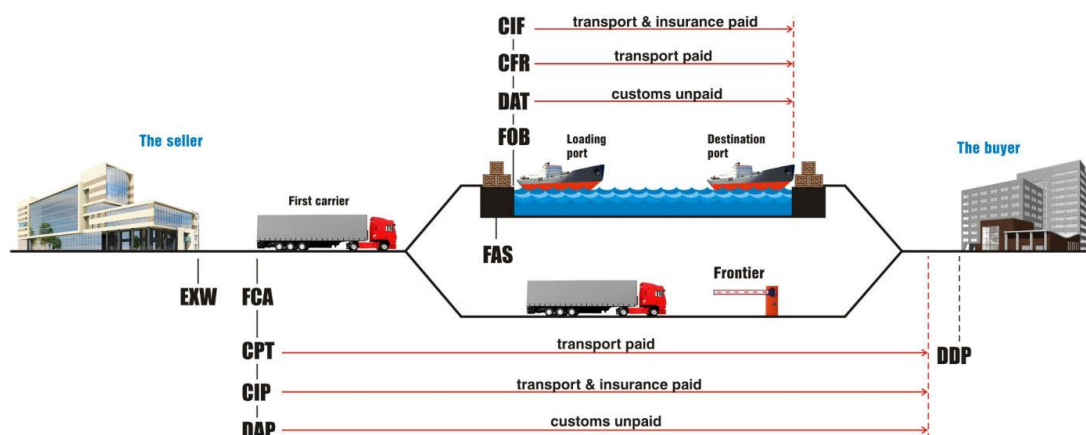
En caso de no pactarse lo contrario entre las partes, es obligatorio seguir las pautas de la Convención de las Naciones Unidas sobre los contratos de compraventa internacional de mercancías. Es un tratado internacional que tiene la intención de homogeneizar y facilitar las compraventas internacionales entre las empresas de los Estados contratantes (Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, 2017).

La existencia y las estipulaciones del contrato de compraventa internacional de mercancías pueden probarse por cualquier medio de prueba admitido por las distintas legislaciones nacionales.

Dentro del contrato de compraventa internacional de mercancías, previo a la negociación se toman en cuenta temas relacionados con: el producto, términos de negociación, medios de pago y transporte.

1.7.4 Términos de negociación internacional

Figura 11: Incoterms 2010



Fuente: (aduanas, s.f.)

Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa (ProEcuador , 2016).

1.7.5 Importancia de los términos de negociación internacional

El objetivo principal de los Incoterms es establecer un conjunto de requisitos y reglas internacionales para establecer las obligaciones y derechos de los términos más usados en el comercio internacional. De esta manera podrán evitarse las confusiones derivadas de los distintos puntos de vista de dichos términos en países diferentes (Diario del exportador , 2017).

Regularmente, dentro de una negociación internacional se tiene el desconocimiento de las distintas interpretaciones comerciales utilizadas en cada país. Todo esto puede generar una mala negociación y malentendido durante la operación de comercio exterior. Para hacer frente a todo este tipo de ideas la Cámara de comercio internacional publicó por primera vez en 1935 una serie de

reglas internacionales, para la interpretación de los términos comerciales. Dichas reglas fueron conocidas con el nombre de Incoterms 1936. Se han introducido modificaciones y añadidos en los años 1953, 1967, 1980,1990, 2000 y actualmente 2010 (Diario del exportador , 2017).

De esta manera, en caso de algún litigio, controversia o incluso una demanda , la instancia legal donde se tuviese que ventilar el caso, contará con usos y términos internacionalmente aceptados con criterios y bases uniformes para exigir al comprador y al vendedor el cumplimiento de las obligaciones y responsabilidades como lo estipula cada termino Incoterms (Diario del exportador , 2017).

Según ProEcuador (2016) los términos de negociación internacionales se dividen en dos tipos que son:

Reglas para cualquier modo o modos de transporte

- **EXW** (En Fábrica)
- **FCA** (Franco Porteador)
- **CPT** (Transporte Pagado Hasta)
- **CIP** (Transporte y Seguro Pagado Hasta)
- **DAT** (Entregada en Terminal)
- **DAP** (Entregada en Lugar)
- **DDP** (Entregada Derechos Pagados)

Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores

- **FAS** (Franco al Costado del Buque)
- **FOB** (Franco a Bordo)
- **CFR** (Costo y Flete)
- **CIF** (Costo, Seguro y Flete)

1.8 PROCESO LOGÍSTICO

1.8.1 Concepto

El concepto de logística engloba las distintas operaciones realizadas para conseguir que un artículo llegue al consumidor desde el punto donde se consiguen las materias primas, pasando por otras fases como el lugar de producción (Economía simple , 2010).

1.9 MEDIOS DE COBRO Y PAGO EN EL COMERCIO EXTERIOR

Según David, Pierre (2016) los medios de cobro y pago son utilizados por las personas, compañías, países, comerciantes o industriales, para cancelar obligaciones, deudas pendientes o simplemente transferir dinero a cambio de mercancías, productos y servicios.

Existen cuatro métodos tradicionales en transacciones extranjeras, y todos implican un nivel de riesgo diferente: anticipo, cuenta abierta, cobro documentario y cartas de crédito. Aun cuando existen variaciones en cada uno de los métodos, cada cual está diseñada para mitigar algún aspecto de los riesgos en la transacción, éstos no han cambiado mucho en los últimos cincuenta años. Sin embargo, hace veinte años más o menos, surgió una quinta alternativa que resulta interesante, denominada TradeCard y que promete volverse un medio en particular efectivo para asegurar el pago de un cliente en el extranjero sin necesidad de cuotas o intermediarios como en el caso de algunas alternativas tradicionales más seguras (David, 2016, pág. 196).

Cada una de estas alternativas generales presenta ventajas y desventajas y puede ser vista como una solución intermedia entre el riesgo de falta de pago y el

riesgo de perder el negocio ante un competidor más agresivo que esté dispuesto a aceptar un mayor riesgo y por lo tanto presente al cliente una forma de pago alternativa más sencilla (David, 2016, pág. 197).

Anticipo

Es una transacción que exige un anticipo, el exportador solicita que el cliente proporcione el pago por adelantado, antes de que se lleve a cabo el envío de los bienes. El pago se hace usualmente con una transferencia electrónica de fondos SWIFT (Sociedad para las Comunicaciones Interbancarias y Financieras Mundiales) del banco del cliente al banco del exportador (David, 2016, pág. 201).

Cuenta abierta

En una transacción de cuenta abierta, el exportador realiza negocios internacionales de manera similar a como lo hace localmente. El exportador sólo envía una factura al importador junto con el embarque y confía en que el cliente pagará en un período razonable, proporcional al crédito normalmente concedido en el país en el que opera el importador, usualmente de 30 o 90 días. Esencialmente éste es el concepto opuesto al anticipo, pues el exportador muestra absoluta confianza en el importador y envía la mercancía sin ninguna garantía de que será pagada. El único recurso en caso de falta de pago es la acción legal en el país importador (David, 2016, pág. 202).

Cobro documentario

El cobro documentario consiste en el cobro de las cantidades correspondientes a una exportación mediante la intermediación de un banco, pero sin que éste asuma riesgo de crédito alguno.

En el cobro documentario, el exportador entrega los documentos de embarque a un banco, llamado remitente, que los entregará a otro banco del país del importador, denominado banco presentador, que notifica al importador que tiene a su disposición los documentos de embarque que le entregará contra el pago de las mercancías y no antes. Es decir, ni el banco remitente ni el banco presentador tienen obligación alguna de pagar al exportador (David, 2016).

Carta de crédito

Una carta de crédito es un documento en el que el banco del importador esencialmente promete pagar al exportador si el importador no lo hace. La solvencia del banco es sustituida por la solvencia del importador. Sin embargo, el concepto es sustancialmente más complejo que eso. La promesa no se hace en atención a que el exportador cumpla ciertas condiciones (o que el importador no las cumpla), sino que se hace sobre los documentos de la transacción. Ésta es la razón por la que una carta de crédito a menudo se denomina carta de crédito documentario (David, 2016, pág. 204).

La cobranza del Exterior es conocida como cobro documentario, remesa o cobranza del exterior. Las remesas simples y documentarias están reguladas por las reglas uniformes relativas a las cobranzas (Heredia P. , 2016, pág. 257).

La cobranza simple significa una cobranza de documentos financieros que no está acompañada de documentos comerciales.

La cobranza documentaria significa una cobranza de documentos financieros acompañados de documentos comerciales y de documentos comerciales no acompañados de documentos financieros.

1.10 TRANSPORTE INTERNACIONAL

Según Heredia Patricio (2016) el transporte internacional es una serie de transacciones que permiten llevar o trasladar una mercancía desde una terminal de partida hasta una terminal de destino.

El transporte internacional de mercancías es muy importante en el comercio exterior. Es un sistema que sirve para trasladar mercancías desde un punto específico hacia otro. La condición esencial del transporte, es que las mercancías lleguen a su punto de destino sin desmedro de la calidad y de acuerdo a las condiciones que se ha contratado (Heredia P. , 2016, pág. 348).

Los principales modos de transporte internacional de mercancías son:

- Marítimo
- Aéreo
- Por carretera
- Ferroviario
- Fluvial
- Multimodal

1.11 LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Se refiere al flujo de los materiales, productos terminados y la información relacionada, desde el proveedor hasta el cliente final, con la calidad requerida, en el lugar y momento adecuados y a un bajo costo. Comprende la gestión de aprovisionamientos y de producción, así como también la gestión de distribución (Heredia P. , 2016, pág. 336).

La logística se desarrolla mediante una serie de actividades en cadena y de forma interrelacionada. La manera de llevar a cabo cada una de las actividades logísticas, influye en la demás. La logística va desde el trámite o administración de los pedidos, el envase y embalaje más apropiado, la selección del medio de transporte, los documentos internacionales, el almacenaje de la mercancía, la distribución física y los servicios de postventa (Heredia P. , 2016, pág. 337).

1.11.1 Actividades de logística

Tabla 1: Actividades de logística

ACTIVIDADES	CONCEPTO
Trámite o administración de pedidos	Rápida respuesta y cumplimiento de las condiciones.
Envase y embalaje	Desempeñan un papel importante dentro de las estrategias de exportación de un producto.
Selección del medio de transporte	Escoger la vía de transporte adecuada.
Documentos internacionales	Documentos necesarios para nacionalizar o legalizar las mercancías.
Almacenaje y manipulación de la mercancía.	Almacenaje, cambio de etiquetas, embalajes división y fraccionamiento de paquetes.
Distribución física internacional	Es el conjunto de actividades que involucran llevar las mercancías desde el país exportador hasta el país importador.

Servicios postventa	Actividad muy importante de atención y satisfacción al cliente.
----------------------------	---

Fuente: (Heredia L. P., 2016)

1.12 SEGUROS INTERNACIONALES

Contrato de seguro internacional

El contrato de seguro internacional comparte todas las características y elementos propios de un contrato de seguro local (es un contrato de adhesión, consensual, oneroso, con existencia de póliza que cubre un probable riesgo mediante el pago de una prima) pero en este caso se le suma la circunstancia de que se halla vinculado con la legislación de varios países, pues el riesgo asegurado se encuentra en un país distinto al del lugar donde el seguro se contrató. Se aplica sobre todo en los seguros sobre mercaderías transportadas (Guía de derecho , 2010).

1.12.1 Seguro de mercancía en el transporte internacional

Los riesgos Logísticos y de transporte derivan en la pérdida o deterioro de la mercancía durante su manipuleo o viaje. En lo relativo al transporte, existen seguros específicos para cubrir todos estos problemas; hay diversos tipos de pólizas que se emplean, su costo depende del tipo de mercancía, del viaje, del medio de transporte, etc. (Diario del exportador , 2017).

El seguro de transporte de mercancías, es aquel contrato por medio del cual el asegurador, asume, es decir se compromete con indemnizar, por los daños y pérdidas materiales sobrevenidos a los objetos transportados, en caso de traslado o viaje por vía marítima/fluvial, aérea o terrestre (Diario del exportador , 2017).

Riesgos asegurados

Según Diario el exportador (2017) los riesgos asegurados se pueden clasificar en:

- Peligros del mar

Hundimiento, naufragio, temporal, zozobra, encalladura, colisión y abordaje casual fortuito.

- Peligros sobre el mar

Proceso de combustión, reacción química de oxidación, fuego y explosión.

- Peligros menores

Pérdida de bultos caídos durante maniobra de carga, descarga y trasbordos.

- Peligros específicos para ciertas mercancías

Mojadura de agua dulce o de mar, sudor del buque o vaho de bodega, oxidación, roturas, derrames, manchas de aceite, barro, lodo, contacto con otra carga y contaminación.

- Peligros originados por interferencia humana

Imprudencia, negligencia, impericia; batería, robos, piratería, bultos faltantes en descarga.

- Peligros de la naturaleza

Terremoto, tsunami, erupción volcánica, tormentas.

En un transporte internacional pueden ocurrir múltiples contingencias que pueden dañar la mercancía y producir importantes pérdidas. En la mayoría de Incoterms no existe obligación de contratar ninguna cobertura sobre la mercancía. Únicamente en los incoterms CIF (para transporte marítimo o vías navegables únicamente) y CIP (para transporte multimodal) se establece la necesidad de contratar por parte del comprador un seguro para la mercancía desde que esta es

puesta en manos del transportista hasta que llega al lugar de destino convenido (Diario del exportador , 2017).

Con este tipo de contratación, el momento en el que se transfiere el riesgo sobre la mercancía es anterior a la recepción de la misma por el comprador. En concreto:

- Para condiciones CIF se traspasa el riesgo en cuanto la mercancía sobrepasa los bordes del buque durante su estiba.
- Para condiciones CIP se traspasa el riesgo en la recepción de la mercancía por la compañía transportista.

Por este motivo, es frecuente que los compradores, con la intención de reducir gastos, contraten coberturas básicas que en muchos casos no llegan a cubrir una serie de contingencias o incluso el valor total de la mercancía. Por eso es necesario para el comprador contratar pólizas complementarias o incluso buscar otro Incoterm que le permita mayor control sobre las condiciones de compra, como es el caso del FOB para transporte marítimo o FCA en multimodal (Diario del exportador , 2017).

El único seguro obligatorio para el transporte internacional de mercancías es la cobertura conocida como CMR, que reúne unas condiciones establecidas en el Coonvention Merchandise Routier. Este tipo de cobertura es obligatoria para el transportista y establece una cantidad fija de 9,5€ por kg de mercancía dañada o perdida. Este importe no cubre muchas veces el valor real de la mercancía, por lo que el cliente deberá buscar un seguro donde pueda contratar una cobertura para el valor real de su mercancía (Diario del exportador , 2017).

Tipos de Póliza de Seguro

Existen en el mercado una gran variedad de pólizas de seguro para mercancía. Las compañías aseguradoras pueden variar las condiciones de la póliza según el tipo de transporte, la mercancía, incluso el país de destino. En general encontramos estos tipos de póliza:

- Eventual o sencilla: es la que cubre un viaje en condiciones concretas.
- Póliza flotante: asegura a priori las cargas según el tipo de mercancía. El asegurado debe avisar con antelación de cada transporte y la aseguradora da cobertura automáticamente a la mercancía si encaja en las condiciones contratadas.
- Regularizable: asegura todos los envíos con una prima mínima, revisable anualmente en función al volumen contratado; generalmente se utiliza por empresas con gran volumen.
- De abono: cubre los viajes para un determinado vehículo, independientemente del número de viajes y sin necesidad de notificarlo con antelación.

En cuanto a las coberturas más comunes que figuran en las pólizas podemos encontrar estas coberturas básicas: accidentes (vuelcos, hundimientos o descarrilamientos), avería, varada, colisiones, pérdida, robo, etcétera. En estos casos, también se cubre el importe de los gastos en salvamentos de la mercancía. Para coberturas más específicas se utilizan como modelo cláusulas creadas para casos más concretos. Las más destacadas internacionalmente son las Institute Cargo Clausules, elaboradas por el Instituto de aseguradoras de Londres (ILU). Las más utilizadas son:

- **ICC tipo A:** son coberturas a todo riesgo de pérdidas o daños con algunas excepciones, como las producidas por desgaste, embalaje inadecuado, demoras, insolvencias o por guerras o huelgas, sobre las que se puede hacer una cobertura adicional.

- **ICC tipo B:** se enfocan en riesgos relacionados con incendios, explosiones, colisiones, abordajes, vuelcos, averías, pérdida de valor por acciones de olas en carga y descarga, pérdidas durante el transporte, y tiene las mismas excepciones que las anteriores.
- **ICC tipo C:** tienen características similares a las ICC tipo B aunque con menores coberturas. Se excluyen, por ejemplo, las pérdidas producidas por entrada de agua durante la carga y la descarga o por pérdidas o extravío de mercancía.

El seguro de transporte internacional forma parte de la cadena logística.

Es aquel contrato que ampara o cubre todo daño parcial o total que sufra una mercadería en un trayecto asegurado mediante un medio de transporte. Su finalidad es la de cubrir a las mercancías contra los diferentes riesgos que pueden suceder durante su traslado de un país a otro (Heredia P. , 2016, pág. 343).

CAPÍTULO II

2. DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

El Ministerio de Turismo (2017) menciona que: El Gobierno Nacional está determinado a cambiar la historia turística del país, ubicando al turismo como eje central en el desarrollo económico. Entendiendo la relevancia de esta actividad en la dinamización y atracción de divisas a la economía ecuatoriana, el Ministerio de Turismo se ha propuesto tres ejes básicos de gestión (y metas a la vez): Fomentar el turismo interno, convirtiendo a todos los ecuatorianos en turistas primero, y luego en los principales embajadores turísticos del país; Aumentar el flujo del turismo receptor y, atraer y generar nuevas inversiones turísticas.

La empresa Dreams Lab busca plasmar en su trabajo los principales atractivos turísticos e históricos de nuestro país y darlos a conocer a nivel internacional, de esta manera aportar al turismo y generar fuentes de empleo.

La elaboración y ejecución de este proyecto va de la mano con el objetivo número 10 del Plan Nacional del Buen Vivir que es el de “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, a través de la conformación de nuevas industrias y el fortalecimiento de la producción nacional, mediante la interacción de la frontera científico-técnica, en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir que promueven la diversificación productiva en nuevos sectores (SENPLADES, 2013).

La empresa se relaciona con dicho objetivo ya que busca tener la capacidad de renovación de activos dentro de la industria, esto involucra un impulso en los

procesos productivos orientados hacia la innovación y en procura de mejorar la productividad y competitividad ya que una de las limitaciones de la empresa en la actualidad son los largos procesos de producción, razón por la cual se encuentra en la necesidad de adquirir maquinaria que les permita mejorar y optimizar el ciclo de producción, ampliar la gama de productos y cubrir de manera eficiente la demanda de cajas decorativas .

Dicho proyecto beneficiará tanto a los socios de esta empresa, que se dedican a esta actividad y quienes son los actores principales dentro de la realización de este proyecto, así como también a las empresas proveedoras de los materiales necesarios para la producción, además de aportar al cambio de la matriz productiva consiguiendo que Ecuador se convierta en potencia turística, fomentando el turismo como un destino único que desarrolle su patrimonio cultural- natural y sea reconocido a nivel internacional por la excelencia y calidad de sus productos y servicios.

El proyecto de investigación está enfocado a determinar y analizar toda información recopilada acerca del producto, conocer el mercado, temas relacionados con la empresa productora, la forma de distribución, medios de pago y establecer el entorno al cual se desarrollará la empresa dentro del mercado internacional.

2.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

- Determinar la oferta de cajas decorativas que tiene la empresa DREAMS LAB.
- Identificar la demanda existente de cajas decorativas en USA – Chicago.

2.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

- Oferta
- Demanda

2.4 INDICADORES

Indicadores de la variable oferta

- Mano obra
- Competencia
- Producto
- Costos
- Materia prima
- Proveedores
- Producción
- Meses de mayor producción
- Tecnología
- Infraestructura y equipamientos.
- Capacidad instalada
- Tiempo de Producción

Indicadores de la variable demanda

- Precio
- Plaza
- Producto
- Promoción
- Perfil del consumidor
- Volumen de compra
- Logística de exportación

2.5 MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la oferta de cajas decorativas que tiene la empresa DREAMS LAB	Oferta	• Mano obra • Competencia • Producto • Costos • Materia prima • Proveedores • Producción • Meses de mayor producción • Tecnología • Infraestructura y equipamientos. • Capacidad instalada • Tiempo de Producción	• Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista	• Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente
Identificar la demanda existente de cajas decorativas en USA - Chicago	Demanda	• Precio • Plaza • Producto • Promoción • Perfil del consumidor • Volumen de compra • Logística de exportación	• Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta	• Clientes potenciales • Clientes potenciales • Clientes potenciales • Clientes potenciales • Clientes potenciales

Tabla 2: Matriz de relación

2.6 MECÁNICA OPERATIVA

2.6.1 Población o universo

Para el desarrollo de este proyecto, se tomó en cuenta como población o universo a los clientes potenciales previamente contactados por personas cercanas residentes en Estados Unidos, quienes facilitaron información primordial y necesaria para continuar con el desarrollo de este plan.

A continuación se muestran los contactos de las empresas ubicadas en Chicago-Estados Unidos.

EMPRESA ECUA LAB

CONTACTO: José Carranco

EMAIL: joss carr45@hotmail.com

DIRECCIÓN: 36 north Harvard avenue Villa Park IL 60181

Tabla 3: Información de contacto Ecu Lab

EMPRESA A&H STORE

CONTACTO: Aryn Rae Carter

ID: 5001136426

EMAIL: aryncarter3@gmail.com

DIRECCIÓN: 4626 W Diversey Ave, Chicago, IL 60639

Tabla 4: Información de contacto A&H Store

EMPRESA CRAFTS AND GIFTS

CONTACTO: Henry Xavier Pepinós

ID: 561567101

EMAIL: henry_xpepinos@hotmail.com

DIRECCIÓN: 2551 W Cermak Rd, Chicago , IL 60608

Tabla 5: Información de contacto Crafts and Gifts

2.6.2 Muestra

En vista de que la población no sobrepasa las 40 unidades, se procede a elaborar un censo.

2.6.3 Información primaria

Encuesta

Se realizó una encuesta que permite obtener información acerca de las cajas decorativas, gustos y preferencias de los potenciales clientes en el mercado de Chicago – Estados Unidos, para poder tener claras las diferentes interrogantes que surgen antes y durante la elaboración del proyecto. Para lo cual se puso en contacto con las diferentes empresas en Estados Unidos el 19 de Setiembre del 2017 mediante correo electrónico, obteniendo respuestas positivas, contando con el total apoyo en los diferentes pedidos realizados a los mismos, se envió los cuestionarios por este mismo medio y sin contratiempos y limitaciones se obtuvo la respuesta a los cuestionarios por parte de las empresas antes mencionadas entre el 23 y 25 de Septiembre del 2017.

Entrevista

El día sábado 30 de Septiembre del 2017 se realizó una entrevista estructurada al gerente de la empresa Dreasm Lab con la finalidad de recopilar información que nos permita conocer la situación actual de la empresa y otros datos indispensables en el desarrollo del proyecto, este paso se desarrolló sin ningún contratiempo ni limitación gracias al apoyo y predisposición que existe por parte de los funcionarios de la empresa.

Observación

El día lunes 2 de Octubre del 2017 se visitaron las instalaciones de la empresa con la finalidad de realizar una observación directa tanto de la infraestructura, maquinaria, equipamiento e insumos con los que cuenta la empresa Dreams Lab, en donde se pudo evidenciar de manera directa todos los procesos relacionados con la elaboración de cajas decorativas y todos los activos con que cuenta la misma.

2.6.4 Análisis y tabulación de la información

Análisis de las encuesta realizadas a los potenciales clientes

Pregunta #1

¿Cuáles son los productos más demandados en la actualidad?

Tabla 6: Producto con mayor demanda

Indicador	Número de respuestas	Porcentaje %
Cajas decorativas	3	100%
Kits para fiestas	-	
Gravados en vidrio	-	
Otras	-	
	3	100%

Fuente: Empresa EcuLab, A&H Store y Crafts and Gifts

Todos nuestros potenciales clientes en el mercado de Chicago- Estados Unidos coincidieron en que los productos con más demanda en la actualidad son las cajas decorativas.

Pregunta #2

En el caso de cajas decorativas ¿qué tipo de modelos son las más demandadas?

Tabla 7: Modelos de cajas decorativas con mayor demanda

Indicador	Número de respuestas	Porcentaje %
Cajas personalizadas	1	33 %
Atractivos naturales	-	-
Representaciones turísticas	2	67%
Otras	-	-
	3	100%

Fuente: Empresa EcuLab, A&H Store y Crafts and Gifts

Los resultados acerca de esta pregunta varían entre la personalización y con mayor porcentaje los diseños turísticos de nuestro país ya que el consumidor estadounidense se muestra interesado en adquirir artículos que le permitan conocer un poco más acerca de los lugares y culturas de los diferentes países del mundo.

Pregunta #3

¿Existen cajas decorativas elaboradas en diferentes tipos de materiales ¿cuál es el tipo de material preferido por el consumidor?

Tabla 8: Tipo de material

Indicador	Número de respuestas	Porcentaje %
Cartulina	3	100%

Cuero	-	-
Madera	-	-
	3	100%

Fuente: Empresa EcuLab, A&H Store y Crafts and Gifts

El material preferido por la mayoría de los consumidores es la cartulina, en diferentes tipos dependiendo del modelo o la personalización que se vaya a realizar, cabe recalcar que en el caso de la empresa CRAFTS & GIFTS estarían interesados en dos opciones que son cajas elaboradas a base de cartulina y cuero.

Pregunta #4

¿Estaría dispuesto a importar cajas decorativas (cartulina) desde Ecuador?

Tabla 9: Predisposición para importar

Indicador	Número de respuestas	Porcentaje %
Sí	3	100%
No	-	-
	3	100%

Fuente: Empresa EcuLab, A&H Store y Crafts and Gifts

Las tres empresas encuestadas están dispuestas a importar los productos ofertados por la empresa Dreams Lab, en especial y con mayor porcentaje, las cajas decorativas.

Pregunta #5

¿Cuáles serían los volúmenes de compra mensual en unidades?

Tabla 10: Volúmenes de compra

Indicador	Número de preguntas	Porcentaje %
1-100 unidades	-	-
101-200 unidades	1	33%
201-300 unidades	2	67%
Más de 300 unidades	-	-
	3	100%

Fuente: Empresa EcuLab, A&H Store y Crafts and Gifts

Los volúmenes de compra estimados oscilan de entre 100 a 300 unidades de cajas decorativas.

Pregunta #6

¿Cuáles sería la frecuencia de compra?

Tabla 11: Frecuencia de compra

Indicador	Número de respuestas	Porcentaje %
Mensual	2	66%
Trimestral	1	33%
Anual	-	-
Otra	Temporadas	
	3	100%

Fuente: Empresa EcuLab, A&H Store y Crafts and Gifts

La frecuencia con la que nuestros potenciales clientes adquirirán nuestros productos será mensual, trimestral, anual y en temporadas como San Valentín, día de la madre, Halloween entre otras.

Pregunta #7

¿Cuál es la forma de pago de su preferencia?

Tabla 12: Forma de pago

Indicador	Número de respuestas	Porcentaje %
Carta de crédito	-	-
Pago anticipado	-	-
Transferencia	3	100%
Otra	-	-
	3	100%

Fuente: Empresa EcuLab, A&H Store y Crafts and Gifts

La forma de pago de preferencia de nuestros clientes es la transferencia bancaria ya que de esta manera se obtiene mayor rapidez en su recepción desde que se hace el pago, por la seguridad en el pago, ya que el mismo es irrevocable y también, porque los gastos bancarios son menos elevados que en el cheque bancario o personal y la carta de crédito.

Pregunta #8

El precio de los productos se establece en relación a:

Tabla 13: Fijación del precio

Indicador	Número de respuestas	Porcentaje %
Costo	2	67%

Competencia	-	-
Calidad	1	33%
Otra	-	-
	3	100%

Fuente: Empresa EcuLab, A&H Store y Crafts and Gifts

La fijación de los precios estará basada en relación al costo y la calidad, los dos están estrechamente relacionados ya que en los dos se basan en la calidad y cantidad de materiales usados para la producción.

Pregunta #9

¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por cajas decorativas de cartulina?

Tabla 14: Precio por unidad

Indicador	Número de respuestas	Porcentaje %
De 1 a 5 dólares	-	-
De 6 a 10 dólares	-	-
De 11 a 15 dólares	3	100%
De 16 a 20 dólares	-	-
	3	100%

Fuente: Empresa EcuLab, A&H Store y Crafts and Gifts

El rango de precios que nuestros clientes estarían dispuestos a pagar por las cajas decorativas varía entre 11\$ a 15\$, esto dependerá del tamaño, la dificultad de los diseños y el material utilizado en la producción.

Pregunta #10

¿Cuál es el término de negociación de su preferencia?

Tabla 15: Término de negociación

Indicador	Número de respuestas	Porcentaje %
EXW	-	-
FCA	3	100%
CPT	-	-
	3	100%

Fuente: Empresa EcuLab, A&H Store y Crafts and Gifts

El término de negociación preferida por nuestros potenciales clientes es FCA Franco porteador en el cual el vendedor debe entregar la mercancía al transportista o a la persona designada por el comprador en el punto acordado y dentro del plazo acordado.

Análisis de la entrevista realizada al gerente de la empresa Dreams Lab

La entrevista realizada al gerente propietario de la empresa Dreams Lab es un conjunto de preguntas estructuradas con anterioridad para poder recabar información que servirá de gran ayuda para la elaboración de este proyecto.

Entrevista aplicada al Ingeniero Jairo Carranco gerente de la empresa Dreams Lab

1. ¿Qué tipo de productos ofrece la empresa?

En la actualidad la empresa ofrece una variedad de productos como, cajas decorativas, kits personalizados para fiestas, chocolatería, artículos innovadores para el hogar entre otros. De entre todos estos productos los más demandados son las cajas decorativas, estas cumplen con funciones como la de servir como empaque de cualquier artículo ya sea chocolates, cup-cakes, entre otros, así como también sirven como decoración, gracias a sus diseños que plasman diferentes lugares , atractivos e imágenes personalizados al gusto de nuestros clientes.

2. ¿Cuáles son los modelos y tamaños de los productos ofertados?

La empresa se caracteriza por plasmar diseños y modelos de atractivos turísticos y naturales en sus productos, es decir que nosotros personalizamos los diseños, creamos un producto de acuerdo a las necesidades y gustos de nuestros clientes y en los tamaños que vayan de acuerdo con las necesidades. Los elaboramos en diferentes tipos de materiales.

3. ¿Qué tipo de infraestructura y equipamientos tiene la empresa en la actualidad?

La infraestructura con la que contamos actualmente es de propiedad de la empresa, cuenta con área de corte e impresión, área de bodega y almacenamiento de materiales, área de armado y recepción, en cuanto a equipos, tenemos una máquina que se encarga del corte de las cajas decorativas, computadoras para realizar los diseños, impresoras, equipos de oficina y demás artículos indispensables para la elaboración de nuestros productos.

4. ¿Qué tecnología utiliza?

Actualmente la empresa cuenta con una máquina Silhouette Cameo 3 que es una herramienta de corte; permite cortar cualquier diseño: letras, palabras, imágenes y multitud de modelos personalizados puede cortar papel, cartulina, vinilo, tela, y otros materiales de hasta 12 pulgadas de ancho y 3 metros de largo (en el caso del vinil). La máquina puede registrar y cortar materiales impresos, además es compatible con la tecnología PixScan.

5. ¿Cuál es la capacidad de producción actual?

La capacidad de producción es de aproximadamente 100 cajas diarias.

6. ¿Cuáles son los meses de mayor producción?

Los meses de mayor producción son Febrero (San Valentín), Mayo (Día de la Madre), Junio (Día del niño), Octubre (Halloween) y Diciembre (Navidad).

7. ¿Cuántas personas forman parte del personal de la empresa?

Contamos con 8 personas que formamos parte de un sólido equipo de trabajo divididas de la siguiente manera: 2 en el área de diseño y corte, 2 en el área de pegado , 2 en el área de armado, 1 encargada de la recepción y mi persona como gerente y también encargado de la distribución de los productos elaborados.

8. ¿Cuáles son los materiales utilizados dentro de la producción?

Los materiales que utilizamos dentro de la elaboración de nuestros productos dependen del diseño de los mismos, en particular lo que usamos para la elaboración de cajas decorativas (cartulina) es: cartulina de distinto grosor y diseño, pegantes, vinil, pigmentos, escarcha, adhesivos y otros elementos como tela, cinta, foami de acuerdo con las especificaciones personalizadas de nuestros clientes.

9. ¿Cuáles son sus proveedores?

A nivel nacional los principales proveedores son: papelería S.A, Dilipa, papelería La Moderna y Súper Paco; el proveedor del pegante y pigmentos es la empresa HALI INDUSTRIAL CO. , LTD estos son materiales importados desde la China.

10. ¿La empresa en la actualidad tiene competencia dentro del mercado local?

Dentro de la competencia directa no conozco empresas que realicen personalizaciones de cajas decorativas, la mayoría de empresas realizan cajas estándar como Paco, Juan Marcet, entre otras.

11. ¿Cómo se maneja la empresa en relación a su competencia?

La empresa Dreams Lab se caracteriza por los diseños exclusivos que realiza, tal como dice el logo de la empresa nosotros “Personalizamos tus ideas” esta es la forma en la que nosotros competimos dentro del mercado además de ofrecer un producto con altos estándares de calidad y dentro del tiempo acordado.

12. ¿Cuáles son los rangos de precios manejados en la actualidad?

Los precios de las cajas decorativas varían de acuerdo al material, tamaño y diseño, pero por lo general los precios oscilan entre 1 y 20 dólares.

13. ¿Qué tipo de publicidad y promociones tiene la empresa?

El tipo de publicidad que empleamos es por medio de las redes sociales y la promoción y descuentos varían de acuerdo al volumen de compra a partir de las 12 unidades.

14. ¿Por qué desea exportar las cajas decorativas?

Por el deseo de dar a conocer y promocionar los atractivos turísticos y naturales de nuestro país que son plasmados en los productos que ofrecemos, además de expandir nuestro negocio explorando mercados a nivel internacional.

15. ¿Usted ha realizado exportaciones?

Si hemos realizado tres exportaciones en durante el año 2016 y dos en lo que va de este año.

16. ¿Conoce los procesos de exportación?

Honestamente, conozco los pasos y procesos para realizar una exportación pero no los manejo con facilidad, las exportaciones anteriores han sido realizadas como envíos a familiares residentes en USA.

17. ¿De llegarse a concretar el proyecto considera usted que la capacidad de producción actual lograría cubrir la demanda del mercado de Chicago-Estados Unidos?

No, ya que la capacidad actual es de aproximadamente 100 cajas diarias lo que sólo llega a cubrir la demanda local actual.

18. ¿Cuál sería la alternativa que la empresa debe tomar frente a la baja capacidad productiva y el incremento de la demanda de cajas decorativas existente en la actualidad?

Es de vital importancia para la empresa la adquisición de maquinaria tecnificada que aporte al incremento de la capacidad productiva, es por eso que la empresa ha buscado varias alternativas en maquinarias, llegando a la conclusión de que la mejor opción sería la adquisición de una máquina CNC Cortadora Laser de CO₂, la cual es de última tecnología, de corte por láser la cual triplicaría la producción actual, a más de esto sería necesario la contratación de personal para cada área de trabajo. Esto con la finalidad de cubrir con la demanda tanto nacional como internacional de cajas decorativas.

Análisis de la observación realizada a la empresa Dreams Lab

Tabla 16: Observación directa

INDICADORES	OBSERVACIÓN
Infraestructura y equipamientos	La empresa cuenta con instalaciones que son de su propiedad, dividida en diferentes áreas para cada paso del proceso de elaboración de cajas

	decorativas, cuenta con diferentes tipos de maquinarias, accesorios y materiales indispensables en el ciclo de producción.
Volumen de producción	El volumen diario de productos terminados es de aproximadamente 100 unidades.
Mano de Obra	La empresa cuenta con 8 personas que son distribuidas en las diferentes áreas de la misma, las cuales cumplen con su trabajo previamente establecido por el gerente.
Tiempo de producción	La elaboración de cajas decorativas tiene un tiempo de producción estimado de 10 minutos por unidad dependiendo de la complejidad del modelo elegido por los clientes.
Materia Prima	El ingreso y salida de materia prima de la bodega es controlada por parte del gerente de la entidad, con la finalidad de evitar el desperdicio y el mal uso de las mismas.
Proveedores	Las empresas nacionales que proveen de los materiales necesarios para la producción son la Dilipa, entre otras, así como también la empresa HALI INDUSTRIAL CO., LTD establecida en la China quienes son los encargados de proveer los pegamentos y pigmentos.
Comercialización	El gerente de la empresa entre sus múltiples funciones también es el

encargado de realizar la entrega del producto terminado en los plazos, horas y lugar establecidos por el cliente en la negociación previa a la elaboración de las cajas decorativas.

Fuente: Empresa Dreams Lab

2.7 MATRIZ FODA

Tabla 17: Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Mano de obra calificada. • Cuenta con personal altamente capacitado y comprometido con la empresa. • Buen ambiente laboral. • Recursos propios. • Diseños personalizados. • Precios accesibles. • Productos con altos estándares de calidad. • Capacidad de entrega directa. • Alta fidelización de sus clientes. • Variedad en la gama de productos elaborados por la empresa. • Características diferenciadoras de la competencia.	• Falta de maquinaria tecnificada. • Largos procesos de producción. • Incapacidad para cubrir la demanda actual de cajas decorativas. • Falta de investigación del mercado.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
• Tendencia favorable en el mercado. • Fuerte poder adquisitivo del mercado meta. • Mercado con poca oferta de cajas decorativas. • Apoyo por parte del gobierno a la producción nacional. • Posibilidad de establecer alianzas. • Buenos márgenes de ganancia. • Avance tecnológico.	• Entrada de nuevos competidores. • Aumento en el precio de los insumos. • Tendencias desfavorables en el mercado. • Disminución en la demanda del producto. • Problemas en la economía nacional.

2.8 ESTRATEGIAS FO DO FA DA

Tabla 18: Cruce FODA

F-O	D-O
• Aprovechar el apoyo por parte del gobierno, a las	• Utilizar los avances tecnológicos que existen en la

empresas que fomentan el turismo de nuestro país a nivel internacional. • Aprovechar la mano de obra calificada con la que cuenta la empresa para mantener la fidelización de sus clientes y obtener buenos márgenes de ganancia. • Aprovechar que la empresa cuenta con recursos propios para poder desempeñar sus funciones e invertir los márgenes de ganancia en capacitaciones continuas para sus empleados y así continuar con la posibilidad de establecer alianzas con empresas a nivel nacional e internacional.	actualidad para poder establecer un proceso de producción que les permita cubrir la demanda actual de cajas decorativas. • Aprovechar los márgenes de ganancia obtenidos por la empresa para poder suplir la maquinaria existente por una con mayor tecnología y que le permita no solo ampliar la variedad de productos sino también incrementar la producción para poder cubrir la demanda nacional e internacional.
F-A	D-A
• Innovar constantemente los diseños y las características diferenciadoras para estar preparados para la entrada de nuevos competidores al mercado.	• Disminuir los largos procesos productivos a través de la implementación de maquinaria tecnificada que ayude a incrementar la producción, mejorar la calidad e innovar la oferta, con la finalidad de que

-
- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Mantener un correcto uso tanto de los insumos dentro del proceso productivo , así como también la excelente calidad, y el servicio a los clientes tanto del mercado nacional como internacional , para poder incrementar la demanda y por ende los ingresos de la empresa y así estar preparados para una posible problemática de la economía a nivel nacional. | <p> siga siendo un producto llamativo y así evitar la disminución de la demanda de cajas decorativas.</p> |
|---|---|
-

2.9 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

La empresa Dreams Lab durante los últimos años ha conseguido un considerable crecimiento dentro de sus ventas, en especial el incremento de la demanda de cajas decorativas a nivel nacional, la problemática surge con los largos procesos productivos, es decir que la empresa no cuenta con maquinaria tecnificada que le permita incrementar la producción y así poder cubrir la demanda existente en la actualidad. Además de conocer y determinar:

- La capacidad instalada, conocer si no existen espacios ociosos que pueden ser utilizados para mejorar el funcionamiento de todas las áreas de la empresa.
- Saturación del mercado local.
- La necesidad de internacionalización
- Rentabilidad del proyecto.

2.10 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado .En el caso de nuestro proyecto se realizó un análisis global acerca de nuestro mercado meta, Chicago- Estados unidos para lograr identificar aspectos como la población que comprará nuestro producto, basado en variables como el género, la edad, ubicación, nivel de ingresos, datos estadísticos básicos , fundamentados en la partida arancelaria 4819.20.00.00 cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón sin corrugar , ya que el producto que se pretende exportar no cuenta con una partida arancelaria específica.

2.10.1 Perfil del mercado

El portal de Santander Trade (2018) menciona que, el perfil del mercado estadounidense es el siguiente:

- **Nombre del país:** Estados Unidos
- **Capital:** Washington, D.C.
- **Población**

Población total: 323.127.513

Crecimiento natural: 0,7%

Densidad: 35 habitantes/km²

Población urbana: 81,8%

- **Población de principales áreas metropolitanas:**

Los Ángeles (17.718.858)

Nueva York (16.713.992)

Chicago (9.655.015)

- **Orígenes étnicos:** De acuerdo a la Oficina del Censo de Estados Unidos (U.S. Census Bureau), la mayoría de los estadounidenses son de origen europeo o de Medio Oriente, representando a más del 77% de la población. Además, más del 17% de la población tiene raíces hispanas o latinas, 13% son afroamericanos, y alrededor del 5% son asiáticos. Los Nativos Americanos y Nativos de Alaska constituyen alrededor del 1% de la población, y los Nativos de Hawaii y otras islas del Pacífico representan al 0,2% de la población (Santander Trade, 2018).
- **Lengua oficial:** A nivel nacional no hay una lengua oficial. Sin embargo, el inglés es la lengua oficial de la mayoría de los estados del país y la lengua más hablada.

Otras lenguas habladas: El español es el idioma más hablado después del inglés. Dicho idioma se puede encontrar concentrado en las siguientes regiones: Arizona, Texas, California, Florida y Nuevo México, pero se pueden encontrar comunidades de habla hispana por todo el país. En estados con una proporción importante de inmigrantes, se pueden escuchar también otras lenguas, como el chino, japonés, italiano, alemán, polaco o el griego. Además, hay muchas lenguas aborígenes (de las poblaciones Nativas Americanas) como el navajo, cree, cheroqui, etc.

Idioma(s) de negocios: inglés (Santander Trade, 2018).

- **Religión:** Protestantes 52%, Católicos 24%, Mormones 2%, Judíos 1%, Musulmanes 1%, Otros 10%, Sin religión 10%.

- **Moneda local:** Dólar estadounidense (USD)

1 USD = 0.8056 EUR, 1 EUR = 1.2413 USD

- **Inflación:** 2.070 % (enero 2018) (Global Rates , 2018).

2.10.2 Análisis PESTEL del mercado

Para poder analizar y determinar la aceptación y potencial de las cajas decorativas en el mercado de Chicago – Estados Unidos se procedió a realizar un análisis PESTEL que es un instrumento de planificación estratégica que sirve para definir el contexto en el que la empresa se desarrollará. Analizando los factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos que pueden influir a nuestro producto en el mercado internacional (ONU mujeres, 2016)l.

2.10.2.1 Factores Políticos

Forma de gobierno

Estados Unidos es una república federal basada en la democracia representativa con la separación de poderes entre las ramas del gobierno. Estados Unidos se compone de 50 estados semisoberanos que disfrutan de una gran autonomía.

Principales partidos políticos

Según el diario El Economista (2016) Estados Unidos posee un sistema bipartidista:

- Partido Demócrata (D): progresista en el plano social, favorece la intervención del gobierno para regular la economía de mercado.
- Partido Republicano (R, o GOP - Grand old party): conservador en el plano social, defiende el capitalismo liberal, e insiste en la defensa nacional.

Régimen presidencialista.

El presidencialismo es un sistema de gobierno creado en Estados Unidos, contrario al parlamentarismo, que tiene las siguientes características fundamentales:

El Presidente concentra todo el poder ejecutivo, ya que es a la vez Jefe de Gobierno y Jefe de Estado (El economista , 2016).

El poder ejecutivo está completamente separado del poder legislativo:

- El Presidente se elige directamente por los votantes en elecciones presidenciales independientes de las de legislatura.
- No existe vinculación entre el poder ejecutivo y el partido político mayoritario en el Congreso.
- Los miembros del gabinete presidencial no pueden ser miembros del Congreso.

El poder ejecutivo

El Presidente es el Jefe de Estado, comandante en jefe de las fuerzas armadas y la cabeza del gobierno; es elegido por un colegio de representantes (que son elegidos directamente de cada estado) para desempeñar el cargo durante un período de cuatro años. El Parlamento comprueba estos poderes. El gabinete es

designado por el Presidente con la aprobación del Senado (Santander Trade, 2017).

El poder legislativo

La legislatura es bicameral en los Estados Unidos. El parlamento consiste del Senado (cámara alta) y la Cámara de Representantes (cámara baja). El Senado tiene el poder de confirmar o rechazar las designaciones presidenciales y de ratificar tratados. La Cámara de Representantes sólo ostenta el derecho a iniciar proyectos de ley, aunque pueden ser modificadas o rechazadas por el Senado. El Presidente puede vetar la legislación aprobada por el Congreso. El Congreso puede anular el veto con las dos terceras partes de los votos (Santander Trade, 2017).

2.10.2.2 Factores económicos

Estados Unidos posee la primera economía del mundo, delante de China, y está recién emergiendo de su peor recesión desde los años 1930. Gracias a un plan de estímulo presupuestario y monetario de largo alcance, la economía se ha recuperado y el crecimiento se elevó a 2,6% del PIB en 2015, estimulado por el consumo privado, las bajas tasas de interés y el dinamismo de la creación de empleos. La actividad se ralentizó en 2016 (1,6%), debido a una baja de la inversión y el consumo (Santander Trade, 2017).

El año 2016 estuvo marcado por una campaña presidencial sin precedentes, en que se enfrentaron la candidata demócrata Hillary Clinton y el republicano Donald Trump. Sorpresivamente, este último ganó las elecciones, tras una campaña enfocada en ataques a las élites, la inmigración y el libre comercio. Una de las características esenciales del programa del presidente Trump es su deseo de

reforzar el proteccionismo y deshacer el legado político de Barack Obama. La primera reforma concierne justamente al Obamacare, que permitió reducir a la mitad el número de americanos sin seguridad social. Aunque la situación que hereda D. Trump está muy lejos de la que afrontó Obama en 2008 (crisis de las hipotecas subprime), aun así Estados Unidos debe afrontar numerosos desafíos. La deuda pública sigue siendo elevada (cerca de 108% del PIB) y seguirá creciendo. La apreciación del dólar y el débil crecimiento de las economías europeas y japonesa afectan a las exportaciones, lo que alimenta un déficit de cuenta corriente cada vez mayor. El déficit presupuestario sobrepasa 4% del PIB, y debiera ahondarse si D. Trump aplica sus promesas de campaña (reducción de impuestos e inversiones masivas). En un contexto de regreso de la inflación, el banco central americano proseguirá sin embargo con sus medidas de contracción de la política monetaria (Santander Trade, 2017).

La crisis financiera internacional provocó un aumento considerable del desempleo en los Estados Unidos, que llegó hasta 10% en octubre de 2009. Aunque la tasa de desempleo ha disminuido bajo 5%, esto esconde una baja de la tasa de participación en el mercado laboral (62,7% a fines de 2016). Si se toman en cuenta a los trabajadores desanimados que dejaron el mercado laboral y los que se ven obligados a aceptar puestos en jornada parcial, la tasa de desempleo real se eleva a más de 10%. Los niveles de desigualdad han aumentado desde los años 1980, alcanzando actualmente su punto más elevado desde hace un siglo. En 2014, el número de ciudadanos americanos que disponían de un bien inmobiliario alcanzó su nivel más bajo desde 1995 (Santander Trade, 2017).

Tabla 19: Indicadores de crecimiento USA

Indicadores de crecimiento	2014	2015	2016	2017 (e)	2018 (e)
PIB (miles de millones de USD)	17.393,10	18.036,65	18.569,10	19.417,14	20.351,77
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	2,4	2,6	1,6	2,3	2,5
PIB per cápita (USD)	54.560	56.175	57.436	59.609	62.002
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-3,8	-3,4	-3,9e	-4,0	-4,6
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	105,2	105,6	107,4e	108,3	108,9
Tasa de inflación (%)	1,6	0,1	1,3	2,7	2,4
Tasa de paro (% de la población activa)	6,2	5,3	4,9	4,7	4,6
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-392,06	-462,97	-481,21	-522,77	-672,50
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-2,3	-2,6	-2,6	-2,7	-3,3

Fuente: (Santander Trade, 2017)

Principales sectores económicos

El sector agrícola americano es sin lugar a dudas uno de los más grandes del mundo. Se caracteriza por una alta productividad y por el uso de tecnologías modernas. Estados Unidos es uno de los principales productores de maíz, soja, carne de res y algodón. El estado de California genera más de un tercio de los vegetales y dos tercios de las frutas y nueces del país. Dicho esto, la agricultura representa únicamente 1,3% del PIB americano y emplea a 1,6% de la población activa (Santander Trade, 2017).

Estados Unidos es un país muy industrializado. El sector industrial representa más de 20% del PIB e incluye una gran variedad de actividades. Las más importantes son la fabricación de maquinaria eléctrica y electrónica, de productos químicos y maquinaria industrial, así como el sector agroalimentario y automotriz. También es líder mundial en el sector aeroespacial y en la industria farmacéutica. La abundancia de recursos naturales ha convertido al país en líder en la producción de varios minerales y le permite mantener una producción diversificada. Así, es también el mayor productor mundial de gas natural líquido, aluminio, electricidad y energía nuclear, y el tercer productor mundial de petróleo.

Desde hace varios años desarrolla la extracción a gran escala de gas de esquisto (Santander Trade, 2017).

La economía americana se basa fundamentalmente en los servicios. El sector terciario representa más de tres cuartos del PIB y emplea a más de 80% de la mano de obra.

Tabla 20: Actividad económica por sector USA

Repartición de la actividad económica por sector	Agricultura	Industria	Servicios
Empleo por sector <i>(en % del empleo total)</i>	1,6	18,4	80,0
Valor añadido <i>(en % del PIB)</i>	1,1	20,0	78,9
Valor añadido <i>(crecimiento anual en %)</i>	3,0	2,1	2,6

Fuente: (Santander Trade, 2017)

Tipo de cambio

El Dólar estadounidense es la moneda de Estados Unidos. Nuestras clasificaciones de divisas muestran que el tipo de cambio más popular para el Dólar estadounidense es el tipo de cambio USD a EUR. El código de la divisa de Dólares es USD, y su símbolo de la divisa es \$ (encyclopedia, 2017).

Cifras del comercio internacional

Tabla 21: Cifras del comercio internacional Estados Unidos

Indicadores de comercio exterior	2012	2013	2014	2015	2016
Importación de bienes (millones de USD)	2.336.524	2.329.060	2.412.547	2.307.946	2.251.351
Exportación de bienes (millones de USD)	1.545.703	1.579.593	1.620.532	1.504.914	1.454.607
Importación de servicios (millones de USD)	424.152	438.366	453.265	469.110	503.053
Exportación de servicios (millones de USD)	633.576	664.948	690.127	690.061	752.411
Importación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	2,2	1,1	4,5	5,0	1,3
Exportación de bienes y servicios (crecimiento anual en %)	3,4	3,5	4,3	0,4	-0,3
Importación de bienes y servicios (en % del PIB)	17,1	16,6	16,6	15,4	14,7
Exportación de bienes y servicios (en % del PIB)	13,6	13,6	13,6	12,5	11,9
Balanza comercial (millones de USD)	-741.172	-702.243	-751.493	-761.855	-752.505
Comercio exterior (en % del PIB)	30,7	30,2	30,2	27,9	26,6

Fuente: (Santander Trade , 2017)

Estados Unidos es el primer importador y el segundo exportador mundial de bienes, así como el primer importador y exportador mundial de servicios comerciales. Sin embargo, el comercio representa menos de 30% de su PIB.

En 2016, las importaciones disminuyeron más rápido que las exportaciones, lo que hizo reducir el déficit con respecto al año anterior (736 mil millones USD en 2016 tras 745 mil millones en 2015). Estados Unidos ha experimentado el alza del precio del dólar, lo que mermó la competitividad de sus exportaciones. Las exportaciones industriales y los productos petroleros son las que más han caído.

Principales países asociados

Tabla 22: Países asociados

Cientes principales (% de las exportaciones)	2016	Principales proveedores (% de las importaciones)	2016
Canadá	18,3%	China	21,4%
México	15,9%	México	13,2%
China	8,0%	Canadá	12,6%
Japón	4,4%	Japón	6,0%
Reino Unido	3,8%	Alemania	5,2%

Fuente: (Santander Trade, 2017)

Los principales socios comerciales de los Estados Unidos son los países del TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte, que incluye a Estados Unidos, México y Canadá), China (que tiene un importante superávit comercial con los Estados Unidos) y la Unión Europea. Sin embargo, el comercio con México se ve expuesto a las amenazas del presidente Trump, que prometió instaurar un impuesto de 20% sobre las importaciones mexicanas. Desde 2013, Estados Unidos negocia un tratado de libre comercio con la Unión Europea. En enero de 2017, Estados Unidos se retiró del Acuerdo Transpacífico Cooperación Económica (TTP) entre doce naciones, firmado anteriormente por Barack Obama (Santander Trade , 2017).

2.10.2.3 Factores socio culturales

Sociedad

Estados Unidos tiene un problema social con la creciente edad media de su población, este problema lo tienen la mayoría de los países desarrollados del mundo así que no es un problema solo en el entorno macroeconómico de estados unidos sino también en el entorno macroeconómico mundial. Esta avanzada edad de la población puede llevar a una subida grande de los impuestos y a una falta de trabajadores para mantener el sistema (Plaza, 2017).

Actualmente la sociedad está bastante dividida políticamente y esto está convirtiéndose en un problema de poca tolerancia entre los liberales y los demócratas. Si a esto le sumamos el número creciente de inmigrantes ilegales viviendo en EEUU (11,7 Millones y creciendo), hace que la sociedad esté más volátil de lo que habitualmente venía siendo en Estados Unidos (Plaza, 2017).

Estilo de vida

El estilo de vida norteamericano es probablemente la forma de vida más codiciada y de todo el mundo y eso debido a la desinformación que generan las películas de Hollywood; donde todos tienen auto, van a Las Vegas a ganar mucho dinero durante las vacaciones (Wikia Enciclopedia, 2015).

Los norteamericanos tienen un estilo de vida muy diferente al resto del mundo. Esto se manifiesta en la alimentación, el consumismo, la amenaza bélica, y la falta de cultura general del estadounidense promedio (Wikia Enciclopedia, 2015).

La reproducción de infomerciales y la saturación de publicidad en las urbes se traducen en la adquisición compulsiva de productos y cosas tan suntuosas como inútiles. Como la máquina para hacer abdominales que nunca usan y el anzuelo de pesca de última tecnología. También causan el consumo de comida chatarra en las escuelas como por ejemplo: los refrescos, las papas, hamburguesas, hot dog. A toda la gente niños y adultos se han vuelto inactivas y eso es lo que les causa enfermedades cardiovasculares en el corazón que no le gusta hacer ejercicio, que se la pasan comiendo sentados en su casa sin hacer nada, viendo la televisión (Wikia Enciclopedia, 2015).

Perfil del consumidor

El estadounidense en general es calificado como una persona consumista y siempre dispuesto a probar productos nuevos y novedosos. Es exigente, hecho que se deriva de la búsqueda de información que realiza. Asimismo, tiene conciencia del cuidado del medio ambiente. Conoce muy bien sus derechos como consumidor y hace uso de las leyes que lo protegen. En caso de verse perjudicado no duda en levantar una demanda ante perjuicios ocasionados por productos defectuosos. Si bien el precio es una variable relevante al decidir una compra, también son importantes la calidad, la garantía y el servicio post venta (SIICEX, 2015).

El norteamericano espera un servicio post venta de calidad. Los productos que puedan asociarse a la novedad y/o exclusividad, son más sensibles a ser valorados por su calidad y no tanto por su precio. Da especial importancia a la presentación del producto, por ello el empaquetado o envase debe ser de calidad y atractivo. Cada vez destinan menos tiempo en buscar productos y comparar precios. Un consumidor promedio gasta 20 minutos en una tienda y recorre menos de la cuarta parte de ella. En relación, el número de consumidores que visitan tiendas chicas está en aumento, debido a que les hace la vida más fácil (SIICEX, 2015).

El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense es rico y muy diverso en sus intereses y sus gustos. Gran parte de sus habitantes de entre 30- 50 años valoran y se sienten altamente atraídos por productos que identifican las culturas y lugares turísticos que posee el Ecuador (Trade, Santander, 2017).

2.10.2.4 Factores tecnológicos

La historia tecnológica e industrial de los Estados Unidos describe el surgimiento de esta nación como tecnológicamente la más poderosa y avanzada del mundo. La disponibilidad de tierras y mano de obra, la diversidad de clima, la presencia abundante de canales navegables, ríos y vías fluviales costeras, y la abundancia de recursos naturales que facilitan la extracción de energía barata, el transporte rápido y la disponibilidad de capital contribuyeron a Estados Unidos la rápida industrialización (Rebolledo, 2017).

La expansión mundial y la casi omnipresencia del internet se dan por sentadas en muchos lugares en los países de ingreso alto y de ingreso mediano. La cantidad

de usuarios de este servicio se ha triplicado con creces en la década pasada, aumentando de 1,000 millones en 2005 a una cifra estimada de 3200 millones a fines de 2015 (Rebolledo, 2017).

La innovación junto al desarrollo en la tecnología son dos de los puntos principales de la economía de Estados Unidos y de Estados Unidos como país. Es la gran potencia mundial en este aspecto y aunque su competencia está aumentando, se espera que lo siga siendo en los próximos años.

Estados Unidos aumentó en el 2016 2.2% de usuarios de internet, para un total de 273.3 millones de usuarios. Las redes sociales tuvieron 191.1 millones de usuarios, un aumento del 2.9% con respecto al año anterior. Facebook es la red social más numerosa con 171.4 millones de usuarios. Aunque creció 2.7%, no es la red social que menos creció, ese puesto se lo lleva Twitter con un crecimiento de 1.9% y un total de 53.3 millones de usuarios (Rebolledo, 2017).

Hay grandes expectativas sobre la posibilidad de que lleguen muchos avances tecnológicos que puedan transformar los mercados, abriendo posibles ventanas de entrada en mercados que antes estaban más cerrados, como fue por ejemplo la irrupción de Uber como competencia de los taxis, que antes no veían peligrar su trono como transporte en las ciudades (Plaza, 2017).

El acceso a internet en los estadounidenses se ha ido incrementando con el pasar de los años

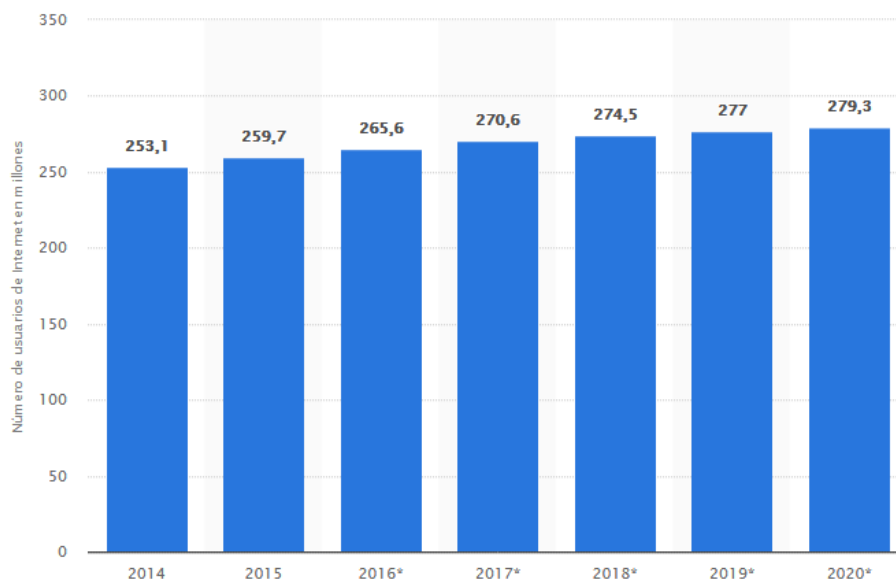


Figura 12: Población con acceso a internet en Estados Unidos con proyección al año 2020

Fuente: (Statista, 2016)

2.10.2.5 Factores Legales

Trámites y tributos aduaneros

Se debe considerar la complejidad y los diferentes factores que influyen en el proceso de exportación o importación de un producto hacia y desde Estados Unidos. Es difícil establecer con exactitud los lapsos de tiempo para gestionar los distintos trámites aduaneros, ya que estos se determinan en función de muchas variables, tales como tipo de producto, inspecciones, certificaciones, nuevos requerimientos, etc. Sin embargo, con la correcta asesoría y experiencia en las distintas etapas del proceso aduanero, es posible cumplir con tiempos ideales y óptimos (Procuador, 2017).

Cumpliendo con todos los requerimientos formales, el producto importado puede llegar a ser liberado por la Aduana y Protección de Fronteras de los Estados Unidos (US Customs and Border Protection, USCBP por sus siglas en inglés) en un día aproximadamente. Para lograrlo, es importante que el importador

cuenta con un agente aduanero en el puerto de entrada, que el producto esté correctamente empaquetado y sellado, que los respectivos documentos estén debidamente llenados y que el importador tenga historial y buena reputación con la aduana (Proecuador, 2017).

Documentación requerida

La guía comercial de Estados Unidos establecida por Pro Ecuador (2017) menciona los documentos que se deben presentar al momento de ingresar la mercancía al territorio estadounidense:

- Manifiesto de ingreso de mercancías (Entry Manifest, custom form 7533), o un permiso especial para entrega inmediata (Special Permit for Immediate Delivery, custom form 3461).
- Certificado de Origen.
- Evidencia de los derechos sobre la mercancía, esto quiere decir que se debe probar de manera satisfactoria la posesión de la misma.
- Factura comercial o una Pro Forma Invoice, cuando la primera no pueda ser diligenciada.
- La lista de empaque.
- Otro tipo de documentación dependiendo del tipo de producto.

Licencias

Licencias de importación y autorizaciones previas

Entidades reguladoras

Según el rubro del producto se requerirá permisos o certificaciones especiales por parte de los entes reguladores y la aduana. A continuación se detallan algunas de las entidades estadounidenses que regulan las distintas mercancías:

- Environmental Protection Agency (EPA)
- Food and Drug Administration (FDA)
- United States Department of Agriculture (USDA)
- U.S. Department of Treasury
- Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau

Trámites aduaneros para la exportación a los Estados Unidos

Regímenes arancelarios

Restricciones

El "Permiso de Exportación" y la "Aprobación de Exportación" son necesarios, aunque sólo hacen referencia a bienes internacionalmente reconocidos que puedan estar sujetos a esas restricciones (armas, energía nuclear, misiles, etc.) (Santander Trade, 2017).

Despacho de aduana de mercancías

Requiere la adhesión a un proceso específico establecido en la Normativa de Administración de la Exportación (Export Administration Regulations, EAR). Según la EAR, el exportador es el responsable de una adecuada utilización del producto, su clasificación, licencias, así como los requisitos de exportación correspondientes (Santander Trade, 2017).

La documentación apropiada sobre la exportación, rigurosamente completada, debe acompañar a la operación de exportación. El incumplimiento del proceso anterior puede resultar en pago de impuestos, en retención o confiscación de la mercancía, en errores en la exportación, sanciones, inspecciones por parte del gobierno, así como en publicidad adversa. Los documentos descritos a continuación son los que se requieren para la exportación:

- Factura comercial
- Lista de embalaje
- Declaración de Exportación del Remitente

El Formulario 7525-V de la Declaración de Exportación del Remitente (Shippers Export Declaration, SED), se utiliza para compilar estadísticas oficiales estadounidenses y se requiere para exportaciones autorizadas por el Ministerio de Comercio. Es un formulario obligatorio requerido para todas las exportaciones provenientes de los Estados Unidos. No se precisa la SED para la exportación de artículos con un valor inferior a 2.500 USD, excepto si los artículos caen en alguna excepción de licencias (Santander Trade, 2017).

Los exportadores deben mantener registros por un período de 5 años desde la fecha de la exportación, o de la última exportación o re-exportación.

Declaraciones necesarias

Introducir mercancía es un proceso de dos partes que consiste en: (1) rellenar los documentos necesarios para determinar qué mercancía puede ser liberada de la custodia de las aduanas, y (2) rellenar los documentos que contengan información para la evaluación de los impuestos y para contabilizar la estadística. Estos dos procesos se pueden llevar a cabo electrónicamente mediante el programa de Interfaz de Agentes Automatizado de los Sistemas Comerciales Automatizados (Santander Trade, 2017).

Facturas

Cada embalaje se marca y se numera para que pueda ser identificado con respecto a la factura. Una descripción detallada de la mercancía en cada

embalaje se encuentra en la factura. El país de origen debe aparecer resaltado (Santander Trade, 2017).

Se ha de cumplir cualquier ley que pueda aplicar al caso. Las mercancías como la alimentación, medicinas, cosméticos, alcohol, entre otras, entrarán a menudo en esta categoría.

Control de calidad de los productos

Las empresas encargadas de realizar el control de calidad de cada uno de los productos que ingresan a los estados unidos son:

- Empresas de control de calidad
- Sociedad Estadounidense para la Calidad

2.11 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

2.11.1 Descripción de la partida arancelaria

Las cajas decorativas no cuentan con una partida arancelaria específica, por tal motivo se determinó una partida que se ajuste a las características y condiciones del producto y nos permita realizar el estudio estadístico de la oferta y demanda del producto.

Tabla 23: Partida arancelaria exportación

Sección X	Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar
-----------	---

	(desperdicios y desechos); papel o cartón y sus aplicaciones
Capítulo 48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón.
Partida sistema armonizado 4819	Cajas, sacos (bolsas), bolsitas, cucuruchos y demás envases de papel, cartón, guata de celulosa o napa de fibras de celulosa; cartonajes de oficina, tienda o similares.
Sub partida regional 4819.20.00.00	Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón, sin corrugar.

Fuente: (Aduanet, 2018)

2.11.2 Demanda

De acuerdo a los datos obtenidos por Trade Map acerca de la lista de productos importados por Estados Unidos de América detallados en la partida arancelaria 4819.20.00 durante los últimos 5 años son:

- Cajas, cajas y estuches plegables de papel y papel no corrugado, excepto los alimentos sanitarios.
- Contenedores de bebidas y bebidas sanitarias de papel o papel de correo no corrugado.

Los datos son tomados de forma general ya que las cajas decorativas no cuentan con una partida arancelaria específica ya que es un producto nuevo en el mercado.

Tabla 24: Lista de los productos importados por Estados Unidos durante los últimos 5 años dentro de la partida 4819.20.00

Lista de los productos importados por Estados Unidos de América 
detailed products in the following category: 481920 Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón, sin corrugar

Unidad : miles Dólar Americano

[Tabla](#)
[Gráfico](#)
[Mapa](#)
[Empresas](#)
[Licitaciones públicas](#)
[Datos IED](#)
[Datos arancelarios](#)
[Normas voluntarias](#)

Descargar:    
 Período (número de columnas):  5 por página  líneas por página: Por defecto (25 por página) 

Código	Descripción del producto  	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015	Valor importada en 2016	Valor importada en 2017 
4819200040	FOLDING CARTONS, BOXES AND CASES OF NON-CORRUGATED PAPER AND PAPERBOARD EXCEPT SANITARY FOOD ...	591.670	593.642	648.761	664.985	653.136
4819200020	SANITARY FOOD AND BEVERAGE CONTAINERS OF NON-CORRUGATED PAPER OR PAPERBOARD	191.353	221.377	215.890	224.214	266.117

Fuente: Trade Map (2016)

El valor esta expresado en miles de dólares y podemos observar que ha existido un incremento en el valor importado de los productos que se consideran dentro de la partida arancelaria 4819.20.00.00, durante los tres primeros años , con una baja durante el año 2015 y 2016 respectivamente.

Lista de los países importadores en el año 2016 según Trade Map (2016) de la partida arancelaria 4819.20.00.00 Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón sin corrugar.

Tabla 25: Países importadores

SA8	Importadores	Valor importado en 2016 (miles de USD)▼	Saldo comercial 2016 (miles de USD) i	Cantidad importada en 2016	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) i	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2012-2016 (%) i	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2012-2016 (%) i	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2015-2016 (%) i	Participación en las importaciones mundiales (%) i	Distancia media de los países proveedores (km) i	Concentración de los países proveedores i	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%) i
	Mundo	7.502.184	443.103	2.912.846	Toneladas	2.576	-1	2	-2	100	2.527	0,08	
+	Estados Unidos de América i	889.355	-406.060	320.911	Toneladas	2.771	5	7	3	11,9	5.141	0,35	0.3
+	Francia i	754.413	-570.411	280.791	Toneladas	2.687	-3	0	0	10,1	1.361	0,19	0
+	Alemania i	509.208	892.293	210.858	Toneladas	2.415	0	7	-6	6,8	1.226	0,11	0
+	Reino Unido i	369.411	-231.540	139.793	Toneladas	2.643	3	2	-5	4,9	3.185	0,17	0
+	Bélgica i	284.994	-32.655	152.861	Toneladas	1.864	1	8	12	3,8	1.080	0,19	0
+	México i	277.266	-176.907	85.887	Toneladas	3.228	1	1	0	3,7	3.401	0,54	4
+	Canadá i	272.936	203.090	112.873	Toneladas	2.418	3	1	2	3,6	2.902	0,62	0
+	Polonia i	228.400	82.195	71.658	Toneladas	3.187	-5	4	-5	3	900	0,28	0
+	Países Bajos i	206.418	363.394	154.793	Toneladas	1.334	-6	-2	-3	2,8	991	0,26	0
+	España i	202.436	-52.148	82.076	Toneladas	2.466	-9	-6	-12	2,7	1.757	0,22	0
+	Hong Kong, China i	189.486	-7.903	64.190	Toneladas	2.952	-4	-7	-13	2,5	1.177	0,88	0
+	Suiza i	173.770	-97.269	43.228	Toneladas	4.020	-2	1	1	2,3	1.040	0,22	0.8

Fuente: Trade Map (2016)

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América en 2016 de la partida arancelaria 4819.20.00.00 Cajas y cartones, plegables, de papel o cartón sin corrugar.

Tabla 26: Principales proveedores para un producto importado por USA

Comercio bilateral	Exportadores	Seleccione sus indicadores▼														
		Valor importado en 2016 (miles de USD)▼	Saldo comercial en 2016 (miles de USD) i	Participación de las importaciones para Estados Unidos de América (%) i	Cantidad importada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) i	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2012-2016 (% p.a.) i	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2012-2016 (% p.a.) i	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2015-2016 (% p.a.) i	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales i	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%) i	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2012-2016 (% p.a.) i	Distancia media entre los países socios y todos los mercados importadores (km) i	Concentración de las importaciones de los países socios i	Arancel medio (estimado) aplicado por Estados Unidos de América i
	Mundo	889.355	-406.060	100	320.911	Toneladas	2.771	5	7	3		100	-2			
+	Canadá	462.848	-234.108	52	205.838	Toneladas	2.249	3	6	5	5	6	3	1.243	0,95	
+	China	238.547	-236.093	26,8	54.925	Toneladas	4.343	9	6	4	2	15	-4	6.351	0,07	
+	México	57.275	132.713	6,4	19.741	Toneladas	2.901	6	4	-9	19	1,3	7	1.977	0,72	
+	Alemania	21.380	-17.739	2,4	7.166	Toneladas	2.984	10	16	5	1	17,6	-5	1.345	0,08	
+	Indonesia	20.129	-20.090	2,3	12.440	Toneladas	1.618	15	18	-3	40	0,2	18	10.927	0,26	
+	Taipei Chino	11.069	-10.952	1,2	1.888	Toneladas	5.863	7	-2	15	27	0,6	0	6.212	0,11	
+	Francia	9.484	-6.533	1,1	781	Toneladas	12.143	9	23	4	11	2,3	-5	1.720	0,07	
+	Hong Kong, China	8.580	-7.263	1	2.087	Toneladas	4.111	8	13	4	13	2,3	-5	7.368	0,11	
+	Hungría	6.265	-6.240	0,7	932	Toneladas	6.722	225	269	46	25	0,7	13	3.196	0,1	
+	Reino Unido	5.543	-1.452	0,6	609	Toneladas	9.102	7	10	-23	16	1,7	0	1.504	0,12	

Según datos de Trade Map (2016) las importaciones de Estados Unidos de América representan 11,9% de las importaciones mundiales para los productos considerados dentro de esta partida, su posición relativa en las importaciones mundiales es el primer lugar. (Trade Map, 2016).

Lista de los países exportadores en el año 2016 según Trade Map (2016) de la partida arancelaria 4819.20.00.00 Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón sin corrugar.

Tabla 27: Países exportadores

SA8	Exportadores	Seleccione sus indicadores ▼										
		Valor exportado en 2016 (miles de USD) ▼	Saldo comercial 2016 (miles de USD) i	Cantidad exportada en 2016	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) i	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2012-2016 (%) i	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2012-2016 (%) i	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2015-2016 (%) i	Participación en las exportaciones mundiales (%) i	Distancia media de los países importadores (km) i	Concentración de los países importadores i
	Mundo	7.945.287	443.103	3.018.782	Toneladas	2.632	-2	1	-3	100	2.399	0,04
+	Alemania i	1.401.501	892.293	525.325	Toneladas	2.668	-5	1	-1	17,6	1.345	0,08
+	China i	1.191.906	1.113.580	303.477	Toneladas	3.928	-4	-3	-18	15	6.351	0,07
+	Países Bajos i	569.812	363.394	321.524	Toneladas	1.772	-1	4	-1	7,2	871	0,12
+	Estados Unidos de América i	483.295	-406.060	193.762	Toneladas	2.494	3	3	3	6,1	2.190	0,38
+	Canadá i	476.026	203.090	207.765	Toneladas	2.291	3	6	4	6	1.243	0,95
+	Austria i	319.009	220.163	116.346	Toneladas	2.742	-7	-3	4	4	796	0,24
+	Polonia i	310.595	82.195	133.545	Toneladas	2.326	6	12	7	3,9	888	0,15
+	Italia i	264.762	101.424	88.331	Toneladas	2.997	-1	0	5	3,3	1.126	0,16
+	Bélgica i	252.339	-32.655	188.305	Toneladas	1.340	-6	0	-2	3,2	489	0,28
+	Arabia Saudita i	205.093	151.656	60.268	Toneladas	3.403	5	-6	-13	2,6	2.199	0,2
+	Francia i	184.002	-570.411	46.361	Toneladas	3.969	-5	-7	5	2,3	1.720	0,07
+	Tailandia i	182.263	121.985	43.451	Toneladas	4.195	4	5	6	2,3	2.311	0,26

Fuente: Trade Map (2016)

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador en 2016 de la partida arancelaria 4819.20.00.00 Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón sin corrugar.

Tabla 28: Países importadores para un producto exportado por Ecuador

Comercio bilateral	Importadores	Valor exportado en 2016 (miles de USD) ▼	Saldo comercial en 2016 (miles de USD) i	Participación de las exportaciones para Ecuador (%) i	Cantidad exportada en 2016	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad) i	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2012-2016 (% p.a.) i	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2012-2016 (% p.a.) i	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2015-2016 (% p.a.) i	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales i	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%) i	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2012-2016 (% p.a.) i	Distancia media entre los países socios y todos los mercados proveedores (km) i	Concentración de las proveedores de los países socios i	Arancel medio (estimado) enfrentado por Ecuador i
	Mundo	1.948	-977	100	843	Toneladas	2.311	4	5	1		100	-1			
+	Perú	1.060	823	54,4	478	Toneladas	2.218	-3	-1	-13	97	0,08	-10	6.878	0,16	
+	Venezuela, República Bolivariana de	838	838	43	346	Toneladas	2.422	24	22	28	120	0,03	-30	5.613	0,19	
+	Suriname	17	17	0,9	7	Toneladas	2.429	-36	-16		145	0,02	-9	4.849	0,24	
+	Estados Unidos de América	13	-107	0,7	10	Toneladas	1.300	-11	35		1	11,9	5	5.141	0,35	
+	Panamá	9	9	0,5	1	Toneladas	9.000	71	0	-71	50	0,3	-3	2.805	0,27	
+	Colombia	5	-1.771	0,3	1	Toneladas	5.000	-43	-21	-44	74	0,1	1	6.760	0,19	
+	España	3	-8	0,2	0	Toneladas					10	2,7	-9	1.757	0,22	
+	Japón	2	2	0,1	0	Toneladas					23	1,1	-6	2.762	0,28	
+	Corea, República de		-1								35	0,6	-4	3.366	0,25	

Fuente: Trade Map (2016)

Las exportaciones de Ecuador representan 0% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales está en la posición número 80 (Trade Map, 2016).

2.12 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

Oferta mundial

Principales países exportadores mundiales

Tabla 29: Principales exportadores mundiales

Países exportadores	Valor exportado	Cantidad exportada (toneladas)	Participación en las exportaciones mundiales%
China	3.688.951	1.214.941	17
Alemania	2.940.793	1.425.228	13,5
Estados Unidos	1.926.654	946.060	8,9

Fuente: (Trade Map, 2016)

Los principales exportadores mundiales para la parida 4819.20.00.00 son China, Alemania y Estados Unidos con un valor de exportaciones expresado en miles de dólares, en donde China es quien lidera la lista con una participación en el mercado del 17% relativo a las exportaciones mundiales.

Oferta Nacional (Estados Unidos)

Mercados importadores para un producto exportado por Estados Unidos de América.

Tabla 30: Mercados importadores para un producto exportado por Estados Unidos en series anuales expresado en miles de dólares.

Países importadores	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017
México	944.418	959.464	991.859	968.686	991.620
Canadá	701.981	709.973	686.578	704.326	731.890
República Dominicana	39.445	36.041	51.689	37.432	40.968

Fuente: (Trade Map, 2016)

La lista de los principales importadores es liderada por Mexico, quien ha tenido un constante crecimiento durante los últimos años, por otro lado Canadá ha tenido una baja en sus exportaciones durante el año 2015 y República Dominicana no presenta un valor constante , es decir que las exportaciones varían de año a año.

Oferta local

Mercados importadores para un producto exportado por Ecuador en series anuales.

Tabla 31: Mercados importadores para un producto exportado por Ecuador en series anuales expresado en miles de dólares.

Importadores	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017
Perú	5.428	7.888	7.057	6.665	6.930
Venezuela	3.567	4.999	3.955	3.156	2.658
Estados Unidos	39	58	33	156	783

Fuente: (Trade Map, 2016)

Dentro de los países importadores para un producto exportado por Ecuador según datos de Trade Map podemos observar que, Perú ha mantenido un incremento durante los dos primeros años, y los dos últimos años se registra una baja dentro de las importaciones. En el caso de Estados Unidos el valor de las exportaciones se ha ido incrementando de año a año.

Oferta de la empresa

Empresa Dreams Lab, estimación de la oferta en unidades (5años).

Tabla 32: Estimación de la oferta empresa Dreams Lab

Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
7690	11090	15160	17997	19340
unidades	unidades	unidades	unidades	unidades

Incremento promedio

Tabla 33: Incremento promedio de la oferta de la empresa Dreams Lab en unidades

Años	Incremento promedio de unidades año a año
2013-2014	3400
2014-2015	4070
2015-2016	2831
2016-2017	1343
PROMEDIO	11644 unidades

Proyección de la oferta de la empresa

Para poder determinar la proyección de la oferta de la empresa se utilizó el método de mínimos cuadrados dentro del cual pudimos observar los siguientes resultados.

Tabla 34: Proyección de la oferta de la empresa

UNIDADES COMERCIALIZADAS POR DREAMS LAB					
Años	X	Oferta (y)	x.y	x ²	y ²
2013	-2	7690	-15380	4	236544400
2014	-1	11090	-11090	1	122988100
2015	0	15160	0	0	229825600
2016	1	17997	17997	1	323892009
2017	2	19340	38680	4	374035600
TOTAL	0	60277	30207	10	1287285709

A partir de la información anterior se desprenden los siguientes parámetros:

a=	$a = \frac{60277}{5}$	12055
b=	$b = \frac{30207}{5}$	6041
y=	12055+(6041X)	

Proyección de la oferta en unidades de la empresa Dreams Lab.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE DREAMS LAB			
Años	Tiempo	Ecuación	Comercialización (unidades de cajas decorativas)
2018	2	12055+6041(2)	24137
2019	3	12055+6041(3)	30178
2020	4	12055+6041(4)	36219
2021	5	12055+6041(5)	42260
2022	6	12055+6041(6)	48301

Cabe indicar que la proyección de la oferta de la empresa se realizó en base al histórico de las unidades ofertadas durante los últimos años ya que es un producto nuevo y no se han podido determinar cifras exactas dentro del mercado.

2.13 DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO

La empresa Dreams Lab, determina los precios unitarios de sus productos basándose en factores tales como: el tamaño, tipo de material y complejidad de sus diseños en el proceso productivo debido a que tanto la variedad como la cantidad de materiales varía de acuerdo a los tipos de personalización y gusto de los clientes al momento de diseñar.

Tabla 35: Determinación del precio empresa Dreams Lab

INDICADOR	UNIDAD (cm)	USD
Por el tamaño:	5x5 cm	0,75 usd
	10x10 cm	1,50 usd

	20x20 cm	3,00 usd
Por la complejidad de sus diseños	Fácil	
	5x5 cm	0,75 usd
	10x10 cm	1,50 usd
	20x20 cm	3,00 usd
	Medio	
	5x5 cm	1,00 usd
	10x10 cm	1,75 usd
	20x20 cm	3,50 usd
	Complejo	
	5x5 cm	1,50 usd
	10x10 cm	3,50 usd
	20x20 cm	8,00 usd
Por el tipo de material, cantidad y personalización	Material sencillo y un solo color	
	5x5 cm	0,75 usd
	10x10 cm	1,50 usd
	20x20 cm	3,00 usd
	Material fino, varios colores y detalles	
	5x5 cm	1,75 usd
	10x10 cm	3,75 usd
	20x20 cm	8,25 usd

2.14 DEMANDA INSATISFECHA

En vista de que el producto no cuenta con una partida arancelaria específica para la determinación de la demanda insatisfecha con datos ajustados a nuestro proyecto, se hace uso de la información propuesta por los potenciales clientes dentro de las encuestas elaboradas a los mismos.

Clientes potenciales	Demanda	Frecuencia
Ecua Lab	300 unidades	Mensual
A&H Store	200 unidades	Mensual
Crafts and Gifts	300 unidades	Trimestral

CAPITULO III

3. INGENIERIA DEL PROYECTO

3.1 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

3.1.1 Macro localización

La empresa Dreams Lab está ubicada en Ecuador, provincia de Pichincha, al sur de la ciudad de Quito.



Figura 13: Localización de la provincia de Pichincha

3.1.2 Micro localización

La empresa Dreams Lab está ubicada en el sector de Quitumbe, Av. Cóndor Ñan Oe110 y Llira, conjunto bosques de Quitumbe.

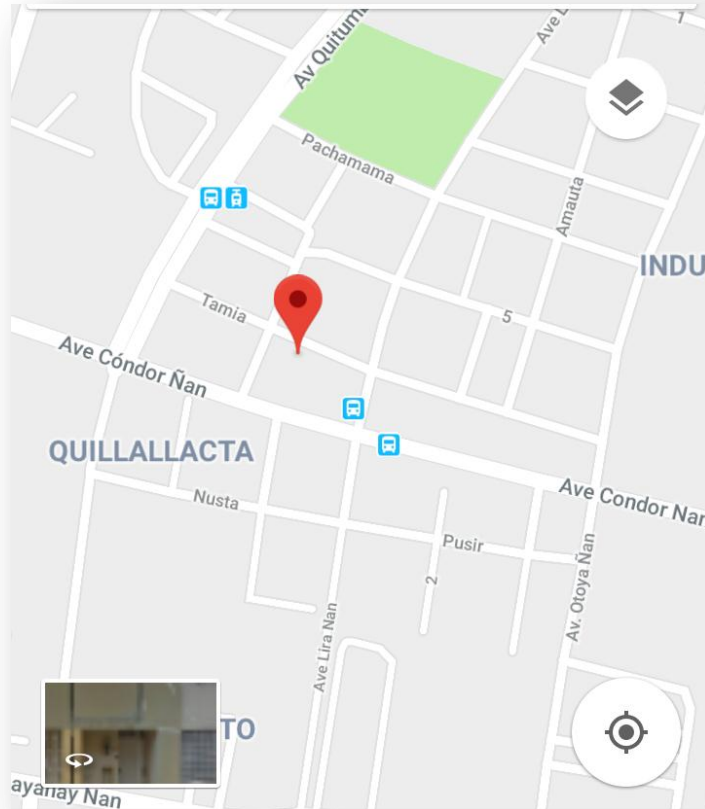


Figura 14: Micro localización empresa Dreams Lab

3.2 PROPUESTA ADMINISTRATIVA

3.2.1 Nombre de la empresa

Dreams Lab Cía. Ltda.

3.2.2 Logotipo



Figura 15: Logotipo empresa Dreams Lab

3.2.3 Slogan

“Personalizamos tus ideas”

3.2.4 Historia de la empresa

La empresa Dreams Lab nace un 12 de julio de 2012 siendo un emprendimiento, que se llevó a cabo por dos razones: la primera, la necesidad de contar con ingresos extra para la familia ya que a pesar de que los propietarios contaban con trabajos estables existían gastos que necesitaban ser cubiertos y la segunda, por el gusto y pasión de la esposa del gerente en crear y personalizar kits para fiestas de cumpleaños. Empezaron creando artículos a mano para fiestas de familiares y personas conocidas, al mirar la gran acogida que tenían sus productos se vieron en la necesidad de adquirir maquinaria que les ayudaría a producir de manera más rápida y eficiente.

Luego de que adquirieron la maquinaria, observaron las funciones y la utilidad que esta tenía, decidieron ampliar la gama de productos, ya no sólo era decoración para fiestas sino también, la personalización de cajas decorativas para diferentes eventos y fechas. Gracias a la calidad de los productos y a sus diseños exclusivos, la demanda se fue incrementando significativamente, Dreams Lab en la actualidad se encuentra cubriendo la demanda de empresas y hoteles a nivel nacional.

Particularmente la sección de cajas decorativas ha tenido una gran demanda, por sus modelos atractivos y personalizados, además de la excelente calidad y servicio óptimo que la empresa ofrece.

A diferencia de las empresas dedicadas a la elaboración de cajas, Dreams Lab diseña cajas que representen los lugares turísticos y atractivos naturales de nuestro país tales como: Mitad del Mundo, Malecón, el Panecillo, Parque Nacional Galápagos, entre otras siendo esta particularidad un plus que la diferencia de la competencia.

3.2.5 Pensamiento estratégico

Misión

Brindar a todos nuestros clientes un servicio con altos estándares de calidad, adaptado a sus necesidades y deseos, basado en el trabajo en equipo, la eficiencia, la experiencia y la ilusión, con el objetivo de crear un producto que logre personalizar sus ideas.

Visión

En el 2020 ser el proveedor de preferencia de nuestros clientes, consolidando el liderazgo y expandiendo su ingreso en el mercado tanto local como internacional en donde nuestros productos hagan la diferencia.

Políticas

- Elaborar y ejecutar un plan de capacitación cada año para diferentes funcionarios.
- Crear un espacio donde cada uno de sus integrantes cuente con un óptimo ambiente laboral.
- La empresa procura el bienestar de sus empleados en cada uno de los departamentos, implementando las respectivas medidas de seguridad.
- El área de Producción deberá tener un responsable quién supervise el trabajo y el buen uso de los insumos, la maquinaria y el tiempo que necesitan para producir.
- Los trabajadores deberán ser capacitados antes de hacer uso de la maquinaria de producción.
- Mantener archivos actualizados de órdenes de compra.
- Mantener al día los registros de materiales de bodega, controlando las entradas, salidas y saldos.

3.2.6 Organigrama estructural

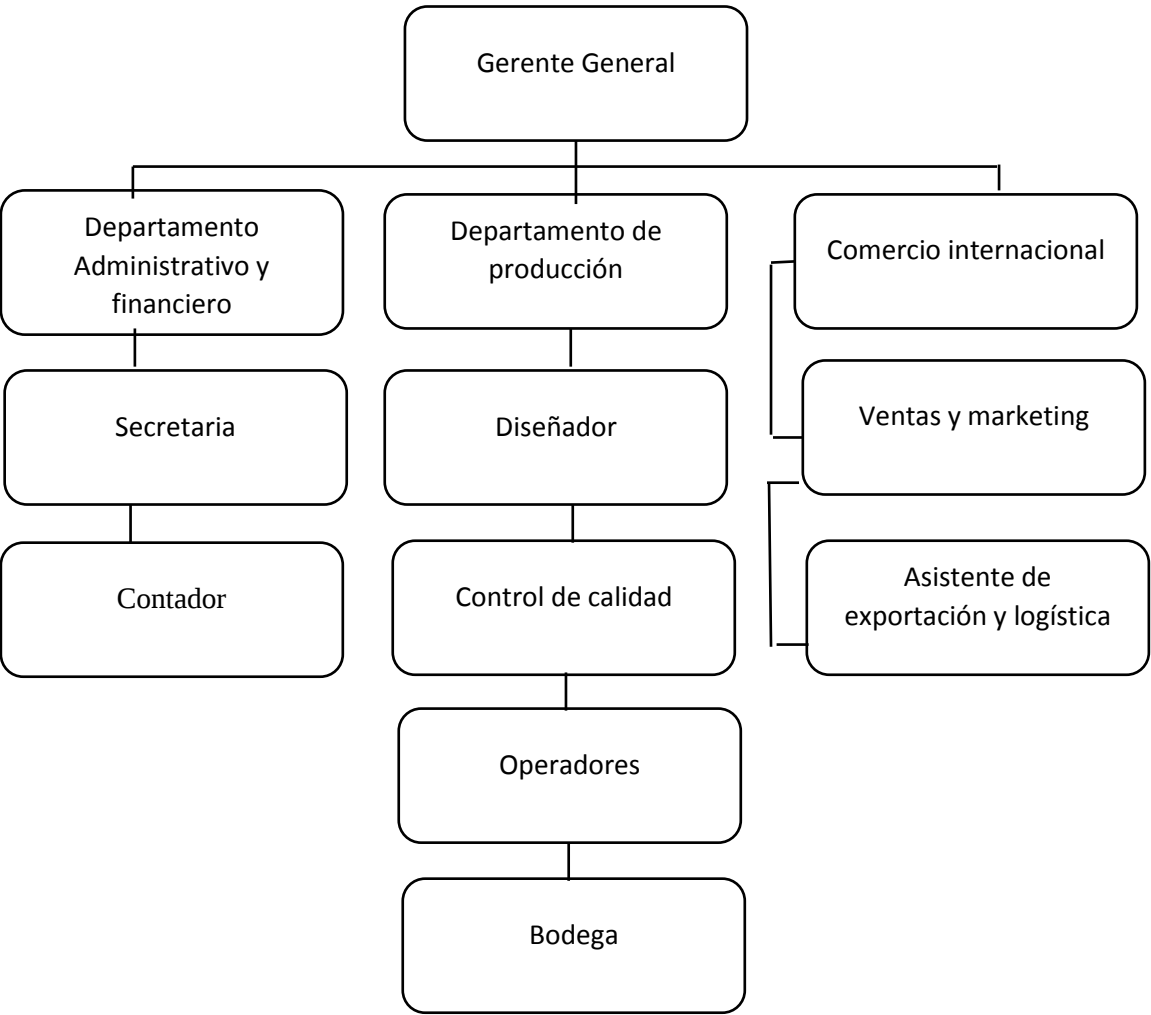
A continuación, se muestra la propuesta acerca de la reestructuración del organigrama de la empresa Dreams Lab en donde se detallarán los departamentos y personal necesario para el correcto funcionamiento de la misma.

Dentro de la propuesta se ha tomado en cuenta los siguientes cargos: 1 gerente general, 1 persona encargada de llevar la contabilidad de la empresa,

1 secretaria, 1 diseñador, 1 persona encargada del control de calidad, operarios (2 ensambladores, 1 encargado de corte y 1 persona encargada de pegado), 1 persona encargada de bodega, 1 persona encargada de ventas y marketing y 1 asistente de exportación y logística, llegando así a formar un equipo de trabajo conformado por 12 personas.

Los cambios establecidos dentro del mismo serán el incremento de un contador de planta, un asistente de exportación y logística y una persona encargada de ventas y marketing.

Figura 16: Organigrama estructural



3.2.7 Requerimiento de personal

Tabla 36: Requerimiento de personal

CARGO	NÚMERO
Gerente	1
Contador	1
Diseñador	1
Control de calidad	1
Ventas y marketing	1
Asistente de exportaciones	1
Operarios	4
Ensamblado(2)	
Cortado(1)	
Pegado(1)	
Bodega	1
TOTAL	11

3.2.8 Estructura funcional y perfil de talento humano

A continuación, se detalla los cargos del personal de la empresa, determinando las habilidades y responsabilidades.

Cargo:

Gerente General

Supervisa a:

Contador, departamento de producción, bodega y exportación

Responsable de :

El Gerente General de la empresa es el encargado de gestionar, coordinar y controlar las actividades realizadas por los distintos departamentos, la coordinación de recursos de la organización; la ejecución de las funciones gerenciales o también llamadas administrativas como medio de lograr la coordinación y, establecer el propósito del proceso gerencial; es decir a dónde queremos llegar o que es lo que deseamos lograr.

Perfil:

- Ingeniería en áreas administrativas , contables o comercio internacional
- Dominio de inglés.

Funciones principales:

- Representar de manera legal a la empresa.
- Es la persona responsable del crecimiento de la empresa
- Persona encargada de planear y controlar las actividades que se generen dentro de la empresa
- Negociar con proveedores y clientes.
- Inspeccionar el correcto funcionamiento de las instalaciones.
- Fiscalizar los ingresos y gastos de la empresa.

Cargo:

Contador

Reporta a:

Gerente General

Responsable de: Es la persona encargada de realizar, analizar e interpreta los estados financieros de la empresa

Perfil:

Contador público autorizado

Funciones principales:

- Mantener actualizada la información contable.
- Realizar los informes de la situación financiera de la empresa
- Controlar el correcto manejo de los recursos económicos
- Elaborar e interpretar los estados financieros.
- Formalización de contratos y liquidación de sueldos.
- Seleccionar el personal y elaboración de roles de pago
- Gestión de permisos, vacaciones y seguros sociales.

Cargo:

Asistente de Exportaciones

Reporta a:

Gerente General

Responsable de:

Persona encargada de realizar la labor comercial entre la empresa y el, o los mercados de destino.

Perfil:

- Ingeniería en negocios internacionales, comercio exterior o afines
- Dominio de inglés
- Habilidad para negociar

Funciones principales:

- Realizar trámites de exportación
- Gestionar de manera eficiente el envío de pedidos.
- Tramitar los certificados y normativas del mercado de destino.

Cargo:

Diseñador gráfico

Reporta a:

Gerente general

Responsable de:

Responsable del desarrollo, en cuanto al proyecto, de un objeto, producto, o concepto.

Perfil: Diseñador gráfico

Funciones principales:

- La creatividad, la innovación y el pensamiento lateral son habilidades clave para el desempeño laboral.
- Personalizar las ideas de los clientes.
- Tomar las ideas verbales de los clientes y desarrollarlas de una manera creativa para captar tanto la información y la emoción que el cliente.
- Reunirse con los clientes para discutir y determinar la imagen del diseño.
Determinar con el cliente cuales son las necesidades.
- Diseñar la imagen del stand para exposiciones de producto, exhibiciones o materiales promocionales.

Cargo:

Operario

Reporta a:

Gerente

Responsable de: El operador de producción es importante para mantener el proceso productivo. Para ayudar a mantener el trabajo a tiempo y en perfecto funcionamiento. Las funciones de este operador varían en función del tipo de producción.

Funciones principales:

- Ensamblar y pegar las cajas decorativas.
- Controlar la calidad.
- Mantener y ser cuidadoso con mantener los estándares y el diseño.
- Mantener el orden en las instalaciones.
- Entregar o despachar el producto.

Cargo:

Bodeguero

Reporta a:

Gerente

Responsable de: Diligenciar formatos de entrada y salida de la empresa, se le debe asignar esta función para que él pueda saber cuándo llegó o salió la mercancía, que cantidad, cuántas unidades de una referencia, que artículos, a quien se le compró o vendió y quien la recibió.

Funciones principales:

- Realizar un control de inventarios diarios para que el este enterado de que materiales, se están agotando.
- Realizar pedidos a los proveedores.
- Revisar que el almacenaje de los productos sean los adecuados.

3.3 PROPUESTA LEGAL

En la actualidad la empresa no cuenta con una figura jurídica, por esta razón se propone al gerente la necesidad de registrar a la empresa, para ello se realizó un análisis de las características de los tipos de empresas de las cuales se escogió la Compañía de responsabilidad limitada.

3.3.1 Propuesta de creación de un modelo de Compañía Limitada

Formato tomado de la Propuesta para la exportación de carne de cuy desde la empresa Cuyera Andina hacia el mercado Estadounidense.

Dentro de las características que se puede encontrar en este tipo de compañías y los requerimientos del propietario de la empresa se encuentra:

- a) La persona encargada de representar esta clase de compañía, no puede ser destituido de su cargo, a menos que sea por causas legales.
- b) En este tipo de compañías no existe un órgano director, por lo cual es necesario la presencia de un Gerente General.
- c) Mantiene un límite de socios
- d) Los socios pueden inspeccionar de manera personal las instalaciones de la empresa es por ello que no se necesita la presencia de un comisario.
- e) El capital se encuentra dividido de acuerdo a la participación de los socios, y dichas participaciones no son embargables.
- f) El monto mínimo para constituir la compañía de responsabilidad limitada es de 400 dólares.
- g) La responsabilidad de los socios está limitada al monto de su participación.

Modelo de minuta de constitución de compañía limitada

Conforme lo expresado por Salcedo (2018) el modelo de minuta para la escritura de constitución se detalla a continuación:

Señor Notario:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA: Comparecientes.

Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, los señores: Jairo Geovanny Carranco, Wilson Gerardo Delgado y Fernando Álvaro Ordoñez.

Los comparecientes son mayores de edad, de nacionalidad ecuatoriana, domiciliados en la ciudad de Quito.

SEGUNDA: Constitución.

Por medio de esta escritura pública, los comparecientes tienen a bien, libre y voluntariamente, constituir la compañía limitada Dreams Lab Cía. Ltda. que se registrará por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA Estatuto.

La compañía que se constituye mediante el presente instrumento, se registrará por el estatuto establecido por la empresa donde se expone lo siguiente, NATURALEZA, NACIONALIDAD, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL, MEDIOS, DURACIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

Artículo Primero.

Naturaleza, nacionalidad y denominación. - La denominación que la compañía utilizará en todas sus operaciones será “Dreams Lab CIA Ltda.”. Esta sociedad

se constituye como una compañía de responsabilidad limitada de nacionalidad ecuatoriana y se registrará por las leyes ecuatorianas y por los estatutos.

Artículo Segundo.

Domicilio. - El domicilio principal de la compañía es el cantón Quito, provincia de Pichincha, República del Ecuador. Por resolución de la junta general de socios podrá establecer, sucursales en cualquier parte del país o del extranjero, conforme a la Ley y estatutos.

Artículo Tercero.

Objeto social. - El objeto social de la compañía es la producción, de cajas decorativas personalizadas, kits para fiestas, artículos decorativos para todo tipo de eventos. Para la consecución del objeto social, la compañía podrá actuar por sí o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar actos, contratos, negocios, civiles y mercantiles, permitidos por la ley.

Artículo Cuarto.

Duración. - El plazo de duración de la compañía es indeterminado, a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil; sin embargo, la junta general de socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

Artículo Quinto.

Disolución y liquidación. - La Junta General podrá acordar la disolución anticipada de la compañía antes de que venza el plazo señalado en el artículo cuarto. Disuelta la Compañía, voluntaria o forzosamente, el procedimiento de liquidación será el contemplado en la ley de la materia.

Artículo Sexto.

Capital social. - El capital social de la Compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, dividiendo en ciento noventa y seis mil (196.000) participaciones sociales iguales acumulativas e individuales de un dólar cada

una. Los certificados de aportación serán firmados por el presidente y el Gerente General de la Compañía.

3.4 PROPUESTA OPERATIVA

3.4.1 Flujogramas de procesos

3.4.1.1 Flujograma del proceso de producción

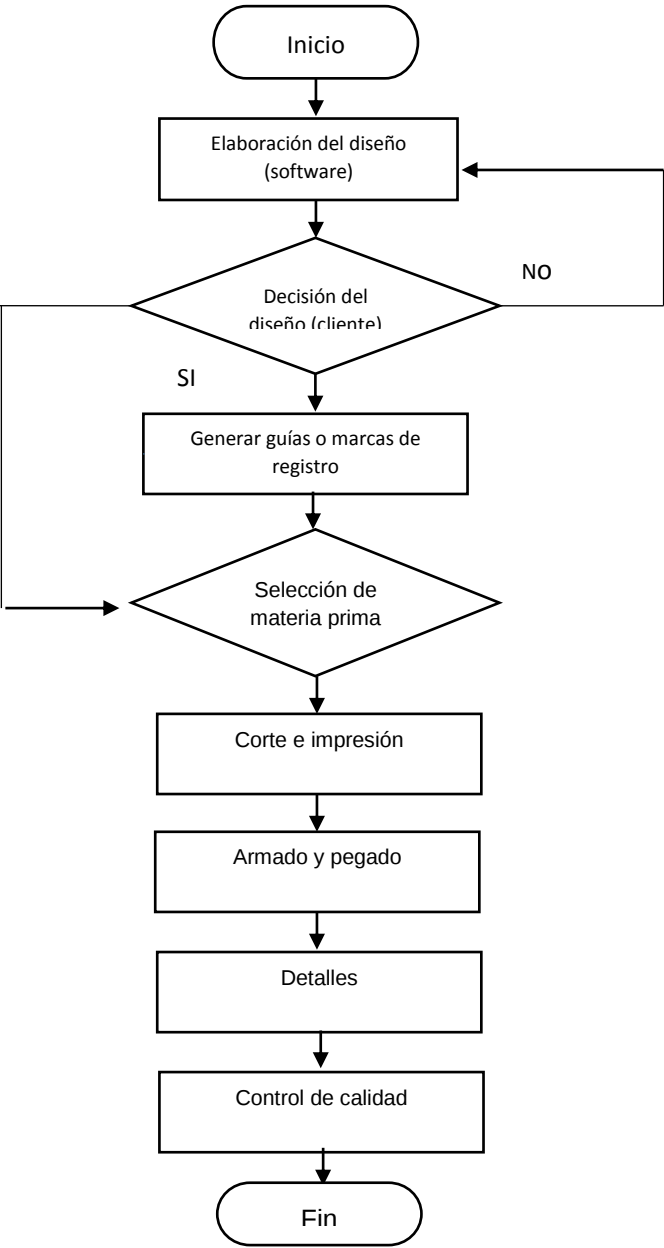


Figura 17: Flujograma del proceso de producción empresa Dreams Lab

3.4.1.2 Flujograma del proceso de importación

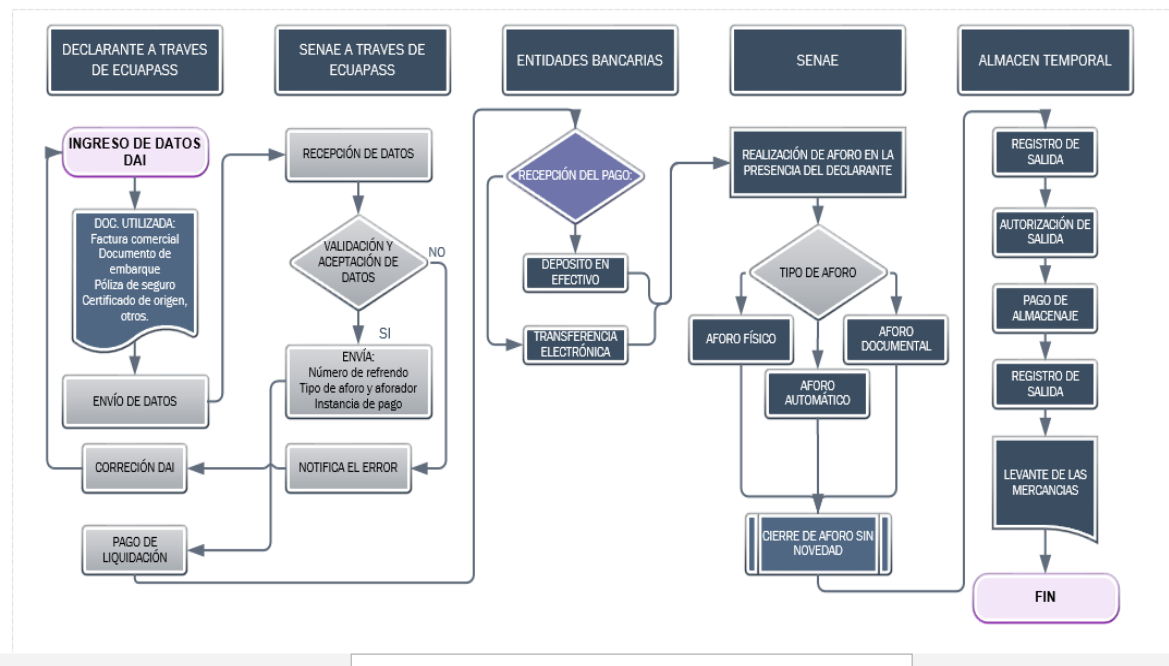
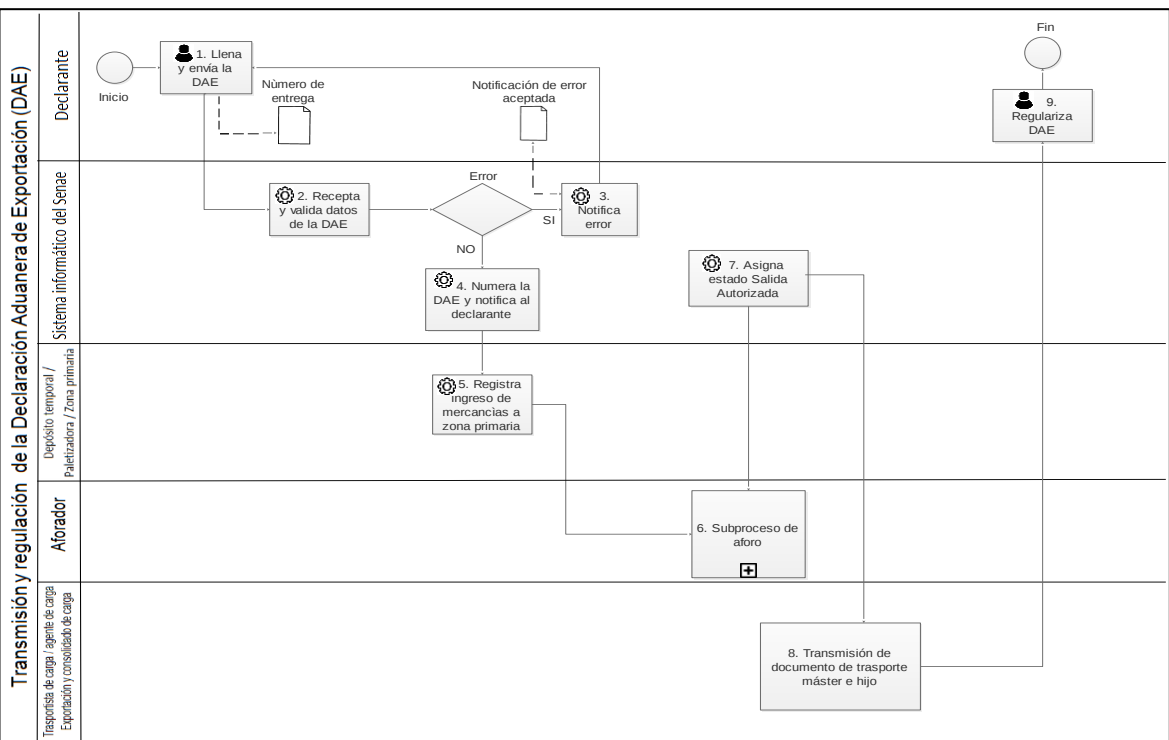


Figura 18: Flujograma del proceso de importación

Fuente: (Comercio Exterior , 2015)

3.4.1.3 Flujograma del proceso de exportación

Figura 19: Flujograma del proceso de exportación.



Fuente: (Aduana del Ecuador , 2015)

3.5 PROPUESTA DE PRODUCCIÓN

3.5.1 Producto

3.5.1.1 Descripción del producto

Los productos que van a ser exportados son cajas decorativas (cartulina), son artículos multifuncionales que cumplen no solo la función de servir de envase de cualquier producto, chocolatería, joyas, artesanías, etc., sino también son utilizados como artículos de decoración que representarán diseños innovadores y personalizados para diferentes fechas y eventos sociales, así como también se plasmará en ellas los lugares turísticos y atractivos naturales de nuestro país tales como: mitad del mundo, el panecillo, parque nacional Galápagos, entre otras, con la finalidad de fomentar el turismo a nivel internacional mostrando nuestros altos estándares de calidad tanto en los productos como en los servicios que ofrecemos.

3.5.1.2 Proceso productivo

El proceso productivo se produce en diferentes etapas en donde los insumos involucrados van sufriendo modificaciones para obtener un producto final con su posterior colocación en el mercado. Las operaciones que se llevan a cabo son las de diseño, la producción y la distribución. El sistema productivo comprende la etapa de extracción, pasando por la producción de la materia prima, hasta obtener el producto final (Gestión. Org, 2017).

En el caso de la empresa Dreams el proceso de producción para la elaboración de cajas decorativas es el siguiente:

- Elaboración del diseño, que varía de acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes, el encargado de realizar este paso es el diseñador gráfico.

- Generar guías o marcas de registro quiere decir que el diseño debe ser introducido a la Silhouette Cameo previo al proceso de corte.
- La selección de materia prima es realizada tomando en cuenta la personalización que se va a realizar.
- Dentro del proceso de corte e impresión se da forma al diseño para luego pasar al ensamblaje o armado y pegado de las cajas.
- Luego pasa por un minucioso proceso de aplicación de los detalles, es decir de la aplicación ya sea de cinta, fomix u otros insumos que deben intervenir dentro de este paso de acuerdo con los gustos de los clientes.
- Y por último, se realiza el control de calidad para verificar que el producto cumpla con todos los requerimientos establecidos por el consumidor.

3.5.3 Infraestructura

3.5.3.1 Distribución física de la empresa

La empresa está distribuida de la siguiente manera:

Planta baja: Recepción, sala de espera, bodega.



Figura 20: Recepción Dreams Lab



Figura 21: Sala de espera Dreams Lab





Figura 22: Almacenamiento Dreams Lab

En esta parte , la empresa almacena los insumos necesarios para la producción , en donde debe primar el orden y la limpieza que garantizan el buen manejo y la buena calidad de los materiales antes de iniciar el proceso productivo.

Primer piso: Gerencia, área de producción, diseño y corte.



Figura 23: Área de diseño Dreams Lab



Figura 24: Área de producción y corte Dreams Lab

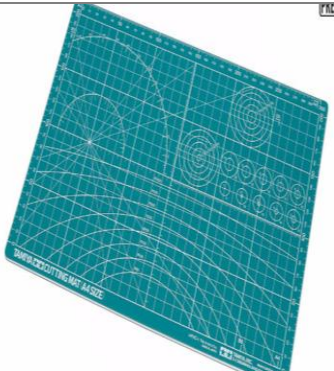
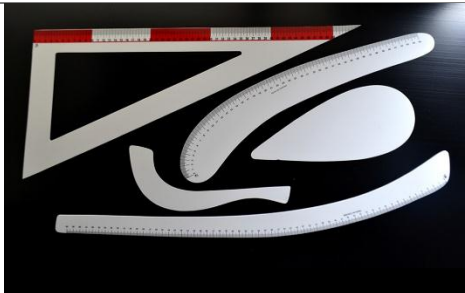


Figura 25: Gerencia Dreams Lab

3.5.4 Equipamiento y maquinaria

3.5.4.1 Equipamiento

Tabla 37: Herramientas para la producción

Herramientas para la producción	
	Nombre: Tapete de corte Unidades: 2 Costo unitario: 21 dólares
	Nombre: Kit de marcadores Silhouette Unidades: 4 Costo unitario: 29 dólares
CUCHILLAS DE SILHOUETTE 	Nombre: Cuchilla de corte profundo Silhouette Unidades: 2 Costo unitario: 29.50 dólares
	Nombre: Reglas de patronaje metálicas Unidades: 3 Costo unitario: 75 dólares

	Nombre: Pigmento en polvo Unidades: 6 Costo unitario: 12 dólares
---	--

3.5.4.2 Maquinaria

Máquinas	
	Nombre: Silhouette Cameo 3 Unidades: 1 Costo unitario: 370 dólares
 	Nombre: Cortadora láser de CO2 Unidades: 1 Costo unitario: 16.000 dólares
	Nombre: Computadora de escritorio Unidades: 2 Costo unitario: 460 dólares



Nombre: Laptop HP touch

Unidades: 1

Costo unitario: 849 dólares

3.6 PROPUESTA DE IMPORTACIÓN

La propuesta de importación se basa en la adquisición de maquinaria tecnificada que ayude a la empresa para poder incrementar la producción actual y de esta manera cubrir tanto la demanda nacional como internacional de cajas decorativas.

Para iniciar con este proceso, el gerente de la empresa Dreams Lab, el Ingeniero Jairo Carranco se puso en contacto con una persona cercana para él quien fue la persona que sirvió de base fundamental para ponerse en contacto con varias empresas poseedoras del tipo de maquinaria requerida por la empresa en los Estados Unidos y Perú encontrando varias alternativas de compra.

Entre las principales se encontraron dos opciones de compra, la máquina cortadora en el país vecino de Perú y la máquina producida por la empresa Rose Graphix Bescutter .

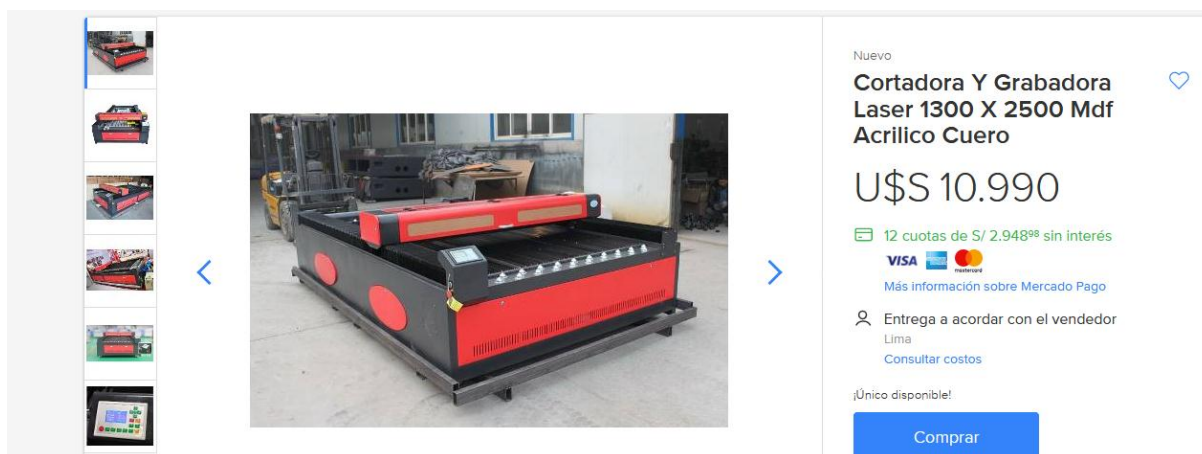


Figura 26: Máquina cortadora Perú

Fuente: (Mercado libre Perú, 2018)

A pesar de que el costo de la maquinaria existente en Perú tiene un menor costo, y se encuentra ubicada en el país vecino de Ecuador , esta no cuenta con todas las propiedades y condiciones ofrecidas por la empresa ubicada en los Estados Unidos , por esta razón y debido a las especificaciones de la maquinaria, el tipo de corte que produce cada una y la calidad del producto el gerente en consenso con el personal de la empresa llego a la conclusión de adquirir la maquinaria producida por la empresa Rose Graphix Bescutter quienes son fabricantes de este tipo de maquinaria.

3.6.1 Descripción de la partida arancelaria

La partida arancelaria que se ajusta a las especificaciones de la máquina Cortadora y grabadora de láser CO2 es la que se detalla a continuación:

Tabla 38: Partida arancelaria de importación

Sección XVI	Máquinas y aparatos, material eléctrico y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de
-------------	--

	sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión.
Capítulo 84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos
Partida sistema armonizado 8456	Máquinas herramienta que trabajen por arranque de cualquier materia mediante láser u otros haces de luz o de fotones, por ultrasonido, electroerosión, procesos electroquímicos, haces de electrones, haces iónicos o chorro de plasma; máquinas para cortar por chorro de agua.
Sub partida regional 8456.11.00.00	Que operen mediante láser

Fuente: (Aduanet, 2018)

3.6.2 Información de contacto

La empresa Rose Graphix Bescutter está ubicada en Estados Unidos, tiene su sede en Lehigh Acres, FL, y cuenta con centros de demostración regionales en Los Ángeles, Denver y Montreal, Canadá. La empresa está enfocada en impresoras planas UV-LED, cortadoras láser de fibra, máquinas de grabado / corte láser de CO2, cortadoras y enrutadores digitales, dedicados a proporcionar soluciones rentables para pequeñas empresas y usuarios industriales a nivel internacional.

Headquarter

Address: 5490 Lee St., Lehigh Acres, FL
33971

Contact Person: Shuming

Tel: (888)525-2897

email: sales@rosegraphix.com



Figura 27: Empresa Rose Graphix ubicación

Fuente: (Rose Graphix Bescutter, s.f.)

Especificaciones de la máquina



**INDUSTRIAL LEVEL
52"X100" CO2 LASER
CUTTER AND ENGRAVER
100W TO 150W**

TECHNOLOGY SPECIFICATIONS:

- **Working area:** 52"x100" or 1300 mm x 2500 mm
- **Gross Weight:** 820 kg or 1800 lbs
- **Laser:** CO2 sealed laser tube, 10.6 um wavelength
- **Laser wattage:** 100 / 130 / 150 W
- **Auxiliary equipment:** Exhaust fan, air exhaust pipe, industrial water chiller
 - = CW3000 water chiller included for 100 W model
 - = CW5000 refrigerated water chiller included for 130 W model
 - = CW5200 refrigerated water chiller included for 150 W model
- **Working platform:** Knife blade for supporting various materials with optional honeycomb platform for finer substrates
- **Comes with a 2" ZnSe focusing lens, also supports 1.5", 2.5", 4" and 5" lenses**
 - = **New!** Upgrade to made-in-America high quality low absorption American Photonics ZnSe focusing lens for even better engraving quality
- **Power Supply:** 110 V or 220 V
- **Class:** Class 4 laser
- **Dedicated USA technical support** from qualified tech's and engineers
- **Warranty:** One year (exclude optics)

Email: sales@rosegraphix.com
Phone: +18885252897

Page 1

Figura 28: Especificaciones de la máquina cortadora de láser CO2

Fuente: (Rose Graphix Bescutter, s.f.)

Área de trabajo: 52 "x100" o 1300 mm x 2500 mm

Peso bruto: 820 kg o 1800 lb

Láser: tubo láser sellado con CO₂, 10.6 um de longitud de onda

Potencia de láser: 100/130/150 W

Equipo auxiliar: ventilador de escape, tubo de escape de aire, enfriador de agua industrial.

Enfriador de agua CW3000 incluido para el modelo de 100 W

Enfriador de agua refrigerada CW5000 incluido para el modelo de 130 W

Enfriador de agua refrigerada CW5200 incluido para el modelo de 150 W

Plataforma de trabajo: cuchilla para varios materiales con plataforma de panel opcional para sustratos más finos.

Viene con un lente de enfoque ZnSe de 2 ", también admite lentes de 1.5", 2.5", 4" y 5".

Fuente de alimentación: 110V o 220V

3.6.3 Requisitos para importar

Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador , 2017).

Para iniciar el proceso de importación la empresa debe registrar el Registro único de contribuyentes RUC en el servicio de rentas internas.



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 1003540620001

APELLIDOS Y NOMBRES: GUDIÑO PEPINOS PAULA DANIELA

NOMBRE COMERCIAL: DREAMS LAB

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS

OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL:

NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 09/11/1986

FEC. ACTUALIZACION:

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 11/05/2017

FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:

FEC. INSCRIPCIÓN: 11/05/2017

FEC. REINICIO ACTIVIDADES:

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

FABRICACIÓN DE OTROS ARTÍCULOS DIVERSOS.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: LAS CUADRAS Calle: S35F / TAMIA Número: S/N Intersección: OE2 / LLURA NAN Referencia: A DOS CUADRAS DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL QUITUMBE Teléfono: 022738196 Email: paudanny86@hotmail.com Celular: 0980956331

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001

ABIERTOS: 1

JURISDICCIÓN: ZONA 9\ PICHINCHA

CERRADOS: 0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: SRUH071009

Lugar de emisión: QUITO/AVE. MORAN

Fecha y hora: 11/05/2017 11:45:46



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 1003540620001

APELLIDOS Y NOMBRES: GUDIÑO PEPINOS PAULA DANIELA

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001	ESTADO: ABIERTO	MATRIZ:	FEC. INICIO ACT.: 11/05/2017
NOMBRE COMERCIAL: DREAMSLAB			FEC. CIERRE:
			FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS DIVERSOS PARA EL CONSUMIDOR.
FABRICACIÓN DE OTROS ARTICULOS DIVERSOS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: LAS CUADRAS Calle: S35F / TAMIA Número: S/N Intersección: OE2 / LLIRA NAN
Referencia: A DOS CUADRAS DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL QUITUMBE Conjunto: BOSQUE DE QUITUMBE IV Oficina:
CASA F20 Telefono Domicilio: 022738196 Email: paudanny86@hotmail.com Celular: 0980956331



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: SRUH071009

Lugar de emisión: QUITO/AVE. MORAN

Fecha y hora: 11/05/2017 11:45:46

Página 2 de 2

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades: Banco Central del Ecuador y Security Data.
- Registrarse en el portal de ECUAPASS, en donde deberá actualizar base de datos, crear usuario y contraseña, aceptar las políticas de uso y registrar firma electrónica.

Luego de haber registrado la firma electrónica se procede a llenar la declaración aduanera de importación.

La Declaración Aduanera de Importación (DAI) deberá ser transmitida por un proveedor de Software o en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, en un período no superior a quince días calendario previo a la llegada del medio de transporte, y hasta treinta días calendarios siguientes a la fecha de su arribo; de no cumplirse en ese plazo, la mercancías estarán inmersas en una de las causales del abandono tácito, según lo estipula el literal a) del artículo 142 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador , 2017).

La SENAE (2017) menciona que: de acuerdo al tipo de mercancía a importar, se deberán adjuntar los siguientes documentos a la DAI:

Documentos de acompañamiento

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. (Art. 72 del Reglamento al Libro V del Copci).

Documentos de soporte

Constituirán la base de la información de la DAI a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 del Reglamento al Libro V del Copci).

- Factura comercial o documento que acredite la transacción comercial

- Certificado de Origen (cuando proceda)
- Documentos que el SENA E o el Organismo regulador de Comercio Exterior considere necesarios.

Transmitida la DAI, el sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador le otorgará un número de validación (Refrendo) y el canal de aforo que corresponda.

La SENA E (2017) menciona que: para el despacho de las mercancías que requieran Declaración Aduanera, se utilizará cualquiera de las siguientes modalidades de aforo:

- Canal de Aforo Automático
- Canal de Aforo Automático No Intrusivo
- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo.

La selección de la modalidad de aforo se realizará de acuerdo al análisis de perfiles de riesgo implementado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En el caso de mercancías perecederas y animales vivos u otras mercancías autorizadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en virtud de su naturaleza, tendrán prioridad en su reconocimiento físico, de ser el caso (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador , 2017).

Cuando las mercancías deban someterse a un control por otras autoridades que incluya el reconocimiento físico de estas, las autoridades aduaneras procurarán que los controles se realicen de forma coordinada.

En cualquier etapa del proceso del control aduanero, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá realizar inspecciones de la mercancía a través de un sistema tecnológico de escaneo con rayos X o similares, inclusive indistintamente de la modalidad de despacho al que esta fuere sometida.

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros. La SENA (2017) detalla los siguientes tributos para importar:

AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) Son los establecidos por la autoridad competente, consistentes en porcentajes según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la importación).

El porcentaje de ad-valorem correspondiente a la partida 8456 11. 00.00 es del 5%,

Cálculo de la tasa de control

Peso de la mercadería: 820kg x 1000 = 820.000gr

Unidad de control: 15.000 gr

$$\text{Tasa de control} = \frac{\text{Peso de la mercadería}}{\text{Unidad de control}} \times 0.10$$

$$\text{Tasa de control} = \frac{820.000gr}{15.000gr} \times 0.10$$

Tasa de control = 5.467

3.6.4 Término de la negociación

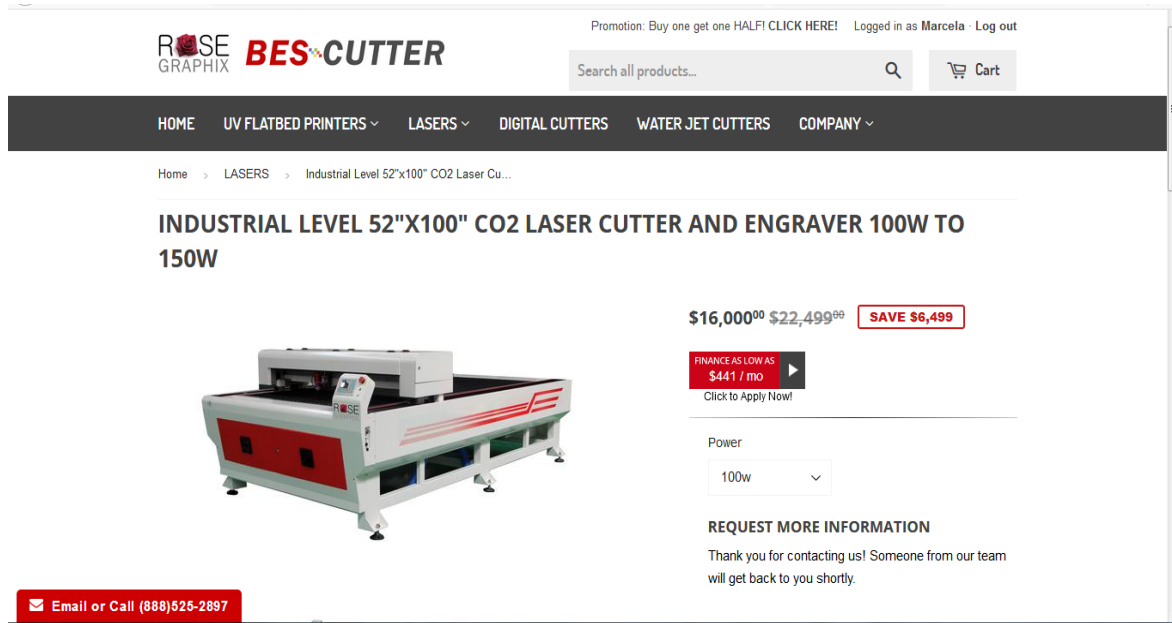
El término de negociación acordado por las dos partes es el CIP (Carriage and Insurance Paid to) - Transporte y Seguro Pago Hasta (lugar de destino convenido)

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido. El vendedor también debe conseguir un seguro contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de las mercaderías durante el transporte (ProEcuador , 2016).

Los funcionarios de la empresa Rose Graphix Bescutter serán los encargados de entregar la mercadería y los documentos necesarios, del empaque y embalaje, del flete (de fábrica al lugar de exportación), en la aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos), de los gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes) del flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación) Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial".

Mientras que la empresa Dreams Lab deberá ser responsable del pago de la mercadería, dentro de la aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos), el flete y seguro (lugar de importación a planta), los gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes) "Parcial" y también deberá cubrir los recargos por demoras.

3.6.5 Precio de la máquina



The screenshot displays the Rose Graphix website's product page for a CO2 laser cutter. The header includes the company logo, a promotional banner, and navigation links. The main content area features a large image of the 'INDUSTRIAL LEVEL 52"x100" CO2 LASER CUTTER AND ENGRAVER 100W TO 150W'. To the right of the image, the price is listed as \$16,000.00, with a crossed-out original price of \$22,499.00 and a 'SAVE \$6,499' badge. Below the price, there is a financing option: 'FINANCE AS LOW AS \$441 / mo' with a 'Click to Apply Now!' button. A 'Power' dropdown menu is set to '100w'. A 'REQUEST MORE INFORMATION' section follows, with a message: 'Thank you for contacting us! Someone from our team will get back to you shortly.' At the bottom left, there is a red button that says 'Email or Call (888)525-2897'.

Figura 29: Precio de la máquina cortadora láser de CO2

La CO2 laser es una máquina industrial con una potencia de 100w a 150w, este tipo de maquinaria no solo triplicaría la producción actual sino que también grabaría y cortaría en un sinnúmero de materiales como papel, cartón, cartulina, madera, cuero, piedra, aluminio, cobre y otros tipos de metales. El precio de la maquina según la empresa Rose Graphix es de 16.000 dólares americanos en término FOB.

3.6.6 Forma de pago

La empresa Rose Graphix Bescutter acepta tarjetas de crédito o transferencias directas como forma de pago. La empresa Dreams Lab ha decidido hacerlo mediante transferencia bancaria ya que esta forma proporciona rapidez en su recepción, seguridad en el pago, ya que el mismo es irrevocable y los gastos bancarios son menos elevados que en el cheque bancario o personal.

3.6.7 Medio de transporte

El medio de transporte utilizado para la importación será el medio de transporte aéreo considerando como punto de embarque el Aeropuerto Internacional de Los Ángeles, al que también se le conoce por su Código IATA, LAX y como punto de llegada el Aeropuerto Mariscal Sucre en la ciudad de Quito UIO.

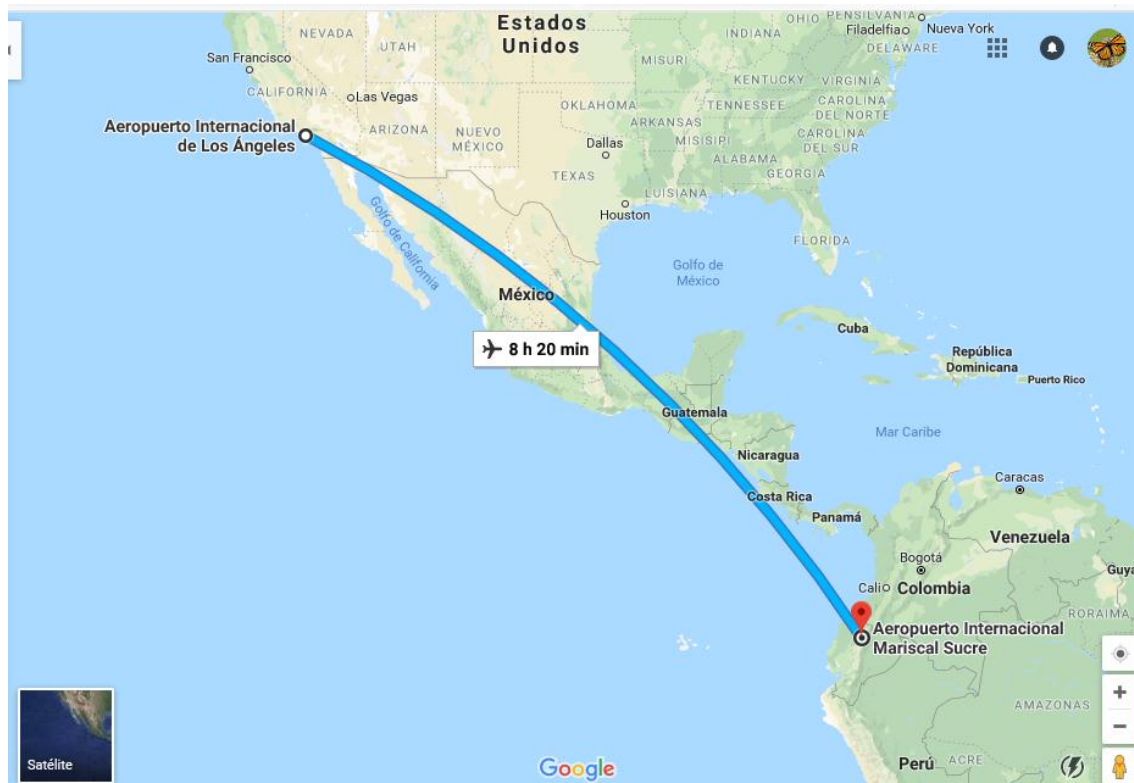


Figura 30: Aeropuerto de embarque y de llegada de la importación

3.7 PROPUESTA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La empresa Dreams Lab CIA Ltda. con el objetivo de dar a conocer su producto y mantener un contacto fijo con los compradores y sus posibles compradores ha optado por el uso de redes sociales, ya que en la actualidad es uno de los medios más utilizados por la mayoría de la población tanto a nivel nacional como internacional.

Dreams Lab cuenta con una página oficial de Facebook e Instagram (DreamsLab.ec) donde se muestran imágenes de los productos ofertados por la empresa para que los clientes puedan conocer más de cerca las opciones que la empresa les ofrece.

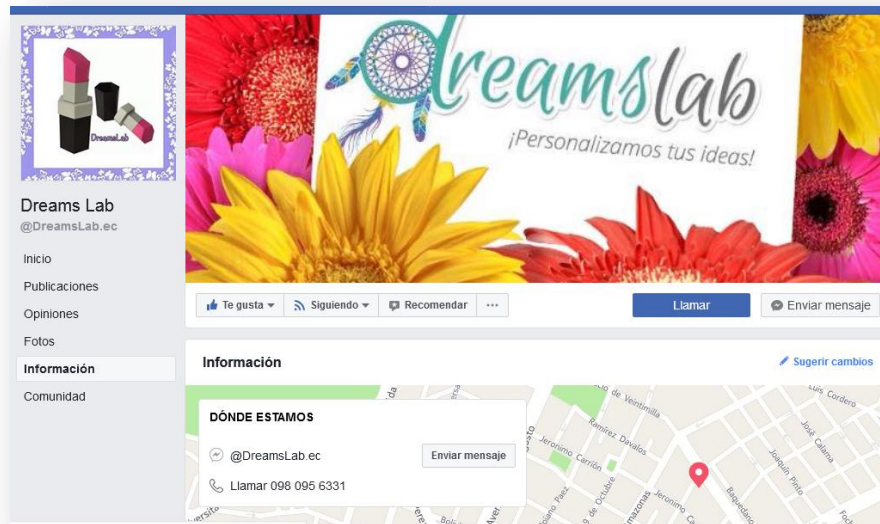


Figura 31: Facebook Dreams Lab

Para mantener un acercamiento con los clientes, la empresa Dreams Lab posee una página web en donde se puede encontrar información a acerca de la empresa y de la oferta que esta brinda, en este caso se propone la reestructuración y mejoramiento de la página web, implementado información como la misión, visión, imágenes de los productos , características y beneficios además de incorporar la traducción al idioma inglés ya que este es considerado como el idioma universal y así facilitar la comunicación entre los posibles clientes internacionales.

Link: dreamslabec.simplesite.com

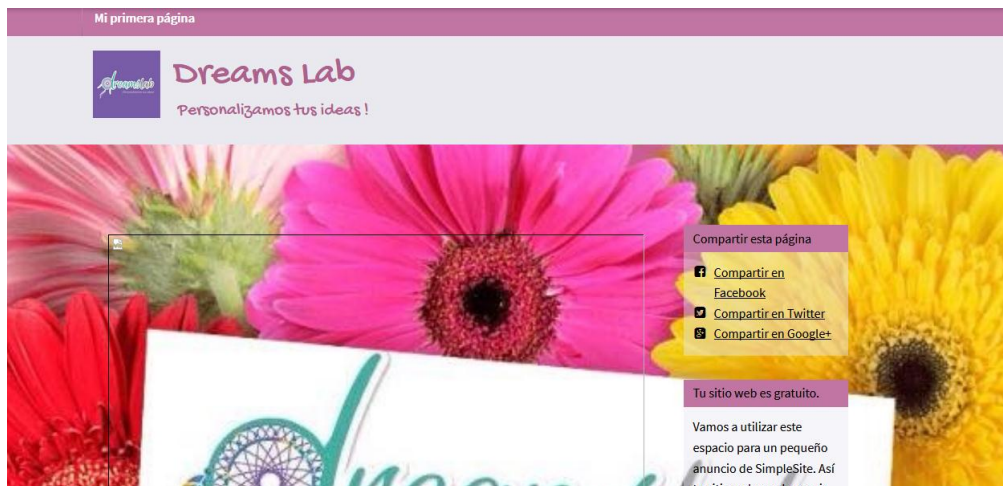


Figura 32: Página web empresa Dreams Lab

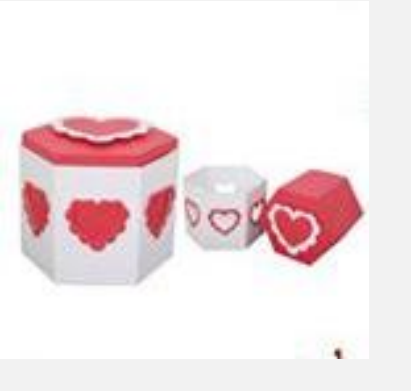
3.8 PROPUESTA DE EXPORTACIÓN

Lo que se propone al exportar cajas decorativas hacia Chicago - Estados Unidos es realizar los trámites pertinentes y cumplir con las disposiciones legales establecidas para el proceso de exportación y así fomentar el turismo de nuestro país en el mercado internacional.

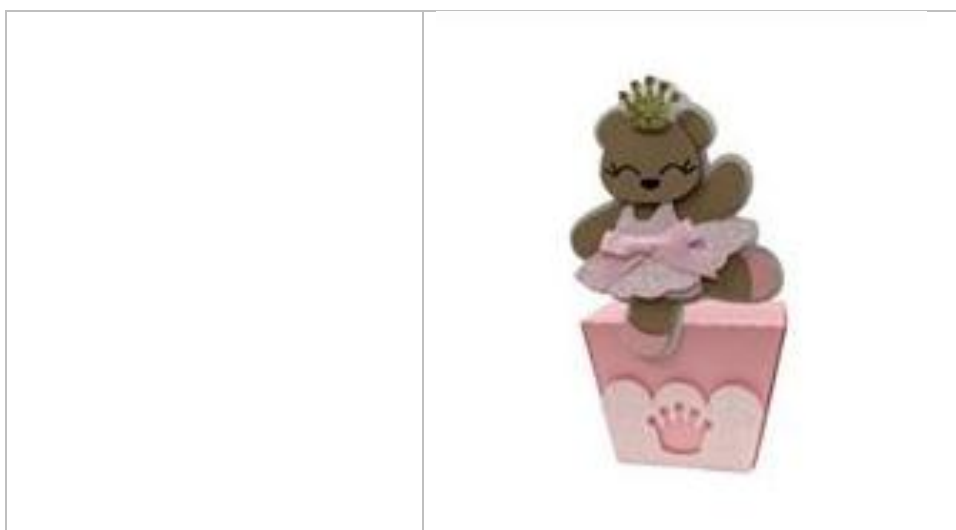
3.8.1 Producto

El producto que se pretende exportar, es un producto elaborado por la empresa Dreams Lab , se trata de cajas decorativas, que son artículos multifuncionales, ya que cumplen no solo la función de servir de envase de diferentes productos , sino también son utilizados como artículos de decoración.

Las cajas decorativas se pueden clasificar de acuerdo a su tamaño, complejidad y tipo de material.

CAJAS DECORATIVAS	
Por el tamaño:	  
Por la complejidad de sus diseños	

	 
Por el tipo de material, cantidad y personalización	



3.8.2 Partida arancelaria

Las cajas decorativas elaboradas por la empresa Dreams Lab no cuentan con una partida arancelaria específica por lo que se consideró la que más se ajustaba a las características y condiciones de las mismas.

Sección X	Pasta de madera o de las demás materias fibrosas celulósicas; papel o cartón para reciclar (desperdicios y desechos); papel o cartón y sus aplicaciones
Capítulo 48	Papel y cartón; manufacturas de pasta de celulosa, de papel o cartón.
Partida sistema armonizado 4819	Cajas, sacos (bolsas), bolsitas, cucuruchos y demás envases de papel, cartón, guata de celulosa o napa de fibras de celulosa; cartonajes de oficina, tienda o similares.
Sub partida regional 4819.20.00.00	Cajas y cartonajes, plegables, de papel o cartón, sin corrugar.

Figura 33: Partida arancelaria de exportación

Fuente: (Aduanet, 2018)

3.8.3 Empaque y etiquetado

Empaque

Para exportar un producto y lograr un cliente contento, se debe cumplir con requisitos de un adecuado acondicionamiento que permita que el producto que se reciba en el almacén del comprador, esté en condiciones óptimas; para alcanzar esta meta se debe contar con un buen embalaje (envase y empaque) que cumpla con lo que se denomina las “Reglas de oro” (SIICEX, 2009).

Las reglas de oro establecidas por Exporta fácil (2009) son:

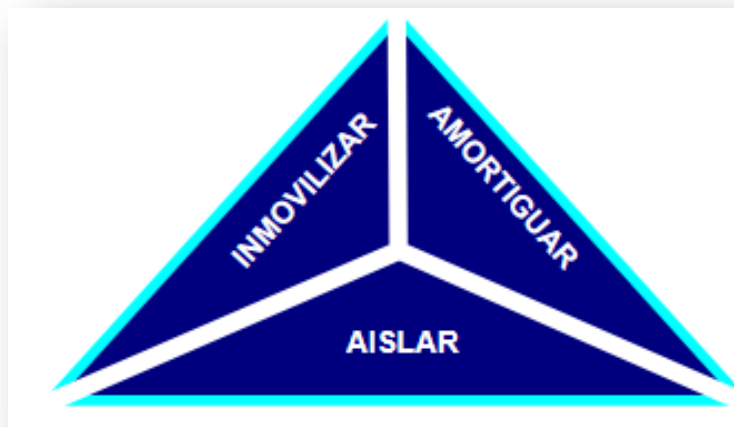


Figura 34: Guía de acondicionamiento y embalaje

En el caso de las cajas decorativas, el envase y embalaje depende de las condiciones pactadas en la negociación es decir de los gustos y preferencias de los clientes potenciales. El envío se puede realizar de dos formas:

1. Cajas decorativas armadas
2. Cajas decorativas desarmadas

Cajas decorativas armadas

Las cajas decorativas armadas deberán ser recubiertas con plástico burbuja y luego son introducidas una caja de cartón, que varía de acuerdo al tamaño de las cajas decorativas, este envase servirá como inhibidor tanto de salpicaduras, humedad y golpes que puedan sufrir las mercancías al momento de ser transportadas



Figura 35: Envase cajas decorativas armadas

Cajas decorativas desarmadas

En el caso de las cajas decorativas desarmadas el envío se realiza en forma de planchas, que son introducidas dentro de una funda plástica y luego a una caja

de cartón (tipo singles) que ayudará a mantener la calidad de las cajas decorativas.



Figura 36: Envase cajas decorativas desarmadas

Etiqueta

No existen requisitos de tamaño específicos para la etiqueta en este tipo de productos, Sin embargo la información presentada en la etiqueta debe estar en idioma ingles en caso de tener un segundo idioma la información puede presentarse en etiquetas por separado para cada idioma o en una sola etiqueta con el segundo idioma y la traducción de toda la información requerida, luego de la versión en inglés. No es necesario repetir los caracteres numéricos que son idénticos en ambos idiomas.



Figura 37: Etiqueta empresa Dreams Lab

3.8.4 Proceso de exportación

Para realizar una exportación la persona encargada de declarar tiene la responsabilidad de llenar un formulario (DAE) dentro de la cual se detallan todas las especificaciones del producto, la aduana del Ecuador es la encargada de recibir y corroborar la autenticidad y veracidad de los datos presentados en la declaración de exportación (ProEcuador, 2017).

Según ProEcuador (2017) las mercancías sujetas a exportación deben someterse al proceso de aforo, cuando este proceso ha concluido se procede a la respectiva autorización de la salida de las mercancías.

Pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas (ProEcuador, 2017).

Pro Ecuador (2017), establece el proceso de exportación:

Requisitos para ser exportador:

- Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
- Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades: Registro Civil y Security Data.
- Registrarse como exportador en Ecuapass:
Actualizar su información en la base de datos
Crear usuario y contraseña
Aceptar las políticas de uso
Registrar firma electrónica

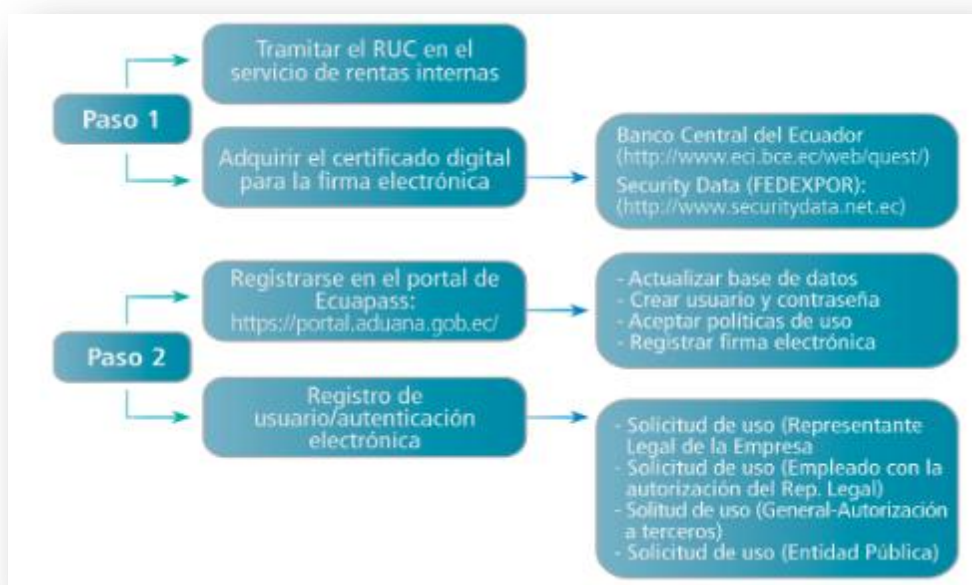


Figura 38: Registro de exportador en ECUAPASS

Fuente: (ProEcuador, 2017)

Una vez registrado como exportador, es necesario conocer que todas las exportaciones deben presentar una Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarla según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmita y tramita la exportación.

Luego de ser aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación (Aduana del Ecuador, 2017).

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Canal de Aforo Automático, la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En caso de cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

Declaración Aduanera Única de Exportación

Es un formulario en donde todas las personas ya sean naturales o jurídicas registran las exportaciones que van a realizar, detallando las mercancías junto con los documentos de acompañamiento.

 REPUBLICA DEL ECUADOR DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION 							
Número de DAE							
Información de general							
Código de la distrito				Código de régimen			
Tipo de Despacho				Código del declarante			
Información de Exportador							
Nombre del exportador				Teléfono del exportador			
Dirección del exportador				Ciudad del exportador			
Número de documento de CIU				Número de documento de			
Nombre del declarante							
Dirección del declarante							
Código de forma de pago				Código de moneda			
Información de carga							
Puerto de carga				Puerto privado desde			
Puerto de llegada o de				Fecha de la carta de			
Nombre del consignatario							
Dirección del							
Ciudad del contribuyente				Tipo de carga		CARGA CONTENERIZADA	
Almacén de lugar de				Medio de transporte		MARITIMO	
País de destino final							
Totales							
Código de moneda				Tipo de cambio			
Total moneda transacción (FOB)				Cantidad de ítem			
Peso neto total				Peso total			
Cantidad total de bultos				Cantidad de contenedores			
Cantidad total de unidades físicas				Cantidad total de unidades comerciales			
Código de la mercancía de despacho urgente				Código de solicitud de aforo			
Fecha de primer ingreso				Fecha de primer embarque			
Item							
No. Item	Código Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de Mercancías	País de Origen	Peso Neto	Cantidad de U. Comerciales
Despacho precedente							
Número de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Número ítem		
Observaciones de o/c - ítem							
Número de ítem	Tipo Observación	Contenido					
Documentos							
Número de ítem	Número de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de emisión			
Firma del				Firma del Declarante			

Figura 39: DAE Declaración Aduanera de Exportación
Fuente: SENAE

Según ProEcuador (2017) las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte

Las mercancías que están sujetas al proceso de exportación deben someterse al proceso de aforo, cuando este proceso ha concluido se procede a la respectiva autorización de la salida de las mercancías.

3.8.5 Término de la negociación

Dentro de las negociaciones indispensables conocer los términos en los cuales se llevara a cabo la misma, es decir conocer las obligaciones y responsabilidades con las que cuenta el exportador como el vendedor.

La empresa Dreams Lab realizará los envíos de cajas decorativas por vía aérea, haciendo uso del incoterms FCA (Franco transportista lugar designado), ya que ese es el término de preferencia de los clientes potenciales en el mercado de Chicago, en el cual se debe establecer que el vendedor haya cumplido con sus respectivas obligaciones una vez que la mercadería haya sido entregada en el lugar convenido, al transportista o la persona designada

por el comprador. Además, se deberá realizar el despacho de las mercancías para la exportación (Instituto nacional de comercio exterior y aduanas , 2017).

La entrega de las mercancías es siempre dentro del país de origen además que el transportista es pagado por el comprador. La responsabilidad sobre la mercancía se traspasará en el momento en el que el vendedor la ponga a disposición del comprador en el punto señalado sin descargarla de su transporte (Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas, 2015).

Debemos considerar también que el vendedor será quien realice el despacho de exportación, solventando la obtención de licencias para ello.

3.8.6 Modalidad de pago internacional

Luego de haber llegado a un consenso entre los potenciales clientes y la empresa Dreams Lab, se llegó a concluir que el medio de pago usado para la negociación es la transferencia debido a que estas nos ofrecen: rapidez en su recepción desde que el importador hace el pago, seguridad en el pago, ya que el mismo es irrevocable y los gastos bancarios son menos elevados que en el cheque bancario o personal.

Una transferencia bancaria es la operación por la que una persona o entidad (el ordenante) da instrucciones a su entidad bancaria para que envíe, con cargo a una cuenta suya, una determinada cantidad de dinero a la cuenta de otra persona o empresa (el beneficiario). Dicho de otra forma, realizar una transferencia es pasar dinero de una cuenta a otra, bien de la misma entidad o bien en otra entidad (Finanzas para todos , 2017).

Transferencias exteriores o transfronterizas: el ordenante y el beneficiario se encuentran en países diferentes. Las transferencias exteriores son más

fáciles (rápidas y económicas) si se dispone del IBAN (número internacional de cuenta) del beneficiario y el BIC (código de identificación bancaria) del banco del beneficiario. En este caso se consideran transferencias STP (Straight Through Processing) y se realizan de forma totalmente automatizada. Las transferencias exteriores que no son STP tienen comisiones superiores (Finanzas para todos , 2017).

3.8.7 Logística de exportación

Embalaje global

Las cajas decorativas para poder ser transportadas, aparte del envase unitario deberán ser embaladas en cajas de cartón corrugado de triple pared, la cual brinda al producto ligereza, resistencia a la humedad y a los cambios de temperatura.



Figura 40: Embalaje global

Marcado de las cajas



Figura 41: Marcado de las cajas

Es importante conocer que, la información que se debe comunicar en el embalaje tiene estrecha relación con la manera de manipularse, conservarse y protegerse para mantener las características genuinas y completas de las mercancías. Como se sabe, una mercancía en malas condiciones no es susceptible de comercializar, mucho menos de ofrecerse al público.

Medio de transporte

El medio de transporte que habrá de utilizarse para la exportación de cajas decorativas es vía aérea, ya que se considera que es un medio de transporte con mayor rapidez modo de transporte más rápido que existe y, por lo tanto, es especialmente recomendado cuando el tiempo es un factor importante (Sertrans , 2017).

Es altamente recomendable y adecuado para transportar mercancías perecederas o de alto valor a través de largas distancias

El punto de llegada será el Aeropuerto Internacional Chicago-O'Hare (código IATA: ORD, código OACI: KORD), (también conocido como O'Hare o Aeropuerto O'Hare) es uno de los principales aeropuertos de Estados Unidos.

Ubicado en la esquina noroeste de Chicago, Illinois, a aproximadamente 30 kilómetros al noroeste del Centro de Chicago.



Figura 42: Aeropuerto internacional O'Hare

3.9 PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN

Canal de distribución

Un canal de distribución es el conducto que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor de la forma más completa, eficiente y rápida posible.

En el caso de la empresa Dreams Lab, se establecerá como canal de distribución al con el canal corto que consta de tres niveles, fabricantes, detallista y consumidor final.



Figura 43: Canal de distribución corto

- **Fabricante**

Dreams Lab quien es la encargada de elaborar los productos que serán vendidos.

- **Detallista**

Potenciales clientes quienes son los responsables de adquirir de forma directa al fabricante el producto y posteriormente de proveer dicha mercancía al consumidor final.

- **Consumidor**

Aquellas personas que adquieren los productos, para su uso y consumo.

CAPITULO IV

4. Estudio financiero

4.1 Inversión inicial

La empresa Dreams Lab CIA Ltda., para el inicio de las operaciones de exportación requiere una inversión total de 39295,55 dólares, divididas entre la inversión fija e inversión variable, es necesario mencionar que dentro de los costos fijos no se reflejan datos sobre infraestructura y vehículos ya que la empresa ya cuenta con estos activos, los costos fijos en este caso están representados por maquinaria, equipos de computación, equipos de oficina entre otros.

Tabla 39: Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	VALOR
Inversión Fija	21820,94
Inversión Variable	17512,95
Capital de trabajo	17037,95
Gastos de constitución	475,00
TOTAL DE INVERSION	39333,89

4.1.2 Inversión fija

Dentro de la inversión fija comprenden todos aquellos bienes tangibles indispensables para la empresa de tal forma que contribuyan a proveer las condiciones necesarias para el inicio de las actividades en la fase operativa.

Tabla 40: Inversión fija

INVERSIÓN FIJA			
ACTIVOS	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Juego de escritorio	3	360,00	1080,00
Sillas giratoria	3	162,00	486,00
Sillas tripersonal para visitantes	2	19,00	38,00
Archivadores aéreos	3	79,99	239,97
SUBTOTAL			1843,97
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadora de escritorio	3	460,00	1380,00
Macbook Pro	1	1699,00	1699,00
SUBTOTAL			3079,00
EQUIPO DE OFICINA			
Calculadora	3	17,00	51,00
Sumadora	3	60,00	180,00
Perforadora Bester	3	6,00	18,00
Teléfono inalámbrico	3	39,99	119,97
Grapadora Pointer	3	5,00	15,00
SUBTOTAL			383,97
MAQUINARIA			
Tapetes de corte	2	21,00	42,00
Kit de marcadores Silhouette	4	29,00	116,00
Cuchillas de corte profundo	2	29,50	59,00
Reglas de patronaje metálicas	3	75,00	225,00
Pigmento en polvo	6	12,00	72,00
Cortadora láser de CO2	1	16000,00	16000,00
SUBTOTAL			16514,00
TOTAL			21820,94

4.1.3 Inversión variable

La inversión variable consta de todos los bienes intangibles que son necesarios para la empresa, pero no intervienen directamente en la elaboración del producto. La inversión variable está representada por los gastos de constitución, administrativos, exportación, importación, gastos de constitución ente otros, los cuales están sujetos a amortizaciones y son recuperables a largo plazo.

Tabla 41: Inversión variable

INVERSIÓN VARIABLE			
DESCRIPCIÓN	VALOR	VALOR	VALOR
	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
Costos de Producción	3027,01	9081,03	36324,13
Gastos Administrativos	1994,39	5983,16	23932,62
Gastos de Exportación	225,49	676,46	2705,85
Gastos Importación	432,43	1297,30	5189,21
Gastos de Constitución	158,33	475,00	1900,00
INVERSIÓN VARIABLE	5837,65	17512,95	70051,81

4.2 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción son llamados también como costos de operación, son valores monetarios en los cuales la empresa incurre para obtener un producto final que sea apto para el consumidor final, dentro estos costos se incluyen materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación (FAO, 2016).

Tabla 42: Costos de producción

CAJAS DECORATIVAS DE CARTULINA					
DETALLE	c/u	COSTO	CANTIDAD	COSTO TOTAL MENSUAL	ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA		0,15	800	120,00	1440,00
Cartulina	0,05				

Silicona líquida	0,10				
MANO DE OBRA DIRECTA		2,57	800	2053,26	24639,15
Operarios	2,57				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		1,07	800	853,75	10244,98
Foami	0,10				
Cinta	0,20				
Escarcha	0,50				
Etiquetas	0,18				
Energía eléctrica	0,08				
Agua Potable	0,012				
COSTO DE PRODUCCION POR UNIDAD		3,78			
TOTAL COSTO DE CAJAS DECORATIVAS				3027,01	36324,13

4.3 GASTOS

4.3.1 Gastos de constitución

La empresa Dreams Lab CIA Ltda. Requiere de 1900,00 dólares, que son establecidos para los trámites que se deben realizar para la constitución legal de la empresa, entre los cuales tenemos; honorario abogado y publicaciones.

Tabla 43: Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Patente	1200,00
Honorarios abogado	500,00
Publicaciones	200,00
TOTAL GASTOS	1900,00

4.3.2 Gastos administrativos

Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas (Riquelme, 2017).

Esto quiere decir que los gastos administrativos son los gastos en los cuales la empresa debe incurrir, dentro de estos gastos podemos mencionar servicios básicos, sueldos a empleados, suministros entre otros.

Dentro de los gastos administrativos se tomó en cuenta los sueldos y salarios del personal requerido dentro de la reestructuración del organigrama estructural de la empresa.

Tabla 44: Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Agua	16,00	192,00
Energía Eléctrica	10,00	120,00
Teléfono	10,00	120,00
Internet Banda Ancha	83,97	1007,64
Suministros de Oficina	65,00	780,00
Sueldos	1729,42	20752,98
Mejoramiento página web	30,00	360,00
Artículos de limpieza	50,00	600,00
TOTAL	1994,39	23932,62

4.3.3 Sueldos y salarios

La empresa Dreasm Lab Cía. Ltda. necesita contratar personal altamente capacitado para poder llevar adelante el proyecto, es decir para poder establecer funciones de acuerdo al cargo asignado, para cubrir necesidades

dentro del proceso productivo y de comercialización. Todo el personal tiene derecho a recibir todos los pagos y seguro establecidos por la ley.

La proyección de sueldos y salarios se la realizará con un incremento salarial del 7,59% anual.

Tabla 45: Rol de pagos primer año

DREAMS LAB CIA Ltda.													
ROL DE PAGOS 1ER AÑO													
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (anual)	Equivalente a la producción para la exportación Sueldo	Equivalente a la producción para la exportación Total de ingresos (mensual)	Equivalente a la producción para la exportación Total de ingresos (anual)
REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVOS													
Gerente general	700,00	66,15	633,85	-	85,05	58,33	32,17	29,17	904,72	10856,60	227,50	294,03	3528,40
Contador	500,00	47,25	452,75	-	60,75	41,67	32,17	20,83	655,42	7865,00	162,50	213,01	2556,13
Asistente de exportación	420,00	39,69	380,31	-	51,03	35,00	32,17	17,50	555,70	6668,36	136,50	180,60	2167,22
Ventas y marketing	390,00	36,86	353,15	-	47,39	32,50	32,17	16,25	518,30	6219,62	126,75	168,45	2021,38
Secretaria	386,00	36,48	349,52	-	46,90	32,17	32,17	16,08	513,32	6159,79	125,45	166,83	2001,93
Control de calidad	430,00	40,64	389,37	-	52,25	35,83	32,17	17,92	568,16	6817,94	139,75	184,65	2215,83
Diseñador	450,00	42,53	407,48	-	54,68	37,50	32,17	18,75	593,09	7117,10	146,25	192,75	2313,06
Bodeguero	386,00	36,48	349,52	-	46,90	32,17	32,17	16,08	513,32	6159,79	386,00	513,32	6159,79
Remuneración mensual Administrativos	3662,00	346,06	3315,94	-	444,93	305,17	257,33	152,58	4822,02	57864,20	1450,70	1913,64	22963,72

REMUNERACIÓN OPERARIOS													
Operario 1	386,00	36,48	349,52		46,90	32,17	32,17	16,08	513,32	6159,79	125,45	166,83	2001,93
Operario 2	386,00	36,48	349,52		46,90	32,17	32,17	16,08	513,32	6159,79	125,45	166,83	2001,93
Operario 3	386,00	36,48	349,52		46,90	32,17	32,17	16,08	513,32	6159,79	125,45	166,83	2001,93
Operario 4	386,00	36,48	349,52		46,90	32,17	32,17	16,08	513,32	6159,79	125,45	166,83	2001,93
Remuneración mensual Operativos	1544,00	145,91	1398,09	0,00	187,60	64,33	128,67	32,17	2053,26	24639,15	501,80	667,31	8007,72
Remuneración total anual	5206,00	491,97	4714,03	0,00	632,53	369,50	386,00	184,75	6875,28	82503,35	1952,50	2580,95	30971,45

Tabla 46: Rol de pagos segundo año

DREAMS LAB CIA Ltda.													
ROL DE PAGOS 2DO AÑO													
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (anual)	Equivalente a la producción para la exportación Sueldo	Equivalente a la producción para la exportación Total de ingresos (mensual)	Equivalente a la producción para la exportación Total de ingresos (anual)
REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVOS													
Gerente general	753,11	71,17	681,94	62,73	91,50	62,76	35,13	31,38	1036,61	12439,33	244,76	336,90	4042,78
Contador	537,93	50,83	487,10	44,81	65,36	44,83	35,13	22,41	750,47	9005,68	174,83	243,90	2926,85
Asistente de exportación	451,86	42,70	409,16	37,64	54,90	37,66	35,13	18,83	636,02	7632,22	146,86	206,71	2480,47
Ventas y marketing	419,59	39,65	379,94	34,95	50,98	34,97	35,13	17,48	593,10	7117,17	136,37	192,76	2313,08
Secretaria	415,28	39,24	376,04	34,59	50,46	34,61	35,13	17,30	587,38	7048,50	134,97	190,90	2290,76
Control de calidad	462,62	43,72	418,90	38,54	56,21	38,55	35,13	19,28	650,33	7803,90	150,35	211,36	2536,27
Diseñador	484,14	45,75	438,39	40,33	58,82	40,34	35,13	20,17	678,94	8147,27	157,35	220,66	2647,86
Bodeguero	415,28	39,24	376,04	34,59	50,46	34,61	35,13	17,30	587,38	7048,50	415,28	587,38	7048,50
Remuneración mensual Administrativos	3939,82	372,31	3567,51	328,19	478,69	328,32	281,04	164,16	5520,22	66242,58	1560,76	2190,55	26286,58

REMUNERACIÓN OPERARIOS													
Operario 1	415,28	39,24	376,04	34,59	50,46	34,61	35,13	17,30	587,38	7048,50	134,97	190,90	2290,76
Operario 2	415,28	39,24	376,04	34,59	50,46	34,61	35,13	17,30	587,38	7048,50	134,97	190,90	2290,76
Operario 3	415,28	39,24	376,04	34,59	50,46	34,61	35,13	17,30	587,38	7048,50	134,97	190,90	2290,76
Operario 4	415,28	39,24	376,04	34,59	50,46	34,61	35,13	17,30	587,38	7048,50	134,97	190,90	2290,76
Remuneración mensual Operativos	1661,14	156,98	1504,16	138,37	201,83	138,43	140,52	69,21	2349,50	28194,01	539,87	763,59	9163,05
Remuneración total anual	5600,96	529,29	5071,67	466,56	680,52	466,75	421,56	233,37	7869,72	94436,59	2100,63	2954,14	35449,63

Tabla 47: Rol de pagos tercer año

DREAMS LAB CIA Ltda.													
ROL DE PAGOS 3ER AÑO													
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (anual)	Equivalente a la producción para la exportación Sueldo	Equivalente a la producción para la exportación Total de ingresos (mensual)	Equivalente a la producción para la exportación Total de ingresos (anual)
REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVOS													
Gerente general	810,24	76,57	733,67	67,49	98,44	67,52	36,96	33,76	1114,42	13373,01	263,33	362,19	4346,23
Contadora	578,74	54,69	524,05	48,21	70,32	48,23	36,96	24,11	806,57	9678,87	188,09	262,14	3145,63
Asistente de exportación	486,14	45,94	440,20	40,50	59,07	40,51	36,96	20,26	683,43	8201,21	158,00	222,12	2665,39
Ventas y marketing	451,42	42,66	408,76	37,60	54,85	37,62	36,96	18,81	637,26	7647,09	146,71	207,11	2485,30
Secretaria	446,79	42,22	404,57	37,22	54,28	37,23	36,96	18,62	631,10	7573,20	145,21	205,11	2461,29
Control de calidad	497,72	47,03	450,68	41,46	60,47	41,48	36,96	20,74	698,83	8385,92	161,76	227,12	2725,42
Diseñador	520,87	49,22	471,65	43,39	63,29	43,41	36,96	21,70	729,61	8755,33	169,28	237,12	2845,48
Bodeguero	446,79	42,22	404,57	37,22	54,28	37,23	36,96	18,62	631,10	7573,20	446,79	631,10	7573,20
Remuneración mensual Administrativos	4238,72	400,56	3838,16	353,09	515,00	353,23	295,67	176,61	5932,32	71187,83	1679,17	2354,00	28247,96

REMUNERACIÓN OPERARIOS													
Operario 1	446,79	42,22	404,57	37,22	54,28	37,23	36,96	18,62	631,10	7573,20	145,21	205,11	2461,29
Operario 2	446,79	42,22	404,57	37,22	54,28	37,23	36,96	18,62	631,10	7573,20	145,21	205,11	2461,29
Operario 3	446,79	42,22	404,57	37,22	54,28	37,23	36,96	18,62	631,10	7573,20	145,21	205,11	2461,29
Operario 4	446,79	42,22	404,57	37,22	54,28	37,23	36,96	18,62	631,10	7573,20	145,21	205,11	2461,29
Remuneración mensual Operativos	1787,16	168,89	1618,27	148,87	217,14	148,93	147,84	74,46	2524,40	30292,82	580,83	820,43	9845,17
Remuneración total anual	6025,88	569,45	5456,43	501,96	732,14	502,16	443,51	251,08	8456,72	101480,65	2259,99	3174,43	38093,12

Tabla 48: Rol de pagos cuarto año

DREAMS LAB CIA Ltda.													
ROL DE PAGOS 4TO AÑO													
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (anual)	Equivalente a la producción para la exportación Sueldo	Equivalente a la producción para la exportación Total de ingresos (mensual)	Equivalente a la producción para la exportación Total de ingresos(anual)
REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVOS													
Gerente general	871,71	82,38	789,33	72,61	105,91	72,64	38,79	36,32	1197,99	14375,86	283,31	389,35	4672,15
Contador	622,65	58,84	563,81	51,87	75,65	51,89	38,79	25,94	866,79	10401,46	202,36	281,71	3380,47
Asistente de exportación	523,03	49,43	473,60	43,57	63,55	43,59	38,79	21,79	734,31	8811,70	169,98	238,65	2863,80
Ventas y marketing	485,67	45,90	439,77	40,46	59,01	40,47	38,79	20,24	684,63	8215,54	157,84	222,50	2670,05
Secretaria	480,69	45,42	435,26	40,04	58,40	40,06	38,79	20,03	678,00	8136,05	156,22	220,35	2644,22
Control de calidad	535,48	50,60	484,88	44,61	65,06	44,62	38,79	22,31	750,87	9010,42	174,03	244,03	2928,39
Diseñador	560,39	52,96	507,43	46,68	68,09	46,70	38,79	23,35	783,99	9407,86	182,13	254,80	3057,55
Bodeguero	480,69	45,42	435,26	40,04	58,40	40,06	38,79	20,03	678,00	8136,05	480,69	678,00	8136,05
Remuneración mensual Administrativos	4560,29	430,95	4129,34	379,87	554,08	380,02	310,30	190,01	6374,58	76494,93	1806,56	2529,39	30352,68

REMUNERACIÓN OPERARIOS													
Operario 1	480,69	45,42	435,26	40,04	58,40	40,06	38,79	20,03	678,00	8136,05	156,22	220,35	2644,22
Operario 2	480,69	45,42	435,26	40,04	58,40	40,06	38,79	20,03	678,00	8136,05	156,22	220,35	2644,22
Operario 3	480,69	45,42	435,26	40,04	58,40	40,06	38,79	20,03	678,00	8136,05	156,22	220,35	2644,22
Operario 4	480,69	45,42	435,26	40,04	58,40	40,06	38,79	20,03	678,00	8136,05	156,22	220,35	2644,22
Remuneración mensual Operativos	1922,74	181,70	1741,04	160,16	233,61	160,23	155,15	80,11	2712,02	32544,20	624,89	881,41	10576,86
Remuneración total	6483,03	612,65	5870,39	540,04	787,69	540,25	465,45	270,13	9086,59	109039,12	2431,45	3410,80	40929,55

Tabla 49: Rol de pagos quinto año

DREAMS LAB CIA Ltda.													
ROL DE PAGOS 5TO AÑO													
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Total Ingresos (mensual)	Total Ingresos (anual)	Equivalente a la producción para la exportación n Sueldo	Equivalente a la producción para la exportación n Total de ingresos (mensual)	Equivalente a la producción para la exportación Total de ingresos(anual)
REMUNERACIÓN ADMINISTRATIVOS													
Gerente general	937,84	88,63	849,22	78,12	113,95	78,15	40,11	39,08	1287,26	15447,07	304,80	418,36	5020,30
Contadora	669,89	63,30	606,58	55,80	81,39	55,82	40,11	27,91	930,93	11171,15	217,71	302,55	3630,62
Asistente de exportación	562,71	53,18	509,53	46,87	68,37	46,89	40,11	23,45	788,40	9460,78	182,88	256,23	3074,75
Ventas y marketing	522,51	49,38	473,14	43,53	63,49	43,54	40,11	21,77	734,95	8819,39	169,82	238,86	2866,30
Secretaria	517,15	48,87	468,28	43,08	62,83	43,10	40,11	21,55	727,82	8733,87	168,07	236,54	2838,51
Control de calidad	576,10	54,44	521,66	47,99	70,00	48,01	40,11	24,00	806,21	9674,57	187,23	262,02	3144,24
Diseñador	602,90	56,97	545,93	50,22	73,25	50,24	40,11	25,12	841,85	10102,17	195,94	273,60	3283,20
Bodeguero	517,15	48,87	468,28	43,08	62,83	43,10	40,11	21,55	727,82	8733,87	517,15	727,82	8733,87
Remuneración mensual Administrativos	4906,26	463,64	4442,62	408,69	596,11	408,85	320,89	204,43	6845,24	82142,86	1943,61	2715,98	32591,79

REMUNERACIÓN OPERARIOS													
Operario 1	517,15	48,87	468,28	43,08	62,83	43,10	40,11	21,55	727,82	8733,87	168,07	236,54	2838,51
Operario 2	517,15	48,87	468,28	43,08	62,83	43,10	40,11	21,55	727,82	8733,87	168,07	236,54	2838,51
Operario 3	517,15	48,87	468,28	43,08	62,83	43,10	40,11	21,55	727,82	8733,87	168,07	236,54	2838,51
Operario 4	517,15	48,87	468,28	43,08	62,83	43,10	40,11	21,55	727,82	8733,87	168,07	236,54	2838,51
Remuneración mensual Operativos	2068,61	195,48	1873,13	172,32	251,34	172,38	160,45	86,19	2911,29	34935,48	672,30	946,17	11354,03
Remuneración anual	6974,87	659,13	6315,75	581,01	847,45	581,24	481,34	290,62	9756,53	117078,34	2615,91	3662,15	43945,82

4.3.4 Detalle de gastos de exportación

De acuerdo a lo dispuesto en la página web de SecurityDATA, el valor de la firma electrónica y Token (Epass3003), el cual tiene un período de dos años es de 72,91 dólares americanos.

Para determinar los gastos de exportación se tomó en cuenta el transporte interno comprendido desde Quitumbe (Quito sur) que es en donde se encuentra ubicada la empresa hacia el aeropuerto Mariscal Sucre.

El valor del flete internacional que se pagará de acuerdo a una cotización establecida en Rates World Freight tomando en cuenta el valor y peso de la mercadería.

Tabla 50: Gastos de exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN					
	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL TRIMESTRAL	ANUAL
Token			3,04	9,11	36,46
Embalaje global	3,45	34	117,30	351,9	1407,60
Total Ex – Work			120,34	361,01	1444,06
Transporte Interno Quito (Aeropuerto)	100	1	33,33	100	400,00
FCA			153,67	461,01	1844,06
Flete Internacional	142,03	1	47,34	142,03	568,12
Tasa de almacenaje	70	1	23,33	70	280,00
TOTAL CPT			224,35	673,04	2692,18
Seguro de transporte			1,14	3,42	13,68
TOTAL CIP			225,49	676,46	2705,85

Fuente: (Rates, World Freight, s.f.)

Tabla 51: Seguro de transporte exportación

SEGURO DE TRANSPORTE	
CPT	224,35
10% Sobre seguro	22,43
Suma Asegurada	246,78
Prima (0,8%)	1,97
CSB	0,07
SC	0,01
Derecho de emisión	1,00
IVA	0,37
VALOR PÓLIZA DE SEGURO	3,42

4.3.5 Gastos unitarios

Los gastos unitarios son todos los costos incurridos por la empresa para la fabricación del producto en unidades individuales.

Tabla 52: Gasto unitario

DETERMINACIÓN GASTO UNITARIO	
DETALLE	Total Mensual
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1994,39
GASTOS DE EXPORTACIÓN	225,49
GASTOS DE IMPORTACIÓN	432,43
TOTAL GASTOS	2219,87
Unidades producidas mensual	800
GASTO POR UNIDAD	2,77

4.3.6 Determinación del precio de exportación

Para determinar el precio de exportación es fundamental conocer el precio de venta conveniente en el mercado meta, además se debe tomar en cuenta los costos incurridos para la fabricación del producto, los gastos administrativos y

de exportación, los cuales forman parte en la elaboración del producto, de tal forma nos permita obtener utilidades y recuperar la inversión realizada.

Tabla 53: Determinación del precio unitario

PRECIO UNITARIO							
DETALLE	C. Prod. Mensual	CANT. Mensual	COSTO Unitario	GASTO Unitario	COSTO T.Unitario	UTILIDAD 30%	PRECIO Exportación (unidad)
Cajas decorativas	3027,01	800	3,78	2,77	6,56	1,97	8,53

4.3.7 Detalles de gastos de importación

Dentro del cálculo de los gastos de importación se tomó en cuenta todos los impuestos establecidos por la ley, el transporte interno comprendido desde el aeropuerto Mariscal Sucre hasta el sector de Quitumbe, cabe recalcar que la importación solo se verá reflejada dentro del primer año de operación de la empresa.

Tabla 54: Cálculo de tributos importación

IMPORTACIÓN		
CNC Cortadora Láser CO2		
DETALLE		
FCA	Valor de la Maquinaria	16000,00
FLETE		2754,80
SEGURO		193,36
CIP		18948,16
ADVALOREM	5%	947,41
FOD	0,50%	94,74
IVA	12%	2398,84
Suma tributos		
	3440,99	

Tabla 55: Determinación de los gastos de importación

TASA DE CONTROL		5,47
Agente de aduana		259,39
Transporte Interno		400,00
Gasto documentación		50,00
Comisión		40,00
Seguro		193,36
ISD	5%	800,00
TOTAL IMPORTACIÓN		5189,21

Tabla 56: Seguro de transporte importación

SEGURO DE TRANSPORTE	
CPT	18.754,80
10% Sobre seguro	1.875,48
Suma Asegurada	20.630,28
Prima (0,8%)	165,04
CSB	5,78
SC	0,83
Derecho de emisión	1,00
IVA	20,72
VALOR PÓLIZA DE SEGURO	193,36

4.4 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Para la puesta del proceso de exportación de la empresa Dreasm Lab CIA Ltda. es indispensable realizar un financiamiento con una entidad bancaria, en donde el 60% estará financiado por recursos propios y 40% por préstamo bancario.

Tabla 57: Estructura del financiamiento

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
FUENTE	PORCENTAJE	VALOR
Préstamo Bancario	40,00%	15733,56
Aporte Propio	60,00%	23600,34
TOTAL	100,00%	39333,89

4.4.1 Datos del financiamiento

La entidad a la que se le solicitará el financiamiento es la Corporación Financiera Nacional CFN , la tasa de interés que ellos manejan para la producción es del 7,79% , es una tasa de interes aceptable y conveninete a diferencia de otras entidades bancarias.

Tabla 58: Datos del financiamiento

DATOS DEL FINANCIAMIENTO	
BANCO	Corporación Financiera Nacional
MONTO	15.733,56
INTERÉS	7,79%
PLAZO	36
PERÍODO	MENSUAL
GARANTÍA	HIPOTECARIO

4.4.2 Amortización de la deuda

La tabla de amortización indica detalladamente los pagos que la empresa debe efectuar hasta la liquidación total de la deuda con la Corporación Financiera Nacional.

Tabla 59: Amortización de la deuda

Períodos de pago	Cuota	Pago de intereses	Amortización del principal	Amortización acumulada del principal	Capital pendiente
0					\$ 15.733,56
1	\$ 491,51	\$ 102,14	\$ 389,37	\$ 389,37	\$ 15.344,18
2	\$ 491,51	\$ 99,61	\$ 391,90	\$ 781,27	\$ 14.952,28
3	\$ 491,51	\$ 97,07	\$ 394,44	\$ 1.175,72	\$ 14.557,84
4	\$ 491,51	\$ 94,50	\$ 397,01	\$ 1.572,72	\$ 14.160,83
5	\$ 491,51	\$ 91,93	\$ 399,58	\$ 1.972,30	\$ 13.761,25
6	\$ 491,51	\$ 89,33	\$ 402,18	\$ 2.374,48	\$ 13.359,08
7	\$ 491,51	\$ 86,72	\$ 404,79	\$ 2.779,27	\$ 12.954,29
8	\$ 491,51	\$ 84,09	\$ 407,41	\$ 3.186,68	\$ 12.546,87
9	\$ 491,51	\$ 81,45	\$ 410,06	\$ 3.596,74	\$ 12.136,81
10	\$ 491,51	\$ 78,79	\$ 412,72	\$ 4.009,46	\$ 11.724,09
11	\$ 491,51	\$ 76,11	\$ 415,40	\$ 4.424,86	\$ 11.308,69
12	\$ 491,51	\$ 73,41	\$ 418,10	\$ 4.842,96	\$ 10.890,59
13	\$ 491,51	\$ 70,70	\$ 420,81	\$ 5.263,77	\$ 10.469,78
14	\$ 491,51	\$ 67,97	\$ 423,54	\$ 5.687,32	\$ 10.046,24
15	\$ 491,51	\$ 65,22	\$ 426,29	\$ 6.113,61	\$ 9.619,95
16	\$ 491,51	\$ 62,45	\$ 429,06	\$ 6.542,67	\$ 9.190,89
17	\$ 491,51	\$ 59,66	\$ 431,85	\$ 6.974,52	\$ 8.759,04
18	\$ 491,51	\$ 56,86	\$ 434,65	\$ 7.409,16	\$ 8.324,39
19	\$ 491,51	\$ 54,04	\$ 437,47	\$ 7.846,64	\$ 7.886,92
20	\$ 491,51	\$ 51,20	\$ 440,31	\$ 8.286,95	\$ 7.446,61
21	\$ 491,51	\$ 48,34	\$ 443,17	\$ 8.730,11	\$ 7.003,44
22	\$ 491,51	\$ 45,46	\$ 446,05	\$ 9.176,16	\$ 6.557,40
23	\$ 491,51	\$ 42,57	\$ 448,94	\$ 9.625,10	\$ 6.108,46
24	\$ 491,51	\$ 39,65	\$ 451,86	\$ 10.076,96	\$ 5.656,60
25	\$ 491,51	\$ 36,72	\$ 454,79	\$ 10.531,75	\$ 5.201,81
26	\$ 491,51	\$ 33,77	\$ 457,74	\$ 10.989,49	\$ 4.744,07
27	\$ 491,51	\$ 30,80	\$ 460,71	\$ 11.450,20	\$ 4.283,36
28	\$ 491,51	\$ 27,81	\$ 463,70	\$ 11.913,90	\$ 3.819,65
29	\$ 491,51	\$ 24,80	\$ 466,71	\$ 12.380,62	\$ 3.352,94
30	\$ 491,51	\$ 21,77	\$ 469,74	\$ 12.850,36	\$ 2.883,20
31	\$ 491,51	\$ 18,72	\$ 472,79	\$ 13.323,15	\$ 2.410,40
32	\$ 491,51	\$ 15,65	\$ 475,86	\$ 13.799,02	\$ 1.934,54
33	\$ 491,51	\$ 12,56	\$ 478,95	\$ 14.277,97	\$ 1.455,59
34	\$ 491,51	\$ 9,45	\$ 482,06	\$ 14.760,03	\$ 973,53
35	\$ 491,51	\$ 6,32	\$ 485,19	\$ 15.245,22	\$ 488,34
36	\$ 491,51	\$ 3,17	\$ 488,34	\$ 15.733,56	(\$ 0,00)

Los intereses se reforman cada año debido a que el capital va cubriendo el financiamiento.

Tabla 60: Intereses del financiamiento

	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3
Interés	1.055,15	664,12	241,52
Capital	4.842,96	5.233,99	5.656,60

4.5 DETERMINACIÓN DE COSTO DE CAPITAL

(Laurence, 2003) Determina que “El costo de capital es la tasa de rendimiento que una empresa debe ganar en los proyectos en los que invierte para mantener su valor de mercado y atraer fondo”.

Tabla 61: Costo de capital

COSTO DE CAPITAL				
DETALLE	VALOR	PORCENTAJE	TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO	PONDERACIÓN
Inversión Propia	23600,34	60,00%	20,07%	12,04%
Inversión Financiada	15733,56	40,00%	7,79%	3,12%
TOTAL	39333,89	100,00%	27,86%	15,16%
EL COSTO DE CAPITAL DE LA EMPRESA ES DEL				15,16%

4.6 CÁLCULOS DE LA DEPRECIACIÓN

Los activos fijos tienen un tiempo límite de vida útil, una vez cumplido este período inicia la depreciación, cabe señalar que los terrenos no se deprecian ya que estos no sufren ningún desperfecto, los equipos computación mantienen una vida útil de 3 años ya que son propensos a quedar obsoletos y la tecnología continúa avanzando y proporcionando equipos más modernos.

Tabla 62: Depreciación

DEPRECIACIÓN			
DETALLE	VALOR	DEPRECIACIÓN	VALOR
Muebles y enseres	1843,97	10%	184,40
Equipos de Cómputo	3079,00	33%	1016,07
Equipos de Oficina	383,97	10%	38,40
Maquinaria	16514,00	10%	1651,40
TOTAL			2890,26

4.7 DETERMINACIÓN DE LOS PRESUPUESTOS

4.7.1 Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas nos muestra el número de unidades de cajas decorativas que serán vendidas dentro de un periodo de 5 años y crecerá en un 10%, donde el precio proyectado es de acuerdo a la inflación actual 0,06% establecida por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 63: Presupuesto de ventas

VENTAS			
CAJAS DECORATIVAS			
AÑO	CANTIDAD DE CAJAS	PRECIO	TOTAL
1	9600	8,53	81851,39
2	10560	8,53	90090,55
3	11616	8,54	99159,06
4	12778	8,54	109140,41
5	14055	8,55	120126,49
TOTAL			500367,89

4.7.2 Presupuesto de costos

Tabla 64: Presupuesto de costos

COSTOS			
CAJAS DECORATIVAS			
AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	9600	3,78	36324,13
2	10560	3,79	39980,52
3	11616	3,79	44004,96
4	12778	3,79	48434,49
5	14055	3,79	53309,91
TOTAL			222054,01

4.7.3 Presupuesto de gastos

4.7.3.1 Gastos administrativos

Las proyecciones realizadas se encuentran relación a la inflación promedio del Ecuador 0,06% y con un incremento salarial anual del 7,59%.

Tabla 65: Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	192,00	192,12	192,23	192,35	192,46
Energía Eléctrica	120,00	120,07	120,14	120,22	120,29
Teléfono	120,00	120,07	120,14	120,22	120,29
Internet Banda Ancha	1007,64	1008,24	1008,85	1009,45	1010,06
Suministros de Oficina	780,00	780,47	780,94	781,40	781,87
Sueldos	57864,20	57898,91	57933,65	57968,41	58003,20
Mejoramiento página web	360,00	360,22	360,43	360,65	360,86
Artículos de limpieza	600,00	600,36	600,72	601,08	601,44
TOTAL	61043,84	61080,46	61117,11	61153,78	61190,47

4.7.3.2 Gastos de exportación

Tabla 66: Gastos de exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Token	36,46	36,46	36,48	36,48	72,91
Embalaje global	1407,60	1408,44	1409,29	1410,14	1410,98
Total Ex – Work	1444,06	1444,90	1445,77	1446,61	1483,89
Transporte Interno Quitumbe - Aeropuerto	400,00	400,24	400,48	400,72	400,96
Total FCA	1844,06	1845,14	1846,25	1847,33	1884,85
Flete Internacional	568,12	568,46	568,80	569,14	569,48
Tasa de almacenaje	280,00	280,17	280,34	280,50	280,67
TOTAL CPT	2692,18	2693,77	2695,39	2696,98	2735,01
Seguro de transporte	13,68	13,69	13,69	13,70	13,71
TOTAL CIP	2705,85	2707,46	2709,08	2710,68	2748,72

4.8 DEPRECIACIONES

Tabla 67: Depreciaciones

DEPRECIACIONES					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles Enseres	184,40	184,40	184,40	184,40	184,40
Equipo de Computación	1016,07	1016,07	1016,07		
Equipo de Oficina	38,40	38,40	38,40	38,40	38,40
Maquinaria	1651,40	1651,40	1651,40	1651,40	1651,40
TOTAL DEPRECIACIONES	2890,26	2890,26	2890,26	1874,19	1874,19

4.9 ESTADOS FINANCIEROS

4.9.1 Estado de resultados

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento

en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio (Castro, 2015).

En este caso podemos observar las operaciones realizadas por la empresa Dreams Lab CIA Ltda. durante el periodo de 5 años, además señala los datos sobre los ingresos y egresos realizados por la empresa, asimismo nos ayuda a realizar el cálculo de la utilidad, los impuestos que se deben costear al estado al igual que la participación a los trabajadores.

Tabla 68: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS / FINANCIADO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas					
Cajas decorativas	81851,39	90090,55	99159,06	109140,41	120126,49
Total Ingresos	81851,39	90090,55	99159,06	109140,41	120126,49
(-) Costo de Ventas					
Cajas decorativas	36324,13	39980,52	44004,96	48434,49	53309,91
Total Costos	36324,13	39980,52	44004,96	48434,49	53309,91
(=) Utilidad Bruta	45527,26	50110,03	55154,10	60705,92	66816,57
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	20752,98	20765,43	20777,89	20790,36	20802,83
Gasto de Exportación	2705,85	2707,46	2709,08	2710,68	2748,72
Gastos de Importación	5189,21				
Depreciación	2890,26	2890,26	2890,26	1874,19	1874,19
Amortización	380,00	380,00	380,00	380,00	380,00
TOTAL GASTOS	31.918,30	26.743,15	26.757,24	25.755,24	25.805,75
(=) Utilidad después de Operaciones	13.608,95	23.366,88	28.396,87	34.950,68	41.010,83
(-) Gastos Financieros					
Intereses	1.055,15	664,12	241,52	0,00	0,00
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores	12.553,80	22.702,76	28.155,35	34.950,68	41.010,83
(-) 15% Participación de trabajadores	1.883,07	3.405,41	4.223,30	5.242,60	6.151,62

(=) Utilidad antes de Impuestos	10.670,73	19.297,34	23.932,05	29.708,08	34.859,20
(-) 22% Impuesto a la Renta	2.347,56	4.245,42	5.265,05	6.535,78	7.669,02
(=) Utilidad Neta	8.323,17	15.051,93	18.667,00	23.172,30	27.190,18

4.9.2 Balance general

El balance general, es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha. Gracias a este documento, el empresario accede a información vital sobre su negocio, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas (Merino, 2009).

Tabla 69: Balance general

BALANCE GENERAL -CON FINANCIAMIENTO			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Capital de Trabajo	17.037,95	Deudas <1 Año	0,00
	17.037,9		
Total Activos Corrientes	5	Total Pasivos Corto Plazo	0,00
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Muebles y enseres	1.843,97	Préstamos Bancarios	15.733,56
Equipos de Cómputo	3.079,00	Total Pasivos Largo Plazo	15.733,56
Equipos de Oficina	383,97		
Maquinaria	16.514,00		
	21.820,9		
Total Activos Fijos	4		
		Total Pasivos	15.733,56
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	475,00	Capital Social	23.600,34
Total Activos Diferidos	475,00	Total Patrimonio	23.600,34
	39.333,8		
Total Activos	9	Total Pasivo + Patrimonio	39.333,89

4.9.3 Flujo de efectivo

Horngren, Harrinson, & Bamber, (Horngren, 2003) establece que “El estado del flujo de efectivo contiene los montos de entrada de efectivo (caja) y salida de efectivo (pagos al contado, salidas de caja) del período”.

Tabla 70: Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	8.425,53	15.052,3 6	18.667,1 6	23.172,3 0	27.190,1 8
Depreciaciones	2.890,26	2.890,26	2.890,26	1.874,19	1.874,19
FLUJO DE EFECTIVO NETO	11.315,7 9	17.942,6 2	21.557,4 2	25.046,5 0	29.064,3 7

4.10 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO

4.10.1 Valor presente neto (VPN)

(Barranchina, 2013) señala que “El valor presente neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuros del proyecto; a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.”

El valor presente neto muestra un resultado positivo, manifiesta que cubre la inversión y gastos realizados por la empresa Dreams Lab Cía. Ltda. presentando de tal forma la factibilidad del proyecto.

Tabla 71: Valor presente neto

VALOR PRESENTE NETO			
AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS
1	11.213,43	0,868	9.737,33
2	17.942,19	0,754	13.529,39
3	21.557,26	0,655	14.115,55
4	25.046,50	0,569	14.241,39
5	29.064,37	0,494	14.350,52
Valor Presente			65.974,18
Inversión Inicial			39.333,89
VPN			26.640,29

4.10.2 Período de recuperación de la inversión

La empresa Dreams Lab Cía. Ltda. conseguirá recuperar su inversión en 3 años 1 mes y 20 días.

Tabla 72: Período de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)		
AÑO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
		39.333,89
1	9.737,33	29.596,56
2	13.529,39	16.067,17
3	14.115,55	1.951,63
4	14.241,39	12.289,77
5	14.350,52	
PRI		
3,14 AÑOS		

4.10.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Según Economipedia (2017) la tasa interna de retorno es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, tomando en cuenta la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión. En este caso la TIR nos refleja un resultado del 36,91% este porcentaje es el resultado del cálculo de la inversión inicial y los flujos de efectivo anuales que fueron proyectados a 5 años, dando como resultado que el TIR es mayor al costo de oportunidad 15,16%, lo que significa que el proyecto es factible.

Tabla 73: Tasa interna de retorno

TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
	-39.333,89	
1	11.213,43	39.333,89
2	17.942,19	
3	21.557,26	
4	25.046,50	
5	29.064,37	
	TIR	36,91%

4.11 PUNTO DE EQUILIBRIO

Carro (2003) nos dice que “El punto de equilibrio es aquel donde el volumen de ventas de la empresa ha conseguido, mediante la contribución marginal generada, cubrir los costos fijos, y, por ende, comenzar a producir utilidades al negocio”.

El punto de equilibrio muestra la recuperación de los costos incurridos para la elaboración del producto final, esto quiere decir que la empresa Dreams Lab CIA Ltda. puede vender su producto a 8,53 dólares dando, así como resultado un equilibrio donde la empresa no gana ni pierde.

Tabla 74: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
CUENTAS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		36324,13	36324,13
GASTOS ADMINISTRATIVOS			0,00
Agua	192,00		192,00
Energía Eléctrica	120,00		120,00
Teléfono	120,00		120,00
Internet Banda Ancha	1007,64		1007,64
Suministros de Oficina	780,00		780,00
Sueldos	20752,98		20752,98
Artículos de limpieza	600,00		600,00
Depreciaciones	2890,26		2890,26
Amortizaciones	380,00		380,00
GASTOS DE EXPORTACIÓN	380,00		380,00
Token	36,46		36,46
Embalaje global		1407,60	1407,60
Transporte Interno Quitumbe- Aeropuerto Mariscal	400,00		400,00
Tasa de almacenaje		280,00	280,00
Flete Internacional		568,12	568,12
Póliza de seguro		13,68	13,68
TOTAL	27659,34	38593,53	66252,87

$$PUNTO\ E\ EQUILIBRIO = \frac{COSTO\ FIJO\ TOTAL}{PRECIO - COSTO\ VARIABLE\ UNITARIO}$$

4.11.1 Margen de contribución

(Valdez, 2010) menciona que “El margen de contribución es también conocido como Utilidad Marginal, o el exceso de los ingresos con respecto a los Costos Variables; del mismo modo puede ser la parte que contribuye a cubrir los costos fijos y proporciona una utilidad”.

Tabla 75: Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			
PRODUCTO	PRECIO	CV. UNIT.	MARGEN CONTRIB.
Cajas decorativas	8,53	3,78	4,74
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO			4,74

4.11.2 Punto de equilibrio por unidades físicas**Tabla 76:** Punto de equilibrio por unidades físicas

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES FISICAS	
PRODUCTO	P.E UNID FÍSICAS
Cajas decorativas	5832

4.11.3 Punto de equilibrio por unidades monetarias**Tabla 77:** Punto de equilibrio por unidades monetarias

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	P.E UNIDADES MONETARIAS
Cajas decorativas	5832	8,53	49727,47
TOTAL			49727,47

CONCLUSIONES GENERALES

- Las cajas decorativas son un producto nuevo en el mercado, su posicionamiento dentro de los demandantes nacionales es alto, debido a la calidad y a la variedad de diseños que muestran personalizaciones de los diferentes atractivos turísticos y naturales del Ecuador, esta es una razón que ayudará a que el producto logre expandirse hacia nuevos mercados internacionales.
- Dentro del estudio de mercado se evidenció la factibilidad de que Chicago- Estados Unidos sea el mercado donde se puede iniciar la exportación de cajas decorativas, tomando en cuenta las apreciaciones de los potenciales clientes dentro de este mercado, en cuanto a este tipo de productos.
- Dentro de la investigación realizada llegamos a la conclusión de que la internacionalización es esencial y beneficiosa para la empresa, ya que contribuye al crecimiento de la misma, para adquirir mayor rendimiento económico y disminuir el riesgo causado por la concentración en un solo mercado.
- Debido a las condiciones de índole legal, administrativa y económica en la que se encuentra la empresa, se establece la necesidad de constituir a la empresa bajo la figura de compañía limitada (Cía. Ltda.) ya que esta se ajusta a las necesidades y prioridades de los socios.
- A través de los indicadores financieros se determinó que el proyecto es viable ya que la Tasa Interna de Retorno es del 36.91% y el Valor Presente Neto es de 26.640,29 dólares americanos, cuyos valores son

considerables en los márgenes de utilidad dentro de la producción de cajas decorativas.

- La puesta en marcha de este proyecto ayudará al desarrollo económico de la empresa y a las personas que colaboran con la misma de manera directa e indirecta, ya que incrementará sus ganancias y contribuirá a crear fuentes de empleo, e ingreso de divisas.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda tomar en cuenta la inclusión de este proyecto ya que al implementarlo logrará contribuir al crecimiento de la empresa y fomentará el turismo a nivel internacional.
- Es recomendable que la empresa logre involucrarse en ferias internacionales organizadas por entidades Ecuatorianas tales como el Ministerio de Turismo y ProEcuador para que por este medio pueda promocionar su producto y encontrar posibles clientes y potenciales mercados internacionales.
- Es importante que los trabajadores y operarios de la empresa mantengan capacitaciones constantes de acuerdo a los avances tecnológicos, además de conocer temas de exportación con la finalidad de ampliar sus conocimientos y mejorar las negociaciones tanto a nivel nacional como internacional.
- Es sustancial que la empresa pueda explorar nuevas alternativas de mercados, en los cuales exista la demanda necesaria, con el objetivo de conseguir el crecimiento empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador . (08 de 2015). *Guía de operadores del Comercio Exterior para la gestión de las declaraciones aduaneras de exportación* . Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/SENAE-GOE-2-2-001-V3-1.pdf>
- Aduana del Ecuador. (03 de 2017). *Para exportar*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- aduanas, C. y. (s.f.). Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterms2010/461-como-entender-los-inconterms>
- Aduanet. (2018). *Arancel Integrado*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=4819200000>
- Angel, G. V. (2006). *Método Inductivo* . Obtenido de <http://definicion.de/metodo-inductivo/>
- Barrachina, M. (2013). *Valor actual neto*. Obtenido de <https://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/valor-actual-neto-van/>
- Barranchina, M. (2013). *Valor actual neto*. Obtenido de <https://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/valor-actual-neto-van/>
- Bodor. (s.f.). *Fiber Laser* . Obtenido de http://es.bodor.com/Fiber_Laser/F_Series/184.html?gclid=CLLklaizqdQCFYpbhgodq-8Hug
- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España. (2017). *Contratación internacional*. Recuperado el 27 de 01 de 2018, de Contrato de compraventa internacional: <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/preguntas-comercio-exterior/-/preguntas-comercio-exterior/0bab331d-0506-4f97-a40b-91dcd0f27dbc>
- Carro, R. (2003). *Elementos básico de costos*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0OahUKEwiyociSvN3XAhWxQ98KHS9vARQQFggnMAE&url=http%3A%2F%2Feco.unne.edu.ar%2Fcontabilidad%2Fcostos%2FXXVliapuco%2Ftrabajo1.doc&usg=AOvVaw2q2BWY6XMi552PvqL64Aow>
- Carvajal, L. (2015). *Método Deductivo*. Obtenido de <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>
- CASTRO, I. M. (2008). *Universidad Javeriana*. Recuperado el 27 de 07 de 2017, de Plan de Negocios: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis91.pdf>

- Castro, J. (18 de 02 de 2015). *Corponet*. Obtenido de <http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Central Intelligence Agency. (2016). *Central Intelligence Agency*. Recuperado el 28 de 09 de 2017, de <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/us.html>
- Comercio Exterior . (2015). *Todo Comercio Exterior* . Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/flujoograma-del-proceso-de-importaci-n-y-sus-principales>
- CORPEI. (2006). *Cómo elaborar Planes de Negocios de Exportación*. Recuperado el 1 de 10 de 2017
- Cutting, T. (s.f.). *Máquinas CO2 Laser* . Obtenido de <http://www.tcticutting.com/maquinas-de-corte-laser-de-co2-versus-maquinas-de-corte-por-laser-de-fibra/>
- David, P. A. (2016). *Logística Internacional*. (O. Martínez, Ed.) Cengage Learning. Recuperado el 27 de 07 de 2017
- Diario del exportador . (2017). *Importancia de los términos incoterms en el Comercio Internacional*. Obtenido de <http://www.diariodelexportador.com/2016/01/la-importancia-de-los-terminos.html>
- Diario del exportador . (04 de 2017). *Seguro de la mercancía en el transporte internacional* . Obtenido de <http://www.diariodelexportador.com/2017/04/el-seguro-de-transporte-de-mercancia-en.html>
- Economía simple . (2010). Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/logistica>
- El economista* . (2016). Obtenido de Sistema político Estados Unidos : <http://www.eleconomista.es/especiales/elecciones-estados-unidos/sistema-politico.php>
- encyclopedia, C. (28 de Dic de 2017). *Currency encyclopedia* . Obtenido de Dolar estadounidense : <http://www.xe.com/es/currency/usd-us-dollar#>
- Escuela de estrategias. (10 de 8 de 2014). *Internacionalización de las empresas* . Obtenido de <https://www.escueladeestrategia.com/que-es-la-internacionalizacion-de-empresas/>
- FAO. (2016). Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s06.htm>
- Finanzas para todos . (2017). *Transferencias bancarias* . Obtenido de Transferencias bancarias : <http://www.finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosbancariosoperativos/serviciotransferencias.html>
- Gardey, J. P. (2012). *DEFINICIÓN* . Obtenido de <http://definicion.de/cuestionario/>

- Gestión. Org. (2017). *Proceso productivo*. Recuperado el 27 de 02 de 2018, de <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/productos-servicios/4476/el-proceso-productivo/>
- Gitman, & Lawrence. (2003). *Principios de Administración Financiera* . México: Enrique Quintanar Duarte.
- Global Rates . (2018). *Inflación Estados Unidos* . Obtenido de Índices de precios al consumo : <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/estados-unidos.aspx>
- Guía de derecho . (29 de 3 de 2010). *Seguro Internacional*. Obtenido de <https://derecho.laguia2000.com/derecho-internacional/el-seguro-internacional>
- Heredia, L. P. (2016). *Comercio Exterior y Negocios Internacionales* . Quito : Cognition Ecuador .
- Heredia, P. E. (2016). *Comercio Exterior y Negocios Internacionales*. Quito, Pichincha , Ecuador : Cognition. Recuperado el 26 de 07 de 2017
- Hornigren, H. &. (2003). *Contabilidad*.
- Instituto nacional de comercio exterior y aduanas . (2017). *Comercio y aduanas* . Obtenido de Incoterms : <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/122-que-es-incomterm-fca>
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. (2015). *Comercio y aduanas*. Recuperado el 28 de 09 de 2017, de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. (2016). *Comercio y aduanas*. Recuperado el 24 de 01 de 2018, de Plan de Exportación: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>
- Instituto Nacional de Contadores Públicos . (23 de 01 de 2014). *Contratos Internacionales* . Obtenido de Contratos Internacionales : <https://www.incp.org.co/incp/document/que-son-los-contratos-internacionales/>
- Jiménes, W. (2012). *Gestiopolis*. Obtenido de Estados financieros: <https://www.gestiopolis.com/el-estado-de-resultados-o-de-perdidas-y-ganancias/>
- Laurence, G. &. (2003). *Costo de capital*.
- Leandro, A. A. (2009). Internacionalización de las empresas . *TEC empresarial*, 18-25. Obtenido de Internacionalización de las empresas .
- Major USA Airports. (2017). *USA Airports and Airlines*. Obtenido de http://www.officialusa.com/travel/airlines/index.html?lien_externe_oui=Continuar

- Mercado libre Perú. (2018). *Cortadora láser* . Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-426768311-cortadora-y-grabadora-laser-1300-x-2500-mdf-acrilico-cuero-_JM
- Merino, J. P. (2009). *Definición* . Obtenido de Balance general: <https://definicion.de/balance-general/>
- ONU mujeres. (2016). *Análisis PESTEL*. Obtenido de <http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html>
- paper, I. (s.f.). *Embalajes para productos refrigerados y congelados*. Obtenido de <http://www.internationalpaper.com/es/productos/europa-oriente-medio-%C3%A1frica/cart%C3%B3n-estucado/segmentos-de-uso-final/embalajes-para-alimentos-refrigerados-y-congelados>
- Pimentel, A. J. (2015). *TÈSIS*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos106/tecnicas-e-instrumentos-investigacion/tecnicas-e-instrumentos-investigacion.shtml>
- Plaza, L. S. (2017). *Wordpress*. Recuperado el 08 de 01 de 2018, de Anàlisis USA: <https://luissantonja.wordpress.com/2017/04/24/analisis-pest-de-usa/>
- ProEcuador . (2016). *Incoterms* . Obtenido de Exportadores : <https://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- ProEcuador. (2016). *Comercio Exterior*. Recuperado el 27 de 01 de 2018, de Tramitación de las importaciones: <https://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>
- Proecuador. (2017). *Guía comercial de estados unidos*. Recuperado el 08 de 01 de 2018
- ProEcuador. (2017). *Guía del exportador*. Obtenido de Guía del exportador: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- Quer, E. C. (2013). *ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA*. (E. C. Universitario, Ed.) España: Imprenta Gamma. Recuperado el 27 de 07 de 2017
- Ramirez, H. B. (2016). *Indicadores Financieros Facilmente Explicados*. Zapopan, México. Recuperado el 27 de 07 de 2017
- Rates, World Freight. (s.f.). Obtenido de <http://worldfreightrates.com/es/freight>
- Rebolledo, R. A. (19 de 03 de 2017). *El economista* . Obtenido de <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/Cuanto-crecio-el-uso-de-internet-y-redes-sociales-en-EUA-20170319-0053.html>
- Riquelme, M. (2017). *Gastos administrativos* . Obtenido de webyempresas .
- Rose Graphix Bescutter. (s.f.). Obtenido de <https://bescutter.com/pages/about-us>
- Ruiz, A. C. (2008). *Gestiopolis* . Obtenido de Tecnicas de Investigación Cinetifica : <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-cientifica/>

Salcedo, D. (10 de 11 de 2018). *Minuta de escritura*. Obtenido de https://www.academia.edu/9413870/Ejemplo_Minuta_Compa%C3%B1a_Limitada

Santander Trade . (2017). *Cifras del comercio Exterior Estados Unidos* .

Santander Trade. (2017). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

Santander Trade. (2017). Obtenido de Estados Unidos política y economía: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

Santander Trade. (11 de 2017). *Estados Unidos Exportación de productos*. Recuperado el 10 de 01 de 2018, de https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/exportacion-de-productos?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser

Santander Trade. (2018). *Santander Trade Portal*. Recuperado el 07 de 03 de 2018, de Estados Unidos: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/presentacion-general>

SENPLADES. (Junio de 2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: El Telegrafo. Obtenido de Objetivo 10: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>

Sertrans . (2017). *Medios de transporte* . Obtenido de Transporte aéreo : <http://www.sertrans.es/transporte-internacional/transporte-aereo-caracteristicas-ventajas-y-desventajas/>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador . (04 de 2017). *Importador* . Obtenido de Importador : <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>

SIICEX. (2009). *Guía exporta fácil*. Obtenido de Guía exporta fácil: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/3405193rad609A3.pdf>

SIICEX. (2015). *Servicios al exexportador*. Recuperado el 14 de 11 de 2017, de Servicios al exexportador: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>

Statista. (2016). *Portal de estadísticas* .

Tecnowire. (s.f.). *Silhouette Cameo* . Obtenido de <http://www.silhouettecameo.com.mx/caracteristicas/>

Torres, M. (2016). *TIR*. Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

Trade Map. (2016). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||481920|||6|1|1|2|1|1|2|1|1

- Trade Map. (2016). Obtenido de
https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||481920|||6|1|1|2|1|1|2|1|1
- Trade Map. (2016). Obtenido de
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218|||481920|||6|1|1|2|1|1|2|1|1
- Trade Map. (2016). *Trade Map*. Recuperado el 2018, de Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas:
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|842|||481920|||6|1|1|1|1|1|2|1|1
- Trade, Santander. (06 de 2017). *Santander TradePortal*. Obtenido de
<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
- Troncoso, C. M. (2000). *Plan de exportación : lleve sus productos a todo el mundo*. (2. Pearson Educación, Ed.) Recuperado el 24 de 01 de 2018
- Valdez, L. (2010). *Costos para la toma de decisiones* . Obtenido de
<http://uaim.edu.mx/carreras/contaduria/COSTOS%20PARA%20LA%20TOMA%20DE%20DECISIONES.pdf>
- VILLARÁN, K. W. (2009). *Plan de Negocios* . Perú: Media Corp.
- Wikia Enciclopedia. (May de 2015). *Estilo de vida americano*. Recuperado el 08 de 01 de 2018, de http://inciclopedia.wikia.com/wiki/Estilo_de_vida_americano

ANEXOS

ANEXO 1



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE CAJAS DECORATIVAS DE LA EMPRESA DREAMS
LAB HACIA CHICAGO - ESTADOS UNIDOS PREVIA LA IMPORTACIÓN DE UNA
MÀQUINA CNC CORTADORA LASER CO2”

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

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

Negocios Internacionales E.1

AUTORA: Marcela Raquel Gudiño Pepinòs.

IBARRA, JULIO– 2017

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. NOMBRE DEL PROYECTO	200
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES).....	200
3. JUSTIFICACIÓN	203
4. OBJETIVOS	205
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	206
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA	209
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	214
8. RECURSOS	216
9. FUENTES DE INFORMACIÓN	218

NOMBRE DEL PROYECTO

“PLAN DE EXPORTACIÓN DE CAJAS DECORATIVAS DE LA EMPRESA DREAMS LAB HACIA CHICAGO - ESTADOS UNIDOS PREVIA LA IMPORTACIÓN DE UNA MÁQUINA CNC CORTADORA LASER CO2”

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

La empresa Dreams Lab es una empresa de tipo familiar, dedicada a la elaboración de artículos de forma manual como: kits personalizados para fiestas, artículos decorativos para cualquier tipo de eventos y cajas para cualquier tipo de productos con diseños llamativos e innovadores. A diferencia de las empresas dedicadas a la elaboración de cajas Dreams Lab diseña cajas que representen los lugares turísticos y atractivos naturales de nuestro país tales como: Mitad del Mundo, Malecón, el Panecillo, Parque Nacional Galápagos, entre otras.

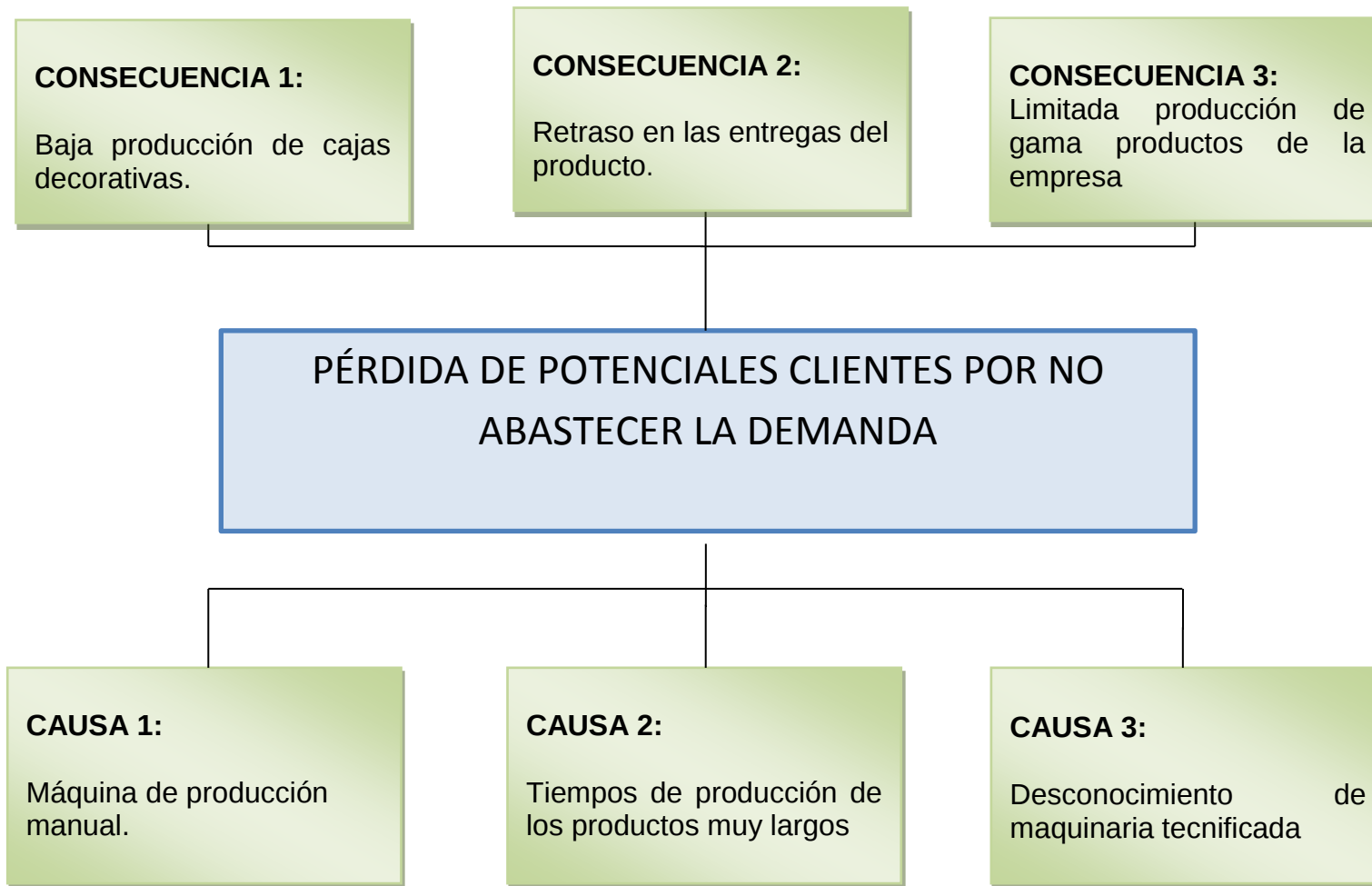
Dreams Lab en sus inicios elaboraba artículos para fiestas familiares, y con el paso del tiempo, debido a la calidad de los productos y a sus diseños exclusivos, la demanda se ha incrementado significativamente, Dreams Lab en la actualidad se encuentra cubriendo la demanda de empresas y hoteles a nivel nacional.

Particularmente la sección de cajas decorativas ha tenido una gran demanda, por sus modelos atractivos y personalizados, además de la excelente calidad y servicio óptimo que la empresa ofrece.

Actualmente la empresa cuenta con una máquina Silhouette Cameo 3 que es una herramienta de corte; permite cortar cualquier diseño: letras, palabras,

imágenes y multitud de modelos personalizados puede cortar papel, cartulina, vinilo, tela, y otros materiales de hasta 12 pulgadas de ancho y 3 metros de largo (en el caso del vinil). La máquina puede registrar y cortar materiales impresos, además es compatible con la tecnología PixScan. La capacidad de producción es de aproximadamente 100 cajas diarias, (Tecnowire, s.f.)

Debido al incremento en la demanda de esta sección de productos, por la forma de producción utilizada en la actualidad que es de forma manual y por el tiempo utilizado en el proceso productivo la empresa no puede ampliar y diversificar su mercado, mirando así la urgente necesidad de importar maquinaria tecnificada que pueda mejorar y optimizar el ciclo de producción, ampliar la gama de productos y cubrir de la de manera eficiente la demanda nacional, ahorrando tiempo , logrando satisfacer las necesidades de sus clientes , creando confianza en los mismos al entregar sus productos con la calidad y en el tiempo establecido, además de expandir la empresa y abrir mercados a nivel internacional a través de la exportación de sus productos que representarán la inigualable belleza que posee el Ecuador y así se logrará fomentar el turismo de nuestro país.



3. JUSTIFICACIÓN

Las cajas decorativas elaboradas por la empresa Dreams Lab, son elaboradas en diversos tipos de materiales tales como: papel, cartón, vinil, cartulina, entre otros, cuentan con diseños innovadores, personalizados al gusto del cliente.

La empresa busca plasmar en su trabajo los principales atractivos turísticos e históricos de nuestro país y darlos a conocer a nivel internacional, de esta manera aportar al turismo y generar fuentes de empleo.

El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense es rico y muy diverso en sus intereses y sus gustos. Gran parte de sus habitantes de entre 30- 50 años valoran y se sienten altamente atraídos por productos que identifican las culturas y lugares turísticos que posee el Ecuador (Trade, Santander, 2017).

La máquina que se pretende importar es una CNC Cortadora Laser de CO₂, la cual es de última tecnología, de corte por láser de CO₂, es adecuada para cortar diferentes materiales como: chapa gruesa, madera, acrílico, vidrio, papel, textiles, plásticos, cuero y piedra. Las máquinas de corte por láser de CO₂ tienen una alta producción, que triplicaría la producción actual, se puede manejar todos los grosores de chapa hasta 30mm y piezas tubulares (Cutting, s.f.).

Esta máquina es mucho más eficiente energéticamente y además puede ser mucho más eficiente en cuanto a la conservación de las materias primas (Bodor, s.f.).

Frente a este panorama y con muy buenas oportunidades, se ha detectado la falta de un proceso técnico y especializado, además de la falta de maquinaria indispensable dentro del ciclo productivo que optimice el tiempo, y logre cubrir la exigente demanda que se ha generado en el país, este ha sido un factor determinante para que la empresa Dreams Lab busque alternativas para importar maquinaria que les ayude a cumplir con los objetivos planteados.

La elaboración y ejecución de este proyecto va de la mano con el objetivo número 10 del Plan Nacional del Buen Vivir que es el de “Impulsar la transformación de la matriz productiva”, a través de la conformación de nuevas industrias y el fortalecimiento de la producción nacional, mediante la interacción de la frontera científico-técnica, en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir que promueven la diversificación productiva en nuevos sectores (SENPLADES, 2013).

La empresa se relaciona con dicho objetivo ya que busca tener la capacidad de renovación de activos dentro de la industria, esto involucra un impulso en los procesos productivos orientados hacia la innovación y en procura de mejorar la productividad y competitividad.

Dicho proyecto beneficiará tanto a los socios de esta empresa, que se dedican a esta actividad y quienes son los actores principales dentro de la realización de este proyecto debido a que se encontró en él, el sustento para ellos y sus familias, como también a las empresas proveedoras de los materiales necesarios para la producción, además de aportar al cambio de la matriz productiva consiguiendo que Ecuador se convierta en potencia turística, fomentando el turismo como un destino único que desarrolle su patrimonio cultural- natural y sea reconocido a nivel internacional por la excelencia y calidad de sus productos y servicios.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de exportación de cajas decorativas de la empresa DREAMS LAB hacia Chicago – Estados Unidos, previa la importación de una máquina CNC Cortadora láser de CO2.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar y establecer la capacidad productiva de la empresa Dreams Lab.
- Realizar un estudio de mercado de cajas decorativas en Chicago-Estados Unidos.
- Realizar el proceso de importación de maquinaria tecnificada requerida por la empresa.
- Indagar la información sobre las exportaciones de cajas decorativas de diferentes países al mercado estadounidense y establecer la factibilidad del mismo.
- Elaborar un análisis financiero que nos permita establecer tanto los posibles ingresos y los márgenes de beneficio dentro del plan de exportación.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para la fundamentación del marco teórico del Plan de exportación de cajas decorativas de la empresa DREAMS LAB hacia Chicago – Estados Unidos, previa la importación de una máquina CNC Cortadora laser de CO2.

Se utilizarán las bases teóricas y prácticas del Plan de Exportación e Importación, los mismos que servirán como bases para el conocimiento claro del proyecto. También mostraremos los fundamentos teóricos sobre el comercio internacional, indagaremos acerca de las normas legales necesarias para poder exportar nuestro producto y aplicaremos estrategias investigativas para encontrar clientes en mercado internacional.

Se efectuará un diagnóstico de la situación actual de la empresa, mediante la utilización de técnicas e instrumentos de investigación como: encuestas, entrevistas y otros métodos investigativos que sirvan para analizar las diferentes oportunidades de los productos en el mercado americano, conoceremos la oferta, demanda y los posibles precios para la comercialización de cajas decorativas en el mercado de Chicago- Estados Unidos.

Dentro del Plan de Exportación se realizará un análisis y planificación detallados de las actividades que la empresa debe cumplir previa a la exportación, que servirá como guía para la puesta en ejecución del proyecto.

Se realizará la importación de una máquina CNC Cortadora Láser CO2 de la Compañía Jinan Bodor CNC Machine Co., Ltd. ubicada en Jinan, Shandong, China, ya que esta compañía cuenta con los elementos necesarios para garantizar la compra, además de contar con los costos más bajos del mercado.

5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1 Empresas

1.1.1 Tipos de empresas

1.1.1.1 Unipersonal

1.1.1.2 Sociedad Colectiva

1.1.1.3 Cooperativas

1.1.1.4 Comanditarias

1.1.1.5 Anònima

1.1.1.6 Limitada

1.2 Plan de negocios

1.2.1 Plan de negocios de exportación

1.3 Importación

1.4 Proceso logístico

1.5 Indicadores financieros

CAPÍTULO 2

DIAGNÓSTICO

2.1 Antecedentes

2.2 Objetivos

2.3 Variables diagnósticas

2.4 Indicadores

2.5 Matriz de relación

2.6 Información primaria

2.6.1 Entrevista

2.6.2 Observación

2.7 Información secundaria

2.7.1 Tabulación y análisis de la información

2.8 FODA

2.9Cruce de matriz FODA, FA, FO, DO, DA

2.10Determinación del problema diagnóstico

CAPÍTULO 3

PLAN DE NEGOCIOS

2.1 Resumen Ejecutivo

2.2 Perfil de le Empresa

2.3 Actividades generales de exportación- importación

2.4 Análisis del producto- maquinaria

2.5 Análisis de mercado

2.6 Identificación de necesidades y disponibilidad de recursos

2.7 Priorización de la lista de acciones

2.8 Cronograma de planificación

2.9 Información Financiera

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

6.1. Métodos generales

El desempeño de los objetivos planteados en la investigación, se obtendrá acudiendo a la utilización de las técnicas de investigación que más se ajusten al tema sujeto de análisis, como son las encuestas, entrevistas a personas de organismos estatales y privados, afines con la comercialización internacional.

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 (Angel, 2006).

El método inductivo se empleará en el transcurso de la investigación, análisis e interpretación de hechos y acontecimientos de carácter particular para llegar al general; evaluando la situación actual, para establecer estrategias, conclusiones y recomendaciones, que se harán visibles en cada uno de los capítulos a desarrollarse en el proyecto.

6.1.2. Método Deductivo

El método deductivo de investigación permite inferir nuevos conocimientos o leyes aún no conocidas. Este método consiste en inducir una ley y luego deducir nuevas hipótesis como consecuencia de otras más generales (Carvajal, 2015).

Se operará partiendo de la observación de campo, estadísticas generales, emitidas por las instituciones encargadas del comercio internacional, conceptos

y leyes que se puedan aplicar a hechos en particular; adaptándose de acuerdo a las situaciones puntuales que se presenten en el lapso de la elaboración del proyecto.

6.1.3. Método analítico – sintético

Método filosófico dualista por medio del cual se llega a la verdad de las cosas, primero se separan los elementos que intervienen en la realización de un fenómeno determinado, después se reúnen los elementos que tienen relación lógica entre sí (como en un rompecabezas) hasta completar y demostrar la verdad del conocimiento (Carvajal, 2015).

Es necesario utilizar este método, ya que debemos realizar un análisis muy meticuloso de los aspectos importantes localizados en el desarrollo del proyecto; para lo cual se emplearán ciertas técnicas de investigación científica, con la finalidad de obtener información trascendental para la exportación de los productos de la empresa Dreams Lab.

6.2 TÉCNICAS

Con la finalidad de recopilar información suficiente y eficaz que nos ayuden a la elaboración de este proyecto, se utilizó las siguientes técnicas de investigación con el fin de facilitar el análisis:

6.2.1 Observación

La observación es la técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás, ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad (Ruiz, 2008).

Se realizará observación directa tanto de la producción de las cajas decorativas previa al proceso de exportación con la finalidad de obtener información relevante.

6.2.2. Encuesta

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado (Ruiz, 2008).

Realizaremos encuestas a los compradores de EcuaLab Decoration Estados Unidos para obtener conocimientos acerca de la aceptación del producto.

6.2.3 Entrevista

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma (Ruiz, 2008).

Se manejará entrevistas estructuradas, al gerente propietario de la empresa, así como también a un funcionario de Pro Ecuador para que ellos nos puedan proporcionar información necesaria que nos permita diagnosticar la problemática y enfocar la situación actual de la empresa previa a la 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 (Pimentel, 2015).

6.3.2 Cuestionario

Un cuestionario es un conjunto de preguntas que se confecciona para obtener información con algún objetivo en concreto. Existen numerosos estilos y formatos de cuestionarios, de acuerdo a la finalidad específica de cada uno (Gardey, 2012).

Se realizarán cuestionarios con preguntas estructuradas tanto al propietario de la empresa como aun experto funcionario de Pro Ecuador.

6.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la producción actual de la empresa DREAMS LAB	Oferta	• Mano Obra • Competencia • Producto • Proveedores • Producción • Meses de mayor producción • Tecnología • Tiempo de Producción	• Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista	• Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente • Gerente
Identificar el canal de distribución para la exportación de cajas decorativas	Comercialización	• Precio Nacional • Precio Internacional • Forma pago. • Canal de Distribución	• Entrevista • Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuestas	• Gerente • ProEcuador/Ecualab Decoration • Gerente/Ecualab Decoration • Gerente/Ecualab Decoration
Conocer las preferencias de la demanda de cajas decorativas.	Demanda	• Precio • Plaza • Producto • Promoción • Perfil del consumidor • Volumen de compra • Logística de exportación	• Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta • Entrevista/Encuesta	• Clientes potenciales • Clientes potenciales • Clientes potenciales • Clientes potenciales • Clientes potenciales • Clientes potenciales • Clientes potenciales

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: MARCO TEÓRICO																					La Autora
Empresas																					La Autora
Tipos de empresas																					La Autora
Plan de Negocios																					La Autora
Importación																					La Autora
Proceso Logístico																					La Autora
Indicadores financieros																					La Autora
CAPITULO 2 DIAGNÓSTICO																					La Autora
Antecedentes																					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
Tabulación y análisis de la información																					La Autora
FODA																					La Autora
Cruce de matriz FODA, FA, FO, DO, DA																					La Autora

[illegible]

8. RECURSOS

a) Humanos

Encuestadores	—
Digitadores	—
Subtotal	—

b) Materiales

Grapadora	3,00
Copias	10,00
Impresiones	75,00
Empastados	20,00
Anillados	10,00
Esferos	5,00
Resaltadores	5,00
Subtotal	128,00

c) Otros

Pasajes	50,00
Viáticos	156,00
Otros Gastos	100,00
Subtotal	306,00

Subtotal	434.00
Imprevistos	163,98
TOTAL	597.98

8.1. FINANCIAMIENTO

El financiamiento establecido para los gastos que demanda el proyecto será asumido en su totalidad por la autora del proyecto por un valor de 597,98 (novecientos cincuenta dólares con noventa y ocho centavos).

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aduana del Ecuador . (08 de 2015). *Guía de operadores del Comercio Exterior para la gestión de las declaraciones aduaneras de exportación* . Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/SENAE-GOE-2-2-001-V3-1.pdf>
- Aduana del Ecuador. (03 de 2017). *Para exportar*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- aduanas, C. y. (s.f.). Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterms2010/461-como-entender-los-inconterms>
- Aduanet. (2018). *Arancel Integrado*. Obtenido de <http://www.aduanet.gob.pe/servlet/AIScrollini?partida=4819200000>
- Angel, G. V. (2006). *Método Inductivo* . Obtenido de <http://definicion.de/metodo-inductivo/>
- Barrachina, M. (2013). *Valor actual neto*. Obtenido de <https://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/valor-actual-neto-van/>
- Barranchina, M. (2013). *Valor actual neto*. Obtenido de <https://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/valor-actual-neto-van/>
- Bodor. (s.f.). *Fiber Laser* . Obtenido de http://es.bodor.com/Fiber_Laser/F_Series/184.html?gclid=CLLklaizqdQCFYpbhgodq-8Hug
- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España. (2017). *Contratación internacional*. Recuperado el 27 de 01 de 2018, de Contrato de compraventa internacional: <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/preguntas-comercio-exterior/-/preguntas-comercio-exterior/0bab331d-0506-4f97-a40b-91dcd0f27dbc>
- Carro, R. (2003). *Elementos básico de costos*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiyociSvN3XAhWxQ98KHS9vARQQFggnMAE&url=http%3A%2F%2Feco.unne.edu.ar%2Fcontabilidad%2Fcostos%2FXXVliapuco%2Ftrabajo1.doc&usg=A0vVaw2q2BWY6XMi552PvqL64Aow>
- Carvajal, L. (2015). *Método Deductivo*. Obtenido de <http://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/>

- CASTRO, I. M. (2008). *Universidad Javeriana*. Recuperado el 27 de 07 de 2017, de Plan de Negocios: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis91.pdf>
- Castro, J. (18 de 02 de 2015). *Corponet*. Obtenido de <http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>
- Central Intelligence Agency. (2016). *Central Intelligence Agency*. Recuperado el 28 de 09 de 2017, de <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/us.html>
- Comercio Exterior . (2015). *Todo Comercio Exterior* . Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/flujo-grama-del-proceso-de-importacion-y-sus-principales>
- CORPEI. (2006). *Cómo elaborar Planes de Negocios de Exportación*. Recuperado el 1 de 10 de 2017
- Cutting, T. (s.f.). *Máquinas CO2 Laser* . Obtenido de <http://www.tcticutting.com/maquinas-de-corte-laser-de-co2-versus-maquinas-de-corte-por-laser-de-fibra/>
- David, P. A. (2016). *Logística Internacional*. (O. Martínez, Ed.) Cengage Learning. Recuperado el 27 de 07 de 2017
- Diario del exportador . (2017). *Importancia de los términos incoterms en el Comercio Internacional*. Obtenido de <http://www.diariodelexportador.com/2016/01/la-importancia-de-los-terminos.html>
- Diario del exportador . (04 de 2017). *Seguro de la mercancía en el transporte internacional* . Obtenido de <http://www.diariodelexportador.com/2017/04/el-seguro-de-transporte-de-mercancia-en.html>
- Economía simple . (2010). Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/logistica>
- El economista* . (2016). Obtenido de Sistema político Estados Unidos : <http://www.eleconomista.es/especiales/elecciones-estados-unidos/sistema-politico.php>
- encyclopedia, C. (28 de Dic de 2017). *Currency encyclopedia* . Obtenido de Dolar estadounidense : <http://www.xe.com/es/currency/usd-us-dollar#>
- Escuela de estrategias. (10 de 8 de 2014). *Internacionalización de las empresas* . Obtenido de <https://www.escueladeestrategia.com/que-es-la-internacionalizacion-de-empresas/>
- FAO. (2016). Obtenido de <http://www.fao.org/docrep/003/v8490s/v8490s06.htm>
- Finanzas para todos . (2017). *Transferencias bancarias* . Obtenido de Transferencias bancarias : <http://www.finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosbancariosoperativos/serviciotransferencias.html>

- Gardey, J. P. (2012). *DEFINICIÒN* . Obtenido de <http://definicion.de/cuestionario/>
- Gestión. Org. (2017). *Proceso productivo*. Recuperado el 27 de 02 de 2018, de <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/productos-servicios/4476/el-proceso-productivo/>
- Gitman, & Lawrence. (2003). *Principios de Administración Financiera* . México: Enrique Quintanar Duarte.
- Global Rates . (2018). *Inflación Estados Unidos* . Obtenido de Índices de precios al consumo : <http://es.global-rates.com/estadisticas-economicas/inflacion/indice-de-precios-al-consumo/ipc/estados-unidos.aspx>
- Guía de derecho . (29 de 3 de 2010). *Seguro Internacional*. Obtenido de <https://derecho.laguia2000.com/derecho-internacional/el-seguro-internacional>
- Heredia, L. P. (2016). *Comercio Exterior y Negocios Internacionales* . Quito : Cognition Ecuador .
- Heredia, P. E. (2016). *Comercio Exterior y Negocios Internacionales*. Quito, Pichincha , Ecuador : Cognition. Recuperado el 26 de 07 de 2017
- Hornigren, H. &. (2003). *Contabilidad*.
- Instituto nacional de comercio exterior y aduanas . (2017). *Comercio y aduanas* . Obtenido de Incoterms : <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/122-que-es-incoterm-fca>
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. (2015). *Comercio y aduanas*. Recuperado el 28 de 09 de 2017, de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. (2016). *Comercio y aduanas*. Recuperado el 24 de 01 de 2018, de Plan de Exportación: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>
- Instituto Nacional de Contadores Públicos . (23 de 01 de 2014). *Contratos Internacionales* . Obtenido de Contratos Internacionales : <https://www.incp.org.co/incp/document/que-son-los-contratos-internacionales/>
- Jiménes, W. (2012). *Gestiopolis*. Obtenido de Estados financieros: <https://www.gestiopolis.com/el-estado-de-resultados-o-de-perdidas-y-ganancias/>
- Laurence, G. &. (2003). *Costo de capital*.
- Leandro, A. A. (2009). Internacionalización de las empresas . *TEC empresarial*, 18-25. Obtenido de Internacionalización de las empresas .

Major USA Airports. (2017). *USA Airports and Airlines*. Obtenido de http://www.officialusa.com/travel/airlines/index.html?lien_externe_oui=Continuar

Mercado libre Perú. (2018). *Cortadora láser*. Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.pe/MPE-426768311-cortadora-y-grabadora-laser-1300-x-2500-mdf-acrilico-cuero-_JM

Merino, J. P. (2009). *Definición*. Obtenido de Balance general: <https://definicion.de/balance-general/>

ONU mujeres. (2016). *Análisis PESTEL*. Obtenido de <http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html>

paper, I. (s.f.). *Embalajes para productos refrigerados y congelados*. Obtenido de <http://www.internationalpaper.com/es/productos/europa-oriente-medio-%C3%A1frica/cart%C3%B3n-estucado/segmentos-de-uso-final/embalajes-para-alimentos-refrigerados-y-congelados>

Pimentel, A. J. (2015). *TÈSIS*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos106/tecnicas-e-instrumentos-investigacion/tecnicas-e-instrumentos-investigacion.shtml>

Plaza, L. S. (2017). *Wordpress*. Recuperado el 08 de 01 de 2018, de Anàlisis USA: <https://luissantonja.wordpress.com/2017/04/24/analisis-pest-de-usa/>

ProEcuador . (2016). *Incoterms*. Obtenido de Exportadores : <https://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>

ProEcuador. (2016). *Comercio Exterior*. Recuperado el 27 de 01 de 2018, de Tramitación de las importaciones: <https://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>

Proecuador. (2017). *Guía comercial de estados unidos*. Recuperado el 08 de 01 de 2018

ProEcuador. (2017). *Guía del exportador*. Obtenido de Guía del exportador: <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>

Quer, E. C. (2013). *ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA*. (E. C. Universitario, Ed.) España: Imprenta Gamma. Recuperado el 27 de 07 de 2017

Ramirez, H. B. (2016). *Indicadores Financieros Facilmente Explicados*. Zapopan, México. Recuperado el 27 de 07 de 2017

Rates, World Freight. (s.f.). Obtenido de <http://worldfreightrates.com/es/freight>

Rebolledo, R. A. (19 de 03 de 2017). *El economista*. Obtenido de <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/Cuanto-crecio-el-uso-de-internet-y-redes-sociales-en-EUA-20170319-0053.html>

Riquelme, M. (2017). *Gastos administrativos*. Obtenido de webyempresas .

Rose Graphix Bescutter. (s.f.). Obtenido de <https://bescutter.com/pages/about-us>

- Ruiz, A. C. (2008). *Gestiopolis* . Obtenido de Tecnicas de Investigación Científica :
<https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-cientifica/>
- Salcedo, D. (10 de 11 de 2018). *Minuta de escritura*. Obtenido de
https://www.academia.edu/9413870/Ejemplo_Minuta_Comp%C3%B1a_Limitada
- Santander Trade . (2017). *Cifras del comercio Exterior Estados Unidos* .
- Santander Trade. (2017). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- Santander Trade. (2017). Obtenido de Estados Unidos política y economía:
<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- Santander Trade. (11 de 2017). *Estados Unidos Exportación de productos*. Recuperado el 10 de 01 de 2018, de https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/exportacion-de-productos?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=0&memoriser_choix=memoriser
- Santander Trade. (2018). *Santander Trade Portal*. Recuperado el 07 de 03 de 2018, de Estados Unidos: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/presentacion-general>
- SENPLADES. (Junio de 2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: El Telegrafo. Obtenido de Objetivo 10: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>
- Sertrans . (2017). *Medios de transporte* . Obtenido de Transporte aéreo :
<http://www.sertrans.es/transporte-internacional/transporte-aereo-caracteristicas-ventajas-y-desventajas/>
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador . (04 de 2017). *Importador* . Obtenido de Importador : <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- SIICEX. (2009). *Guía exporta fácil*. Obtenido de Guía exporta fácil:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/3405193rad609A3.pdf>
- SIICEX. (2015). *Servicios al exexportador*. Recuperado el 14 de 11 de 2017, de Servicios al exexportador:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>
- Statista. (2016). *Portal de estadísticas* .
- Tecnowire. (s.f.). *Silhouete Cameo* . Obtenido de
<http://www.silhouettecameo.com.mx/caracteristicas/>
- Torres, M. (2016). *TIR*. Obtenido de <https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

- Trade Map. (2016). Obtenido de
https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||481920|||6|1|1|2|1|1|2|1|1
- Trade Map. (2016). Obtenido de
https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3||||481920|||6|1|1|2|1|1|2|1|1
- Trade Map. (2016). Obtenido de
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218||||481920|||6|1|1|2|1|1|2|1|1
- Trade Map. (2016). *Trade Map*. Recuperado el 2018, de Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas:
https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|842||||481920|||6|1|1|1|1|1|2|1|1
- Trade, Santander. (06 de 2017). *Santander TradePortal*. Obtenido de
<https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
- Troncoso, C. M. (2000). *Plan de exportación : lleve sus productos a todo el mundo*. (2. Pearson Educación, Ed.) Recuperado el 24 de 01 de 2018
- Valdez, L. (2010). *Costos para la toma de decisiones* . Obtenido de
<http://uaim.edu.mx/carreras/contaduria/COSTOS%20PARA%20LA%20TOMA%20DE%20DECISIONES.pdf>
- VILLARÁN, K. W. (2009). *Plan de Negocios* . Perú: Media Corp.
- Wikia Enciclopedia. (May de 2015). *Estilo de vida americano*. Recuperado el 08 de 01 de 2018, de http://inciclopedia.wikia.com/wiki/Estilo_de_vida_americano



Quito, 24 de Mayo del 2017.

A quien interese.-

Yo Jairo Giovanni Carranco Hernández, propietario de DreamsLab, autorizo y me comprometo a entregar la información necesaria para la elaboración del plan de tesis de la señorita Marcela Raquel Gudiño Pepinós con número de cédula 1003540612, estudiante de la Escuela de Negocios y Comercio Internacional de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra.

La interesada puede hacer uso del presente certificado como a bien tuviere.

Atentamente,

Jairo Carranco H.
Propietario
DreamsLab

10. ANEXOS









ANEXO 2

Modelo de la encuesta realizada a los potenciales clientes

1. ¿Cuáles son los productos más demandados en la actualidad?
 - a) Cajas decorativas
 - b) Kits para fiestas
 - c) Grabados en vidrio
 - d) Otra , especifique

2. En el caso de cajas decorativas ¿qué tipo de modelos son las más demandadas?
- a) Cajas personalizadas
 - b) Atractivos naturales
 - c) Representaciones turísticas
 - d) Otra , especifique
3. Existen cajas decorativas elaboradas en diferentes tipos de materiales ¿cuál es el tipo de material preferido por el consumidor?
- a) Cartulina
 - b) Cuero
 - c) Madera
4. ¿Estaría dispuesto a importar cajas decorativas (cartulina) desde Ecuador?
- a) Si
 - b) No
5. ¿Cuáles serían los volúmenes de compra mensual en unidades?
- a) 1 - 100 unidades
 - b) 101 - 200 unidades
 - c) 201 – 300 unidades
 - d) Más de 300 unidades
6. ¿Cuál es la forma de pago de su preferencia?
- a) Carta de crédito
 - b) Pago anticipado
 - c) Transferencia
 - d) Otra , especifique
7. El precio de los productos se establece en relación a:
- a) Costo
 - b) Competencia

- c) Calidad
- d) Otra , especifique

8. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por cajas decorativas de cartulina?

- a) De 1 a 5 dólares
- b) De 6 a 10 dólares
- c) De 11 a 15 dólares
- d) De 16 a 20 dólares

9. ¿Cuál es el término de negociación de su preferencia?

- a) EXW
- b) FCA
- c) CPT

ANEXO 3

Encuestas realizadas a los potenciales clientes

Encuesta empresa ECUA LAB

1. ¿Cuáles son los productos más demandados en la actualidad?

- a) Cajas decorativas
- b) Kits para fiestas
- c) Grabados en vidrio
- d) Otra, especifique.....

2. En el caso de cajas decorativas ¿qué tipo de modelos son las más demandadas?

- a) Cajas personalizadas
 - a) Atractivos naturales
 - b) Representaciones turísticas
 - c) Otra , especifique
3. Existen cajas decorativas elaboradas en diferentes tipos de materiales ¿cuál es el tipo de material preferido por el consumidor?
- a) Cartulina
 - b) Cuero
 - c) Madera
4. ¿Estaría dispuesto a importar cajas decorativas (cartulina) desde Ecuador?
- a) Si
 - b) No
5. ¿Cuáles serían los volúmenes de compra mensual en unidades?
- a) 1 - 100 unidades
 - b) 101 - 200 unidades
 - c) 201 – 300 unidades
 - d) Más de 300 unidades
6. ¿Cuáles seria la frecuencia de compra?
- a) Mensual
 - b) Trimestral
 - c) Anual
 - d) Otra , especifique ...temporadas

7. ¿Cuál es la forma de pago de su preferencia?
- a) Carta de crédito
 - b) Pago anticipado
 - c) Transferencia
 - d) Otra , especifique
8. El precio de los productos se establece en relación a:
- a) Costo
 - b) Competencia
 - c) Calidad
 - d) Otra , especifique
9. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por cajas decorativas de cartulina?
- a) De 1 a 5 dólares
 - b) De 6 a 10 dólares
 - c) De 11 a 15 dólares
 - d) De 16 a 20 dólares
10. ¿Cuál es el término de negociación de su preferencia?
- a) EXW
 - b) FCA
 - c) CPT

Encuesta EMPRESA A&H STORE

1. ¿Cuáles son los productos más demandados en la actualidad?
- a) Cajas decorativas
 - b) Kits para fiestas

- c) Grabados en vidrio
 - d) Otra, especifique.....
2. En el caso de cajas decorativas ¿qué tipo de modelos son las más demandadas?
- a) Cajas personalizadas
 - b) Atractivos naturales
 - c) Representaciones turísticas
 - d) Otra , especifique
3. Existen cajas decorativas elaboradas en diferentes tipos de materiales ¿cuál es el tipo de material preferido por el consumidor?
- a) Cartulina
 - b) Cuero
 - c) Madera
4. ¿Estaría dispuesto a importar cajas decorativas (cartulina) desde Ecuador?
- a) Si
 - b) No
5. ¿Cuáles serían los volúmenes de compra mensual en unidades?
- a) 1 - 100 unidades
 - b) 101 - 200 unidades
 - c) 201 – 300 unidades
 - d) Más de 300 unidades
6. ¿Cuáles sería la frecuencia de compra?

- a) Mensual
 - b) Trimestral
 - c) Anual
 - d) Otra, especifique....
7. ¿Cuál es la forma de pago de su preferencia?
- a) Carta de crédito
 - b) Pago anticipado
 - c) Transferencia
 - d) Otra , especifique
8. El precio de los productos se establece en relación a:
- a) Costo
 - b) Competencia
 - c) Calidad
 - d) Otra , especifique
9. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por cajas decorativas de cartulina?
- a) De 1 a 5 dólares
 - b) De 6 a 10 dólares
 - c) De 11 a 15 dólares
 - d) De 16 a 20 dólares
10. ¿Cuál es el término de negociación de su preferencia?
- a) EXW
 - b) FCA
 - c) CPT

Encuesta empresa CRAFTS AND GIFTS

1. ¿Cuáles son los productos más demandados en la actualidad?
 - a) Cajas decorativas
 - b) Kits para fiestas
 - c) Grabados en vidrio
 - d) Otra, especifique.....

2. En el caso de cajas decorativas ¿qué tipo de modelos son las más demandadas?
 - a) Cajas personalizadas
 - b) Atractivos naturales
 - c) Representaciones turísticas
 - d) Otra , especifique

3. Existen cajas decorativas elaboradas en diferentes tipos de materiales ¿cuál es el tipo de material preferido por el consumidor?
 - a) Cartulina
 - b) Cuero
 - c) Madera

4. ¿Estaría dispuesto a importar cajas decorativas (cartulina) desde Ecuador?
 - a) Si
 - b) No

5. ¿Cuáles serían los volúmenes de compra mensual en unidades?

- a) 1 - 100 unidades
 - b) 101 - 200 unidades
 - c) 201 – 300 unidades
 - d) Más de 300 unidades
6. ¿Cuáles sería la frecuencia de compra?
- a) Mensual
 - b) Trimestral
 - c) Anual
 - d) Otra, especifique.....
7. ¿Cuál es la forma de pago de su preferencia?
- a) Carta de crédito
 - b) Pago anticipado
 - c) Transferencia
 - d) Otra , especifique
8. El precio de los productos se establece en relación a:
- a) Costo
 - b) Competencia
 - c) Calidad
 - d) Otra , especifique
9. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por cajas decorativas de cartulina?
- a) De 1 a 5 dólares
 - b) De 6 a 10 dólares
 - c) De 11 a 15 dólares
 - d) De 16 a 20 dólares

10. ¿Cuál es el término de negociación de su preferencia?

- a) EXW
- b) FCA
- c) CPT

ANEXO 4

Modelo de la entrevista realizada al gerente de la empresa Dreams Lab.

1. ¿Qué tipo de productos ofrece la empresa?
2. ¿Cuáles son los modelos y tamaños de los productos ofertados?
3. ¿Qué tipo de infraestructura y equipamientos tiene actualmente la empresa?
4. ¿Qué tecnología utiliza?
5. ¿Cuál es la capacidad de producción actual?
6. ¿Cuáles son los meses de mayor producción?
7. ¿Cuáles son los materiales utilizados dentro de la producción?
8. ¿Cuáles son sus proveedores?
9. ¿La empresa en la actualidad tiene competencia dentro del mercado local?
10. ¿Cómo se maneja la empresa en relación a su competencia?

11. ¿Cuáles son los rangos de precios manejados en la actualidad?
12. ¿Qué tipo de publicidad y promociones tiene la empresa?
13. ¿Por qué desea exportar las cajas decorativas?
14. ¿Usted ha realizado exportaciones?
15. ¿Conoce los procesos de exportación?
16. ¿De llegarse a concretar el proyecto considera usted que la capacidad de producción actual lograría cubrir la demanda del mercado de Chicago- Estados Unidos?
17. ¿Cuál sería la alternativa que la empresa debe tomar frente a la baja capacidad productiva y el incremento de la demanda de cajas decorativas existente en la actualidad?

ANEXO 5

Proforma planes de telefonía celular Claro



Planes Destacados

MI CLARO 10 Megas Extendido	MI CLARO 20 Megas Extendido
\$ 27.99 Ver detalles >	\$ 33.59 Ver detalles >
Velocidad de descarga hasta 10 Mbps	Velocidad de descarga hasta 20 Mbps
Velocidad de carga hasta 3 Mbps	Velocidad de carga hasta 4 Mbps
Incluye Claro Vídeo gratis por 6 meses	Incluye Claro Vídeo gratis por 6 meses
Incluye Equipo Wifi Extendido	Incluye Equipo Wifi Extendido

Proforma útiles de oficina

239

ANEXO 7

Producción de la empresa Dreams Lab





