



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRENDAS TEJIDAS DE PUNTO PARA LA
EMPRESA “DORÉ” HACIA EL MERCADO GUATEMALTECO**

AUTOR:

ERICK PAUL LIMA DE LA TORRE

TUTOR:

MGS. YOLANDA BEJARANO

Ibarra, 10 de julio de 2025

CERTIFICACIÓN TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de integración curricular titulado “PLAN DE EXPORTACIÓN DE PRENDAS TEJIDAS DE PUNTO PARA LA EMPRESA “DORÉ” HACIA EL MERCADO GUATEMALTECO”, presentado por el estudiante Erick Paúl Lima De La Torre con cédula de ciudadanía N°1004087408-1, para obtener el Título de Licenciado en Negocios Internacionales.

Certifico que el trabajo cumple con todos los parámetros establecidos, mediante el cual el estudiante demuestra el desarrollo de competencias en el campo de conocimiento de su profesión con un nivel de argumentación coherente, para ser sometido a la evaluación por parte de los lectores.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de originalidad de TURNITIN.

(f): _____
Mgs. Yolanda Bejarano
C.C.: 1002006938

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

(f):

Mgs. Yolanda Bejarano

C.C.: 1002006938

(f):

Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade

C.C.: 1002554004

(f):

Mgs. Héctor Esteban Garrido Salazar

C.C.: 1002413852

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Erick Paul Lima De La Torre, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 10 de julio de 2025

(f): _____
Erick Paúl Lima De La Torre
C.C.: 1004087407

AUTORIA

Yo, Erick Paul Lima de La Torre, portador de la cedula de ciudadanía N° 1004087407, declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

(f):.....
Erick Paul Lima De La Torre
C.C.: 1004087407

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Dedico este trabajo con todo mi amor y gratitud:

A Dios

Quien ha sido mi guía en los momentos más difíciles, que me ha ayudado en cada paso de mi vida y ha sido el motor en cada noche de esfuerzo, por darme luz en los momentos que me siento perdido y sostenerme cuando siento que ya no puedo más

A mi madre

Rocío De la Torre, por ser mi fortaleza que ha estado presente en cada uno de mis logros y aún más en mis fracasos, por su amor incondicional e incansable diariamente, que me ha enseñado el valor de la lucha constante y la disciplina, gracias por corregirme en los momentos malos y felicitarme en los momentos buenos y por enseñarme que los límites no existen cuando se hacen las cosas con amor.

A mi padre

Segundo Lima, por su apoyo silencioso pero constante, quien me ha enseñado el valor del trabajo duro y el esfuerzo a pesar de cualquier adversidad para poder lograr los objetivos que me he propuesto.

A mi hermano

Joe Lima, por ser mi compañero durante toda mi vida, con quien he vivido grandes experiencias, que a pesar de las peleas, risas y llantos siempre ha estado ahí para mí, gracias por ser mi guía y un modelo a seguir para poder ser mejor cada día.

A mi excelente amiga

María Carlosama, por ser una segunda madre que la vida me dio, gracias por cuidar de mi en los momentos que más necesitaba, por consolarme en los momentos de llanto, por

guiarme en los momentos en los que me encontraba solo y ayudarme a seguir adelante, gracias por creer en mí y por enseñarme la belleza de las cosas que se hacen con amor.

A mis profesores

Por impartir diariamente su sabiduría y conocimiento en cada clase, por las experiencias que comparten con esa dedicación y profesionalismo que los caracteriza.

A mis compañeros y amigos

Por estar durante todo este proceso académico, por las risas compartidas, por las experiencias diarias en las aulas de clase y por los momentos fuera de ellas.

A Katheryn

Porque se ha convertido en una compañera muy importante durante este trayecto, gracias por ser persona que me ha brindado su apoyo incondicional en los momentos buenos y malos.

A mí

Porque solamente yo sé el esfuerzo que lleva por detrás cada trabajo, cada proyecto, cada idea que tengo, los días sin dormir y la dedicación que he puesto en las cosas que hago, me agradezco por nunca darme por vencido y siempre tratar de encontrar las cosas buenas a pesar de las adversidades.

Finalmente, gracias a todas las personas que de una u otra manera fueron parte de este proceso.

Cada gesto, cada palabra y cada apoyo han quedado grabados en mi corazón.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<i>CERTIFICACIÓN TUTOR</i>	<i>ii</i>
<i>PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL</i>	<i>iii</i>
<i>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS</i>	<i>iv</i>
<i>AUTORIA</i>	<i>v</i>
<i>DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS</i>	<i>vi</i>
<i>ÍNDICE DE CONTENIDOS</i>	<i>viii</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS</i>	<i>xii</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS</i>	<i>xiv</i>
<i>RESUMEN</i>	<i>xvi</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>xvii</i>
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 OBJETIVOS	3
1.1.1 Objetivo General.....	3
1.1.2 Objetivos específicos	3
2. REVISIÓN DE LA LITERATURA	4
2.1 ANTECEDENTES	4
2.2. MARCO TEÓRICO	6
2.2.1. Teorías del Comercio Internacional.....	6
2.2.2 Plan de exportación	8
2.2.3 El sector textil.....	16
2.2.4 Clasificación de los tejidos	19
2.2.5 Materias primas	22
2.2.6 Proceso productivo	24

3. MATERIALES Y METODOS.....	27
3.1 Enfoque	27
3.2 Metodología	27
3.3 Población y muestra.....	27
3.3.1 Personas seleccionadas para entrevista según perfil y función.....	28
3.4 Tipo de muestra	28
3.5 Variables, Indicadores y Técnicas	28
3.6 Resultados de Entrevistas	31
3.6.1. Análisis de las Entrevistas a Clientes Mayoristas.....	31
3.6.2. Análisis de la Entrevista al Encargado de Producción de Doré.....	34
3.6.3. Análisis de la Entrevista a la Agente de Aduanas	38
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	41
5. PROPUESTA.....	42
5.1. Propuesta Administrativa	42
5.1.1. Nombre de la empresa	42
5.1.2. Logotipo	42
5.1.3. Misión.....	43
5.1.4. Visión	43
5.1.5. Organigrama.....	43
5.1.6 Análisis FODA de la empresa Doré aplicado a la internacionalización	44
5.1.7. Manual de funciones.....	45
5.2 Estudio de mercado	47
5.2.1 Guatemala.....	47
5.2.2 Descripción General del Mercado Guatemalteco	49

5.3. Propuesta de exportación	55
5.3.1. Modalidad de exportación	55
5.3.2 País de destino	56
5.3.4 Incoterm propuesto.....	56
5.3.5 Documentación y requisitos	59
5.3.6 Proceso de exportación.....	60
5.3.7 Logística y transporte	60
5.3.8. Resumen Técnico de Exportación del Producto	61
5.4 Propuesta Comercial	62
5.4.1. Producto.....	62
5.4.2. Precio.....	67
5.4.3. Plaza	67
5.4.4. Promoción	68
6. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO.....	68
6.1 DATOS DE ENTRADA	68
6.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL	69
6.2.1 INVERSIÓN FIJA.....	69
6.2.2 INVERSIÓN VARIABLE	70
6.2.3 RESUMEN DE LA INVERSIÓN INICIAL	70
6.3 DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL	71
6.3.1 DETALLE DE LA INVERSIÓN FIJA	71
6.3.2 Detalle de la inversión variable / capital de trabajo.....	72
6.3.3 DETALLE DEL GASTO ADMINISTRATIVO.....	73
6.3.4 DETALLE DE LOS GASTOS DE EXPORTACIÓN.....	74
6.4 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN.....	74
6.4.1 DETERMINACIÓN DEL GASTO UNITARIO.....	74

6.4.2. Determinación del Precio Unitario	75
6.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	75
6.5.1 DATOS DEL FINANCIAMIENTO.....	75
6.5.2 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.....	75
6.6 DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL	76
6.7 CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	77
6.7.1 DEPRECIACIÓN.....	77
6.8 DETERMINACIÓN DE LOS PRESUPUESTOS	77
6.8.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS (VENTAS).....	77
6.8.2 PRESUPUESTO DE COSTOS	78
6.8.3 PRESUPUESTO DE GASTOS	78
6.9 ESTADOS FINANCIEROS.....	80
6.9.1 ESTADO DE RESULTADOS	80
6.9.2 PRESUPUESTO DE CAJA	81
6.10 BALANCE INICIAL O DE ARRANQUE.....	81
6.11 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO	82
6.11.1 VALOR PRESENTE NETO	82
6.11.2 COSTO BENEFICIO	83
6.11.3 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	83
6.11.4 TASA INTERNA DE RETORNO	84
6.13 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	84
6.13.1 FÓRMULAS.....	85
6.13.2 MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	85
6.13.3 PUNTO DE EQUILIBRIO DORÉ.....	85
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	86

7.1 Conclusiones	86
7.2 Recomendaciones	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
ANEXOS	4

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Incoterms 2020	12
Tabla 2 Proceso Productivo de Doré	24
Tabla 3 Listado de Personas a entrevistar	28
Tabla 4 Objetivos, variables, indicadores, técnicas	28
Tabla 5 Manual de Funciones del Encargado de Comercio Exterior	45
Tabla 6 Datos generales de Guatemala.....	49
Tabla 7 Indicadores económicos de Guatemala	50
Tabla 8 Indicadores de Comercio Exterior de Guatemala.....	51
Tabla 9 Oportunidades de entrada en el mercado Guatemalteco	53
Tabla 10 Barreras de entrada en el mercado guatemalteco para la empresa Doré ..	54
Tabla 11 Responsabilidades por ambas partes en Incoterm CPT	57
Tabla 12 Responsabilidades por ambas partes en Incoterm CIP.....	58
Tabla 13 Documentación necesaria para entrar a Guatemala.....	59
Tabla 14 Ficha técnica del Modelo 16.....	63
Tabla 15 Total Inversión Fija	69
Tabla 16 Total Inversión Variable.....	70
Tabla 17 Resumen de la Inversión Inicial	70

Tabla 18 Detalle de la Inversión Fija.....	71
Tabla 19 Costos de Producción Modelo 16.....	72
Tabla 20 Resumen de la Producción de Doré.....	73
Tabla 21 Gasto Administrativo.....	73
Tabla 22 Sueldo Personal Empresa Doré	73
Tabla 23 Gastos de Exportación Doré.....	74
Tabla 24 Determinación del Gasto Unitario.....	74
Tabla 25 Determinación del Precio Unitario	75
Tabla 26 Datos del Financiamiento	75
Tabla 27 Amortización del Préstamo	75
Tabla 28 Costo de Capital	76
Tabla 29 Determinación de la Depreciación	77
Tabla 30 Presupuesto de Ingresos	77
Tabla 31 Presupuesto de Costos	78
Tabla 32 Presupuesto de Gastos	78
Tabla 33 Gastos de Exportación.....	79
Tabla 34 Depreciaciones.....	79
Tabla 35 Estado de Resultados	80
Tabla 36 Flujo de Efectivo	81
Tabla 37 Balance Inicial	81
Tabla 38 Valor Presente Neto.....	82
Tabla 39 Costo - Beneficio	83
Tabla 40 Período de Recuperación de la Inversión	83
Tabla 41 Tasa Interna de Retorno.....	84

Tabla 42 Punto de Equilibrio.....	84
Tabla 43 Margen de Contribución.....	85
Tabla 44 Punto de Equilibrio en Unidades Físicas.....	85
Tabla 45 Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias.....	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Primer logotipo de la empresa Doré</i>	4
Figura 2 <i>Logotipo actual de la empresa Doré</i>	4
Figura 3 <i>Ciclo de vida de un producto</i>	7
Figura 4 Logotipo del sistema Ecuapass	12
Figura 5 Remedios comerciales y requisitos reglamentarios	14
Figura 6 <i>Bendición de la primera piedra de la Fábrica Imbabura</i>	18
Figura 7 <i>Representación del tejido de punto</i>	19
Figura 8 <i>Representación del tejido plano</i>	20
Figura 9 <i>Representación del tejido de punto por urdimbre</i>	20
Figura 10 <i>Representación del tejido no-tejido</i>	21
Figura 11 Logotipo actual de la empresa	42
Figura 12 Organigrama estructural de la empresa Doré.....	44
Figura 13 Análisis FODA de la empresa Doré.....	45
Figura 14 Bandera de Guatemala	48
Figura 15 Mapa de localización de Guatemala	48
Figura 16 Mapa de Guatemala	49
Figura 17 Incoterm CPT	57

Figura 18 Incoterm CIP	58
Figura 19 Proceso básico de exportación hacia Guatemala	60
Figura 20 Logística básica para entrar al mercado guatemalteco.....	61
Figura 21 Funda plástica 10x16	65
Figura 22 Funda quintalera.....	65
Figura 23 Modelo de caja para exportación desarmada	66
Figura 24 Caja para exportación armada.....	66

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo la creación de un plan de exportación para los suéteres tejidos de punto, específicamente de la subpartida 611030 producidos por la compañía ecuatoriana Doré, destinados al mercado de Guatemala.

Para lograrlo, se utilizó un enfoque cualitativo, recolectando datos mediante entrevistas al equipo de producción, estudio del contexto económico, legal y logístico, además de una valoración financiera del proyecto.

Los resultados que se obtuvieron demuestran que la compañía posee la capacidad de producción requerida, un beneficio competitivo fundamentado en la calidad artesanal de sus productos, y condiciones ventajosas en términos de costos y convenios comerciales.

La investigación determina que la exportación directa es factible, siempre y cuando se potencien elementos como la supervisión de calidad, la normalización de procesos y la gestión logística.

Palabras clave: exportación, suéteres tejidos, logística internacional, empresa, Doré, Guatemala, plan de exportación.

ABSTRACT

The objective of this research is to develop an export plan for knitted sweaters, specifically those under subheading 611030, produced by the Ecuadorian company Doré, destined for the Guatemalan market.

To achieve this, a qualitative approach was used, collecting data through interviews with the production team, a study of the economic, legal, and logistical context, and a financial appraisal of the project.

The results demonstrate that the company has the required production capacity, a competitive advantage based on the artisanal quality of its products, and advantageous conditions in terms of costs and trade agreements.

The research determines that direct export is feasible, provided that elements such as quality supervision, process standardization, and logistics management are strengthened.

Keywords: export, knitted sweaters, international logistics, company, Doré, Guatemala, export plan.

1. INTRODUCCIÓN

El comercio internacional es una herramienta fundamental para las empresas y su crecimiento económico ya que permite el acceso a nuevos mercados, diversifica los riesgos y mejora la competitividad. En este contexto, la internacionalización de pequeñas y medianas empresas se ha vuelto una necesidad y una tendencia a la cual varias empresas ecuatorianas han apuntado para potenciar su desarrollo y su sostenibilidad en un entorno que exige cada vez más.

La empresa Doré la cual se dedica a la elaboración de suéteres tejidos de punto ha logrado consolidarse en el mercado nacional gracias a sus diseños vanguardistas y al cuidado en la calidad de sus prendas ya que es uno de sus puntos fuertes y con gran apreciación por parte de los clientes, de esta manera se ha logrado identificar a las exportaciones como una oportunidad para expandir sus operaciones y fortalecer su posicionamiento dentro del mercado.

Las prendas tejidas de punto que se producen dentro de Doré han experimentado un notable crecimiento de su demanda internacional debido a varios factores como el material con el que se fabrica las prendas, el diseño del tejido, la calidad dentro de los acabados y la personalización como necesidad de los clientes.

Dentro de las opciones como mercado de internacionalización se ha elegido a Guatemala como el mercado foco para la empresa Doré. La proximidad geográfica, el acuerdo comercial que posee Ecuador y Guatemala, la similitud cultural y la aceptación que se ha recibido por parte del mercado guatemalteco son factores que respaldan la viabilidad de este proyecto de exportación.

A día de hoy, la empresa no ha desarrollado un plan estructurado de exportación propio, sino que se ha manejado con el servicio que ofrecen las agencias de carga internacionales, lo cual reduce significativamente el tiempo de reposición de las prendas a los clientes, hace que aumenten los costos del producto, existe una demora en los procesos de exportación y todo se traduce a una mala experiencia de compra por parte de los clientes.

“Las principales actividades que realiza una agencia de carga internacional son: organizar y coordinar embarques, **consolidar carga** de exportación o **desconsolidar carga** de importación y emitir o recibir del exterior los documentos de transporte relacionados con las operaciones.” (LOGISBER, s.f.)

Esto significa una problemática para la empresa y para los clientes ya que los tiempos de reposición de las prendas dentro de las tiendas de los clientes en el país de destino debe ser rápido ya que las tendencias son cambiantes.

Doré busca establecer un sistema de exportación directa para optimizar sus operaciones, reducir sus costos y mejorar su posicionamiento dentro del mercado guatemalteco.

Para poder lograr esto, la empresa enfrenta el reto de desconocer las normativas aduaneras, logísticas y comerciales para operar de forma directa en Guatemala.

La elaboración de un plan de exportación directa es crucial para que la empresa Doré pueda mejorar su competitividad en el mercado guatemalteco. Actualmente, al depender de agencias de carga internacional, la empresa incurre en costos elevados y tiene un control limitado sobre la logística, lo que afecta tanto sus márgenes de ganancia como su capacidad para responder de manera ágil a las demandas del mercado.

Implementar un sistema de exportación directa permitiría a Doré reducir costos, mejorar la eficiencia operativa y fortalecer sus relaciones comerciales con los clientes guatemaltecos.

El presente trabajo es relevante no solamente para la empresa ya que le proporcionará una guía concreta para sus futuros procesos de exportación, sino también es relevante para el ámbito académico que ayudará al estudio de estrategias de exportación aplicadas al sector textil en mercados latinoamericanos.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 *Objetivo General*

Elaborar un plan de exportación de prendas tejidas de punto para la empresa Doré hacia el mercado guatemalteco

1.1.2 *Objetivos específicos*

- Diagnosticar la capacidad operativa, logística y de recursos de la empresa Doré para ejecutar un proceso de exportación directa.
- Analizar el mercado objetivo en Guatemala, identificando la demanda, preferencias del consumidor y competencia relevante para definir la oferta exportable.
- Identificar los requisitos legales y aduaneros aplicables para la exportación de prendas textiles hacia Guatemala, con el fin de asegurar el cumplimiento normativo.
- Diseñar una propuesta de exportación directa que incluya estrategias comerciales, logísticas y operativas adaptadas al mercado guatemalteco.

- Evaluar la viabilidad económico-financiera del plan de exportación propuesto, considerando costos logísticos, aranceles e ingresos proyectados.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

Doré nace en el año 1996 en la ciudad de Atuntaqui, Ecuador gracias a la visión emprendedora de sus creadores, el Sr. Segundo Lima como encargado del área de tejidos y su esposa la Sra. Rocio De La Torre quien se encargó del área de corte y confección dentro de la empresa y así lograron salir adelante hasta llegar a formar la marca Doré la cual lleva vigente durante 38 años aproximadamente.

Figura 1 *Primer logotipo de la empresa Doré*



Elaborado por: El Autor

Figura 2 *Logotipo actual de la empresa Doré*



Elaborado por: El Autor

Durante sus primeros años de funcionamiento, Doré ha centrado todos sus esfuerzos en atender la demanda del mercado ecuatoriano, principalmente en ciudades como Tulcán, Otavalo,

Quito, Ambato y Cuenca y lograban distribuir sus productos a través de ferias con otros productores.

La aceptación que recibieron los productos de Doré permitieron a la marca expandir su capacidad productiva, incorporar nuevas líneas de productos y llegar a más personas dentro del mercado local.

Si bien Doré ha experimentado algunas experiencias esporádicas de ventas en el extranjero, aún no se ha desarrollado un plan de exportación estructurado en el que se le permita ingresar de manera formal en los mercados internacionales.

A lo largo de los últimos años, diversos estudios han abordado la temática de la exportación de productos textiles y de confección desde Ecuador hacia mercados internacionales. En la tesis titulada "Análisis de factibilidad para la exportación de prendas de vestir confeccionadas en Ecuador hacia Centroamérica" (Pérez, 2019), se concluye que los productos ecuatorianos poseen una ventaja competitiva basada en la mano de obra calificada y en el diseño adaptado a las tendencias regionales.

Por otro lado, el estudio "Propuesta de plan de exportación de textiles artesanales al mercado centroamericano"(Rodríguez, 2021) evidencia que existe un creciente interés en productos diferenciados y sostenibles, especialmente en países como Guatemala, donde el valor cultural y el diseño artesanal son bien valorados por los consumidores.

A nivel institucional, entidades como ProEcuador y el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca han desarrollado campañas de promoción para incentivar la internacionalización de pequeñas y medianas empresas del sector textil, incluyendo capacitaciones sobre normativas de exportación y oportunidades en mercados vecinos.

Estos antecedentes destacan la necesidad de elaborar un plan de exportación específico que facilite la entrada de productos de Doré al mercado guatemalteco, aprovechando las oportunidades existentes y minimizando los riesgos.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Teorías del Comercio Internacional

2.2.1.1. Teoría de la Ventaja Comparativa (David Ricardo). “La ventaja comparativa, o también llamada ventaja relativa, es la capacidad de una persona, país o empresa de producir un bien usando relativamente menos recursos que otro.” (INEAF Business School, s.f.)

Dentro del contexto de la empresa Doré, la teoría de la ventaja comparativa se puede manifestar al momento de observar la capacidad que posee Ecuador de producir prendas tejidas de alta calidad con costos competitivos, gracias al acceso a materia prima local para fabricar las prendas, mano de obra local y automatización de varios procesos productivos.

Esto posiciona a la empresa favorablemente para poder exportar sus productos de manera factible dentro del mercado guatemalteco ya que es un mercado en auge en donde se puede atender la demanda por parte de los consumidores con necesidades de un producto de calidad.

2.2.1.2. Teoría de Ciclo de Vida de un Producto (Raymond Vernon). “El ciclo de vida del producto es un modelo teórico que describe las distintas etapas por las que atraviesa un producto desde su introducción en el mercado hasta su declive y retirada. El modelo se divide en cuatro fases: introducción, crecimiento, madurez y declive.” (Qualtrics, 2024)

En donde la primera fase del ciclo de vida de un producto es la etapa de introducción en donde nace el producto y se trata de establecer dentro de los consumidores, por lo que las

estrategias de marketing y diseño del producto juegan un papel fundamental para poder captar la mayor atención posible.

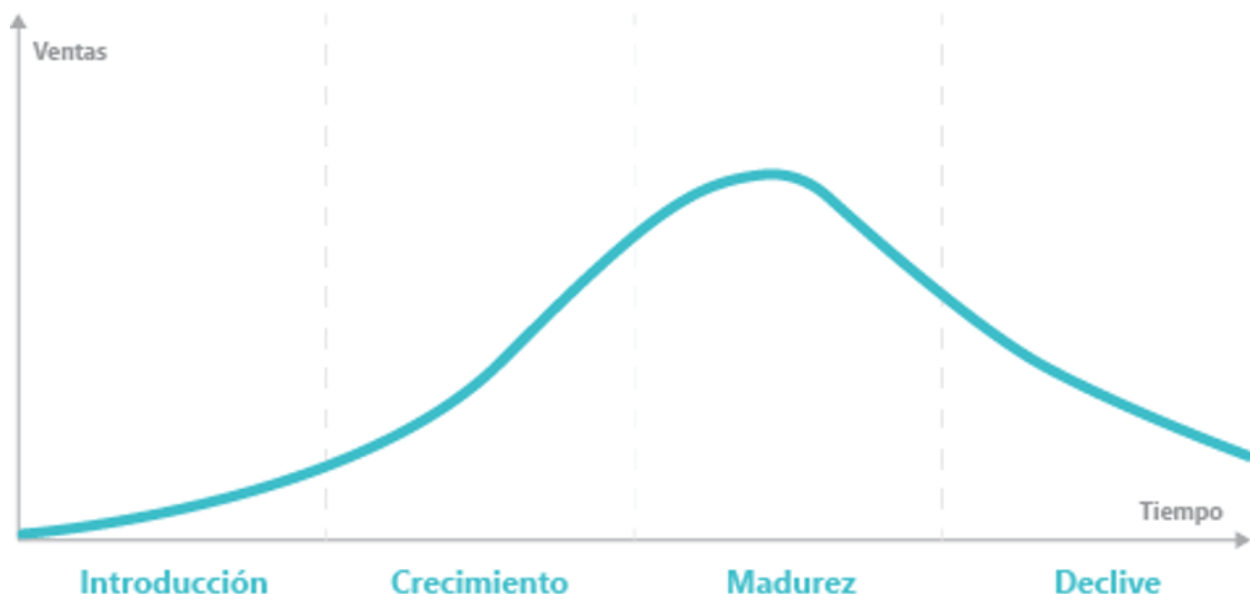
La segunda etapa del ciclo de vida de un producto es el crecimiento y es aquí en donde los consumidores lo han aceptado y han sido atraídos por el producto, esta etapa juega un papel importante dentro de la empresa ya que las ventas empiezan a incrementarse además del posicionamiento de la marca dentro de la mente de los consumidores, por lo que es necesario optimizar los recursos para poder reducir los costes y tener una mayor efectividad en el mercado.

La tercera etapa dentro de este ciclo es la madurez, en donde el producto llega a su máximo de ventas por lo tanto su crecimiento llega hasta un tope de ventas debido a la aparición de nuevos competidores y se trata de solucionarlo reduciendo los precios del producto o rediseñándolo y es aquí en donde juega un papel importante la diferenciación que caracteriza a cada empresa.

Por último tenemos a la etapa de declive en la cual el producto empieza a sufrir caídas en las preferencias del consumidor y por lo tanto en las ventas ya sea por saturación del mercado o por aparición de nuevas tecnologías y las empresas deben decidir si realizan mejoras al producto o definitivamente lo retiran del mercado.

Figura 3 *Ciclo de vida de un producto*

Ciclo de vida de un producto



Elaborado por: qualtrics

Desde la perspectiva de la teoría del ciclo de vida de un producto, las prendas tejidas de la marca se encuentran en un estado de madurez dentro del mercado ecuatoriano debido a la competencia por parte de otras empresas o ingreso de productos sustitutos a las prendas tejidas, estos factores hacen que la búsqueda de un mercado interaccional como Guatemala se convierta en una necesidad.

Dentro de este mercado se puede iniciar una fase de crecimiento en la cual se puede aprovechar la apertura comercial que posee Ecuador con Guatemala y sacar provecho de la tendencia favorable al consumo de prendas tejidas por parte de los consumidores en Guatemala.

2.2.2 Plan de exportación

Se puede definir la planificación estratégica de exportación como la hoja de ruta de comercialización que orienta al empresario hacia dónde dirigir su esfuerzo exportador y cómo lograr competir con sus bienes o servicios en el mercado internacional. Entonces,

el plan de exportación es la herramienta adecuada para equilibrar las oportunidades internacionales. (Cristina Polo Calvo, s.f.)

En el contexto dentro de la empresa Doré, al elaborar un plan de exportación podemos transitar un modelo de exportación directa sin la necesidad de depender de intermediarios para llegar al cliente en Guatemala, todo este proceso permitirá a la empresa poder lograr una mejor posición entre los consumidores mejorando su relación comercial.

2.2.2.1 ¿Qué es exportación?: “Es una actividad comercial que consiste en la venta o envío de productos fuera del territorio nacional.

Como exportación denominamos la acción y efecto de enviar, con fines comerciales, bienes y servicios desde un país hacia otro” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, s.f.)

Dentro de Doré se encuentra en la actividad de exportar una oportunidad para ampliar su mercado fuera del territorio nacional, enfocándose principalmente en Guatemala como país de destino.

A través de la exortación la empresa busca posicionar la marca de manera internacional e incrementar su competitividad dentro del sector textil en Atuntaqui.

2.2.2.2 Exportación directa:

La exportación directa se refiere a la venta que realiza el exportador de manera directa a un cliente en el mercado extranjero, sin intermediarios que se ocupen de los arreglos. El exportador es responsable de todo el proceso de venta, logística de envío, distribución en el extranjero y gestión de cobranza. (Eternity Group, s.f.)

Actualmente Doré no cuenta con un plan de exportación directa así como con una logística establecida se busca evaluar la viabilidad de que Doré se convierta en una empresa

exportadora y tener un mayor control sobre sus operaciones internacionales y reducir la dependencia de terceros.

2.2.2.3 Exportación indirecta: “implica que el exportador coloca sus productos en el mercado internacional a través de un intermediario, quien luego vende los bienes a importadores mayoristas o clientes.” **(Eternity Group, s.f.)**

Es el método actual que utiliza la empresa para que sus prendas puedan llegar a otros países en donde los principales clientes mayoristas una vez que realizan el pedido de las prendas empieza la producción y una vez finalizada se hace el empaque primario y se entrega a la agencia de carga para que realice el empaque secundario y todo el proceso de exportación hacia Guatemala, significando una dependencia significativa de este intermediario lo cual en ocasiones puede complicar la entrega con el cliente final.

2.2.2.4 Regímenes de exportación: Dentro de la legislación de Ecuador existen 3 regímenes de exportación que se aplican para las mercancías que están proximas a salir del país, estos regímenes según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones son:

Art. 154.- Exportación definitiva.- Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una 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. 155.- 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 el uso que de ellas se haga.

Art. 156.- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.- Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio para su transformación, elaboración o reparación y luego reimportarlas como productos compensadores con la exención de los tributos correspondientes conforme las condiciones previstas en el reglamento al presente Código. Código de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]. Ley 0. 29 de diciembre de 2010 (Ecuador).

Las prendas de Doré son exportadas mediante el régimen de exportación definitiva hacia Guatemala ya que no regresarán como una reimportación, si no que están destinadas a los consumidores finales allá.

2.2.2.5 Sistema Ecuapass: Es el sistema aduanero que se utiliza dentro del Ecuador en donde los Operadores del Comercio Exterior (OCE's) pueden realizar diversos trámites aduaneros necesarios para el proceso de importación y de exportación, se pueden realizar trámites como la Declaración Juramentada de Origen, Declaración Aduanera de Exportación, Declaración Aduanera de Importación, Certificados de Origen, entre otros documentos necesarios para las operaciones del comercio exterior.

Figura 4 Logotipo del sistema Ecuapass

2.2.2.6 Incoterms 2020: “Los incoterms son una serie de normas aceptadas y reconocimiento internacional que establecen los derechos y obligaciones de comprador y vendedor en los intercambios comerciales que indican las condiciones de venta” (TIBA GROUP, 2020)

Tabla 1 Incoterms 2020

Para cualquier modo de transporte	EXW (Ex Works)
	FCA (Free Carrier)
	CPT (Carriage Paid To)
	CIP (Carriage and Insurance Paid To)
	DAP (Delivered at Place)
	DPU (Delivered at Place Unloaded)
	DDP (Delivery Duty Paid)
Para transporte marítimo y vías navegables interiores	FAS (Free Alongside Ship)
	FOB (Free On Board)
	CFR (Cost and Freight)

2.2.2.7 Logística internacional y transporte:

La logística internacional es un proceso en el que se planifica, implementa y controla eficientemente todo el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información desde el punto de origen hasta el punto de consumo en diferentes partes del mundo. (ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL, 2024)

En un posible escenario de importación directa por parte de la empresa se puede implementar una logística propia para tener un mayor control sobre la cadena de suministro asumiendo la gestión del transporte, seleccionar las rutas óptimas, negociar mejores tarifas con aerolíneas y transportistas, todo para mejorar el flujo de productos que llegan a Guatemala para tener una mayor competitividad en el mercado.

2.2.2.8 Requisitos para exportar desde Ecuador: Para poder realizar una exportación desde Ecuador hacia cualquier parte del mundo, se necesitan cumplir varios pasos previos para poder tener todo en regla y que no hayan inconvenientes ya sea con aduana o demás entidades que estén involucradas en el proceso de realizar una exportación.

Los pasos que se deben seguir son:

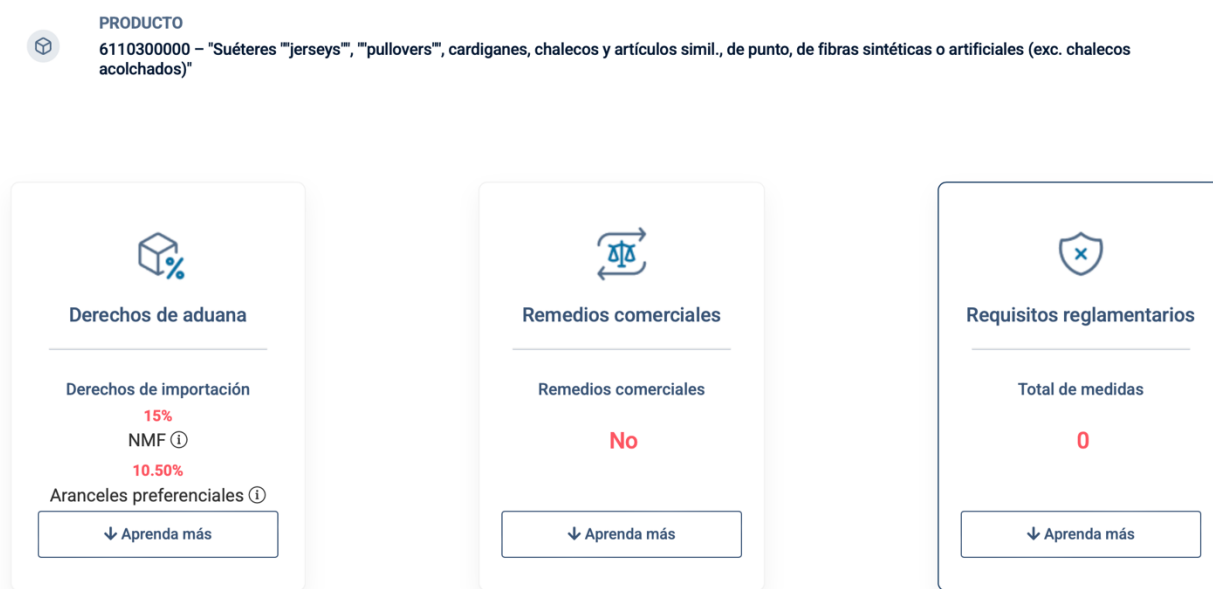
- Obtención del certificado Digital para firma electrónica (Token)
- Instalación del sistema informático aduanero “Ecuapass”
- Registro de exportador en el sistema informático aduanero
- Conocer las restricciones de los productos que se van a exportar.

2.2.2.9 Documentos de exportación: “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)” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, s.f.)

Específicamente para el producto que se va a exportar hacia Guatemala con la subpartida: 611030 “Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de fibras sintéticas o artificiales (exc. chalecos acolchados)” se debe cuplic con pocos requisitos para poder acceder al acceso preferencial que otorga el Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica entre el gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de la república de Guatemala

Figura 5 Remedios comerciales y requisitos reglamentarios



Fuente: Market Acces Map

Como se puede ver en la ilustración, este producto no tiene remedios comerciales con Guatemala, y no tiene requisitos reglamentarios para poder ingresar al país de destino, por lo que su exportación no se complicaría mucho hablando del tema de documentación necesaria para su exportación.

Los remedios comerciales se aplican cuando un país importa un producto desde el extranjero y se aplican ciertas medidas para proteger nuestra propia industria nacional y más cuando se siente que la competencia está afectando de manera desleal a las industrias nacionales por lo que existen 3 principales medidas de remedios comerciales

- **Medidas antidumping:** Medidas como aranceles adicionales, precios mínimos de importación o cuotas, se aplican cuando un producto entra al territorio nacional a un precio mucho menor del costo de producción en el país por lo que hace imposible competir para las industrias locales.
- **Derechos compensatorios:** Son aranceles adicionales que un país importador impone cuando descubre que un producto ha recibido subsidios o ayudas económicas de parte del país exportador y se aplican para evitar una competencia desleal
- **Salvaguardias:** Son medidas de defensa comercial, la cual se aplica cuando se dispara la importación de productos de manera repentina aunque se utilizan solo de manera temporal hasta que la industria nacional se adapte a la competencia extranjera.

2.2.3 El sector textil

2.2.3.1. La industria textil a nivel global: La industria textil representa uno de los sectores más importante dentro de la economía mundial, impactando en varias dimensiones como el ámbito social, económico y ambiental.

“La importancia de la industria textil empieza por ser considerada un pilar en la economía mundial, generando empleo para millones de personas en diversos roles, desde el cultivo y la producción de fibras hasta el diseño de moda y la comercialización.” (Lecca, 2023)

La importancia de este sector se deriva de las necesidades de los consumidores en poder expresar sus ideas, su manera de pensar y gustos a través de la vestimenta, en donde cada día salen nuevas tendencias entre los jóvenes, la moda es cambiante por lo que las empresas textiles deben estar a la vanguardia de estos cambios para poder mantenerse competitivas en este mercado.

Gracias a esta industria se han creado plazas de trabajo para millones de personas alrededor del mundo e incluso se ha convertido en el principal motor de la economía como es el caso de Bangladesh en donde gran parte de su población se dedica a trabajar en las fábricas textiles.

A nivel global, el sector textil enfrenta una creciente demanda por productos sostenibles, éticos y con valor agregado. Los consumidores internacionales buscan prendas con diseño original, responsabilidad social y calidad garantizada.

2.2.3.2. Situación de la industria textil en Ecuador: Dentro de Ecuador la industria textil ha ido espacializandose poco a poco y han logrado surgir empresas líderes en este campo, tales como son el caso de Empresas Pinto S.A., Delltex Industrial, Texsa, D-Bond, entre otras las cuales han operado en el país por varios años.

Los inicios de la industria textil y confección ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. (AITE, s.f.)

El sector textil y confección ecuatoriano ha sido un generador constante de empleo, al 2022, el total de plazas directas de empleo bordeó las 172 mil, la gran mayoría de estos son ocupados por mujeres, muchas de las cuales son cabezas de hogar, lo que resalta la importancia social y económica de la industria textil, confección y moda. (AITE, s.f.)

Es decir que la industria textil ecuatoriana ha sido un factor importante dentro de la economía del Ecuador, generando plazas de empleo para mujeres ecuatorianas, hombres e incluso jóvenes que impulsan a las empresas hacia enfoques más innovadores y apertura de nuevos mercados comerciales.

2.2.3.3. Situación de la industria textil en Atuntaqui: Atuntaqui es conocido por ser la capital textil y de la moda en Ecuador, y su conexión con el sector textil se remonta al siglo XX en el que se estableció la Fábrica Textil Imbabura la cual se dedicaba a la producción de telas, además miles de personas trabajaban en esta fábrica por lo que se usaba mano de obra local para poder continuar con sus operaciones, es así como los mismo trabajadores fueron aprendiendo nuevas técnicas y adquiriendo mayor conocimiento en el sector textil, hasta que la Fábrica Textil Imbabura cerró sus puertas.

La Fábrica Imbabura cerró sus puertas y con ello centenares de personas se quedaron sin empleo, pero el espíritu trabajador que los antepasados heredaron hizo que no se dieran por vencidos.

Así fue como montaron, con sus conocimientos adquiridos, pequeños talleres de confección, gracias también a la aplicación del modelo de sustitución de importaciones en el país, con créditos blandos, protección arancelaria, ley de fomento artesanal. (LA HORA, 2022)

El momento en el que la Fábrica Imbabura cerró sus puertas, todos los trabajadores quedaron desplazados de sus puestos de trabajo, esto sumado al enojo colectivo de los empleados provocó que una gran parte de ellos negociaron con los administradores de la fábrica las maquinarias en las que trabajaban en el momento en que esta quedó en bancarota; esto sumado a los conocimientos que los trabajadores fueron adquiriendo durante años hizo que poco a poco vayan resurgiendo, independizándose y saliendo adelante con sus negocios propios.

Figura 6 *Bendición de la primera piedra de la Fábrica Imbabura*



Es así como gran parte de los pobladores de la ciudad fueron estableciéndose y dando vida a la ciudad de Atuntaqui como la conocemos.

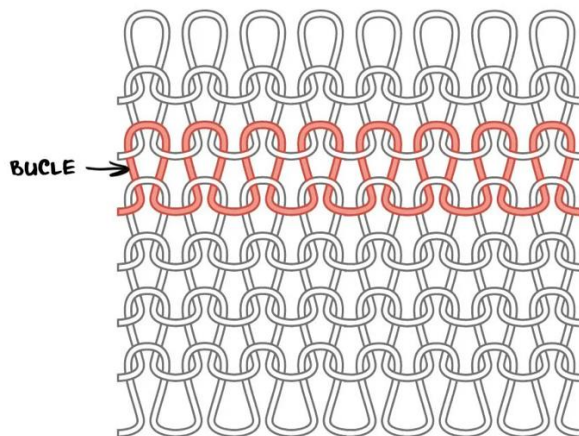
Es aquí a través de estos conocimientos en donde nace la empresa Doré, la cual es la segunda generación de una familia dedicada al sector textil, específicamente a la producción de prendas tejidas de punto.

2.2.4 Clasificación de los tejidos

2.2.4.1. Tejido de punto:

El tejido de punto está formado por un solo hilo que va formando bucles que se entrelazan consigo mismo para dar lugar a un tejido construido por mallas. Las mallas pueden alargarse o ensancharse con lo que se consigue una de las características más importante de los tejidos de punto, la elasticidad. (MARINA TEXTIL, 2023)

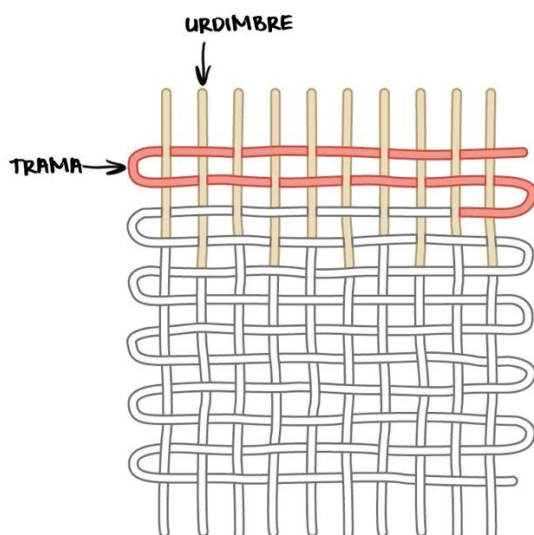
Figura 7 Representación del tejido de punto



Es el principal tejido en el que la empresa Doré se especializa, ya que es el tipo de tejido que más se utiliza dentro de los sueteres tejidos, además de que los activos como la maquinaria está desarrollada para realizar este tipo de tejidos. Estas prendas pueden ser elaboradas de forma manual o industrial, utilizando maquinaria especializada, como las máquinas circulares o rectilíneas, muy comunes en la industria textil ecuatoriana.

2.2.4.2. Tejido plano: Se le conoce como de Urdimbre y Trama, la Urdimbre es el conjunto de hilos que van en el sentido vertical del telar, y la trama es la serie de hilos que cruzan con la urdimbre en un sentido horizontal. (Flores, 2020)

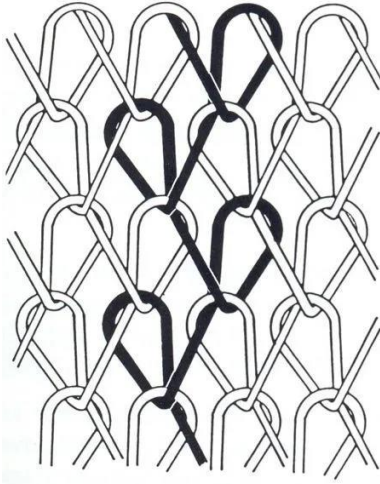
Figura 8 *Representación del tejido plano*



2.2.4.3. Tejidos de punto por urdimbre: “En este tipo de tejido la malla se va formando horizontalmente, por varios hilos, es llamado indesmallable, porque es prácticamente imposible que se deshaga, se utiliza para lencería y corsetería.” (Flores, 2020)

Las prendas que se tejen a través de esta técnica pueden ser algunos tipos de camisetas, el tafetán o los ponchos autóctonos de Otavalo.

Figura 9 *Representación del tejido de punto por urdimbre*



2.2.4.4. No tejidos: “Las telas no tejidas son un tipo de telas producidas al formar una red, con fibras que se unen por medios mecánicos, térmicos o químicos, pero sin ser tejidas.” (Flores, 2020)

Este puede ser un ejemplo las prendas desechables que utiliza el personal de salud al momento de hacer intervenciones a los pacientes.

Figura 10 *Representación del tejido no-tejido*



2.2.5 Materias primas

2.2.5.1. Algodón:

El algodón es, con diferencia, la fibra natural más importante y se ha utilizado desde la antigüedad. Los tejidos de algodón más antiguos datan de alrededor del año 5800 a.C. y fueron descubiertos en México, pero no fue hasta la Edad Media cuando esta fibra empezó a utilizarse ampliamente en Europa. (IDR QUALITY INSIDE, s.f.)

Aunque el algodón es muy conocido dentro de la industria textil por sus características que otorgan frescura y suavidad, tiene un costo más elevado, por lo que Doré ha optado por no utilizar esta materia prima en su proceso productivo, en su lugar se ha optado por el uso de hilo acrílico y ser competitivos dentro del mercado.

2.2.5.2. Poliéster:

El Poliéster es uno de los materiales sintéticos más versátiles, es muy resistente a la gran mayoría de los agentes químicos, tiene una baja absorción de humedad y puede ser procesado en calor y estiramiento para conferirle una alta resistencia mecánica, se utiliza en una gran diversidad de Industrias siendo las más importantes las de empaque, como botellas plástico (PET) y por supuesto la Industria Textil. (Flores, Rodrigo, 2020)

El poliester a pesar de ser una de las principales materias primas utilizada en la industria textil, en el área de tejidos no se emplea en gran cantidad por su dificultad para teñir, por lo que es un obstáculo para el proceso productivo de las prendas.

Así que es más utilizado para fabricar otro tipo de prendas de vestir como camisetas, vestidos, chompas, pantalones y camisas, principalmente.

2.2.5.3. Lana:

La lana es una fibra natural que proviene de la capa de lana de ovejas y otros animales como alpacas, llamas, yaks y conejos. Es una de las fibras más antiguas utilizadas por el ser humano para la confección de prendas de vestir y otros productos textiles. (CL Tejidos, s.f.)

A pesar de caracterizarse por un alto valor térmico para el producto final, Doré no ha centrado sus esfuerzos en fabricar sus productos a base de lana ya que implica un proceso de producción más costoso e incrementan los tipos de cuidados que debe tener la prenda por parte del cliente final.

2.2.5.4. Acrílico:

La tela acrílica es una fibra sintética que se elabora utilizando productos derivados del petróleo, principalmente a partir de un material llamado acrilonitrilo. Posee una textura similar a la del algodón o a la de la lana, pero es mucho más suave y resistente. De hecho, este material también se conoce por el sobrenombre de “lana sintética”. (Tuskamisetas, s.f.)


En el caso de la empresa Doré, se utiliza principalmente hilo acrílico, debido a su resistencia, facilidad de teñido, suavidad, su gran similitud con la lana, su precio es mucho menor que otras fibras como pueden serlo las fibras naturales, y finalmente por la disponibilidad de esta materia prima, ya que en Atuntaqui, los principales distribuidores de materia prima para las prendas tejidas trabajan con hilo acrílico.





2.2.5.5. Mezclas textiles (blend): “Los textiles mixtos se componen de una mezcla de dos o más fibras crudas diferentes. Estas se hilan para crear hilos y, a su vez, textiles que conservan las propiedades más deseables de las fibras crudas originales” (TextileR, s.f.)





En Doré se ha optado por no utilizar diferentes tipos de hilo en un mismo producto ya que para fabricar un producto de diferentes mezclas textiles se necesita una gran variedad de colores y diferentes tipos de mezclas ya que no existe solo un tipo de mezcla en hilos, por lo que al no utilizar este tipo de fibras evitamos el desperdicio de materia prima y se reducen los costos de producción.

2.2.6 Proceso productivo

Tabla 2 Proceso Productivo de Doré

Etapas	Descripción	Imágenes
Planificación y diseño	En esta etapa se definen los modelos de los sueteres, patrones y materiales que se van a utilizar, además para crear el diseño y ponerlo a producir se lo hace mediante el software de la maquinaria llamado “M1 Plus” para poder crear los patrones del tejido.	

<p>Selección de materia prima</p>	<p>Se adquieren los hilos o materias primas al proveedor que se encarga de la distribución y se adquiere los hilos que se van a utilizar para cada producto siempre que se verifique la calidad de los hilos antes de adquirirlos además de los colores que dispone y los que se va a necesitar para poder cumplir con los requerimientos de los clientes.</p>	
<p>Preparación de materia prima</p>	<p>Antes de realizar cada producto se da paso a un proceso llamado “enconado” en el cual se parafina el material para evitar imperfecciones en el tejido.</p>	
<p>Tejido</p>	<p>Elaboración del tejido de punto mediante máquinas rectilíneas en este caso planas, es la etapa en la que se crea la malla que va a transformarse en sueter.</p>	
<p>Planchado</p>	<p>Es el proceso de termofijación de las telas después de que la maquinaria haya acabado de tejer, esto para evitar errores al momento de unir las piezas y que la prenda salga deforme.</p>	

<p>Corte</p>	<p>Una vez la pieza haya sido termofijada y dada la medida exacta, se procede a cortar las piezas tejidas según el patrón definido utilizando las medidas por parte del cliente y demás especificaciones adecuadas para el mercado de destino.</p>	
<p>Confección</p>	<p>Se ensamblan o unen las piezas mediante técnicas de costura industrial conocidas como “cosido” gracias a las maquinarias óptimas para realizar este proceso llamadas “overlock”. Aunque existen otros tipos de maquinaria para unir las piezas, las anteriormente mencionadas son las que se utilizan dentro de Doré</p>	
<p>Acabados</p>	<p>Se produce la termofijación del producto terminado, para seguir con la revisión, etiquetado y el respectivo control de calidad aplicado para cada producto</p>	
<p>Empaque</p>	<p>Se realiza el doblado, embalaje en su propio empaque y almacenamiento temporal para la entrega o para iniciar el proceso de exportación.</p>	

3. MATERIALES Y METODOS

3.1 Enfoque

El presente trabajo se plantea un enfoque cualitativo ya que se centra en analizar la situación en la que se encuentra la empresa Doré, mediante entrevistas dirigidas a actores importantes como los clientes mayoristas en Guatemala, el encargado de producción de la empresa o un experto en comercio exterior dentro de Ecuador.

Con la ayuda de estas respuestas se podrá comprender las condiciones operativas, comerciales y logísticas para desarrollar una propuesta de exportación directa

3.2 Metodología

La investigación es de tipo aplicada debido a que busca resolver un problema real al momento de desarrollar un plan de exportación directo al país de destino por parte de Doré.

Además es una investigación descriptiva ya que analiza el entorno actual en el que se encuentra la empresa, el mercado guatemalteco y los procesos logísticos que se involucran.

Finalmente se plantea una solución viable basada en el análisis realizado por lo que sería una metodología propositiva también

3.3 Población y muestra

La población objetivo de Doré esta compuesta por los clientes a los cuales les vende los productos quienes están ubicados en Guatemala y reciben los productos para su comercialización en el país de destino.

Como fuentes complementarias para este trabajo se necesitará las respuestas del Gerente de la empresa quien aportará la información estratégica y operativa del negocio y a un experto en temas aduaneros con el que se podrá hablar de temas como el cumplimiento de normativas aduaneras en el país de destino.

3.3.1 Personas seleccionadas para entrevista según perfil y función

Tabla 3 Listado de Personas a entrevistar

N°	Nombre Completo	Cargo / Rol
1	Liliana Elizabeth Arias Camuendo	Cliente Mayorista 1
2	Kevin Vega	Cliente Mayorista 2
3	Alejandra Almeida Rodriguez	Agente de aduanas
4	Joe Xavier Lima De La Torre	Encargado de producción de Doré

Elaborado por: Erick Lima

3.4 Tipo de muestra

En este estudio no se utiliza un método de muestreo, ya que la encuesta se aplicó a la totalidad del grupo identificado, conformado por los clientes mayoristas actuales de la empresa Doré que adquieren ropa tejida de punto con destino a Guatemala.

Dado que este grupo es limitado, accesible y especializado, se optó por incorporar a todos los participantes directamente implicados en el actual proceso de exportación, con la finalidad de recolectar datos completos y exactos desde todos los puntos de vista comerciales pertinentes.

3.5 Variables, Indicadores y Técnicas

Tabla 4 *Objetivos, variables, indicadores, técnicas*

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuente de información
Diagnosticar la capacidad operativa, logística y de recursos de la	Capacidad operativa exportadora	Infraestructura Maquinaria Mano de Obra	Entrevista semiestructurada, análisis documental	Gerente de la empresa Doré

<p>empresa Doré para ejecutar un proceso de exportación directa.</p>				
<p>Analizar el mercado objetivo en Guatemala, identificando la demanda, preferencias del consumidor y competencia relevante para definir la oferta exportable.</p>	<p>Comportamiento del mercado guatemalteco</p>	<p>Volumen de importaciones, hábitos de consumo de suéteres</p>	<p>Revisión de bases de datos, análisis de mercado</p>	<p>TradeMap, Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA).</p>
<p>Identificar los requisitos legales y aduaneros aplicables para la exportación de prendas textiles hacia Guatemala,</p>	<p>Normativa de acceso al mercado</p>	<p>Documentos requeridos, aranceles aplicables, barreras técnicas</p>	<p>Revisión documental, análisis legal</p>	<p>Superintendencia de Administración Tributaria (SAT),</p>

con el fin de asegurar el cumplimiento normativo.				
Diseñar una propuesta de exportación directa que incluya estrategias comerciales, logísticas y operativas adaptadas al mercado guatemalteco.	Estrategia de exportación	Modelo de distribución, propuesta logística, precios estimados	Benchmarking, análisis comparativo	Casos de estudio, entrevistas con expertos, experiencias previas de Doré
Evaluar la viabilidad económico-financiera del plan de exportación propuesto, considerando costos logísticos,	Rentabilidad del proyecto exportador	Costos totales, márgenes de ganancia, punto de equilibrio	Análisis financiero, simulaciones	Cotizaciones logísticas, costos internos, tarifas arancelarias

aranceles e ingresos proyectados.				
---	--	--	--	--

Elaborado por: Erick Lima

3.6 Resultados de Entrevistas

3.6.1. Análisis de las Entrevistas a Clientes Mayoristas

CLIENTES MAYORISTAS	
Pregunta	Análisis de las Respuestas
Para comenzar, podría contarnos un poco sobre su negocio ¿Qué tipo de prendas de vestir comercializa?	Principalmente los clientes finales en Guatemala prefieren prendas con un diseño llamativo y se enlaza perfectamente con los productos que ofrecemos dentro de Ecuador en ciudades como Otavalo el cual su estilo es más artesanal y en Atuntaqui en donde se destaca más su orientación hacia la moda textil.
¿Cómo conoció a la empresa Doré?	Los clientes manifiestan que conocieron la marca por medios digitales como las redes sociales y se han logrado comunicar con la empresa directamente para poder empezar a trabajar de manera conjunta.

<p>¿Cómo calificaría la calidad de los productos que ha recibido de Doré?</p>	<p>Se percibe la calidad de Doré como excelente por parte de los clientes, se resalta la durabilidad de las prendas y así genera confianza con los clientes.</p>
<p>¿Qué tipo de prendas son las que más venden en su mercado?</p>	<p>Dentro de Guatemala se vende más los suéteres de dama, con modelos juveniles y llamativos para resaltar las vestimentas típicas en el país de destino.</p>
<p>¿Desde hace cuánto tiempo compra productos a la empresa Doré?</p>	<p>Los clientes manifestaron que aproximadamente hace 2 o 3 años empezaron a trabajar con la marca y poco a poco se ha ido introduciendo en el mercado de destino, a pesar de que aún falta posicionar más a la marca en la mente del consumidor.</p>
<p>¿Con qué frecuencia realiza pedidos y qué cantidad promedio adquiere?</p>	<p>Aproximadamente los clientes realizan pedidos entre 1500 a 2500 prendas mensuales, dependiendo de la disponibilidad de tiempo dentro de la empresa por lo que es una señal de que existe una demanda del producto que podemos cubrir.</p>

<p>¿Cómo ha sido su experiencia con los tiempos de entrega y la logística actual?</p>	<p>La atención es buena por parte de la empresa aunque en ciertas ocasiones ha habido atrasos por parte de Doré y en otras ocasiones por parte de las agencias de carga, por lo que se debe mejorar estos aspectos para poder llegar a satisfacer las necesidades de todos los clientes.</p>
<p>¿Ha tenido alguna dificultad para recibir la mercadería desde Ecuador?</p>	<p>Si, por contratiempos que retrasan los vuelos, aduanas en el país de destino o problemas de logística se refleja la necesidad de una mejora en el tema de la logística internacional.</p>
<p>¿Cree que sería beneficioso trabajar directamente con Doré sin intermediarios? ¿Por qué?</p>	<p>Si, se podría reducir los costos y tener un mejor control en el tema de tiempos de entrega. Trabajar de manera directa reflejaría una mejora en la eficiencia de la empresa y atención personalizada para cada cliente.</p>
<p>¿Qué medio de comunicación utiliza con más frecuencia para coordinar sus pedidos con Doré?</p>	<p>Se utilizan más las videollamadas por el tema de estar ubicados en otro país, pero también los clientes en ocasiones visitan la empresa personalmente para revisar de primera mano los colores, diseños y</p>

	confirmación de los pedidos que van a realizar.
¿Qué aspectos valora más en el producto que usted vende: precio, calidad, diseño, cumplimiento de tiempos, otros?	Los clientes buscan un conjunto de calidad, precio y diseño, ya que en Guatemala el suéter ecuatoriano es conocido por ser uno de los de mejor calidad, buscan mantener ese estándar y fidelizar a sus clientes.
¿Qué sugerencias tendría para mejorar el servicio o la relación comercial con Doré?	Se podría mejorar la coordinación para evitar posibles atrasos y fortalecer una relación comercial.
¿Qué condiciones considera importantes para mantener una relación comercial estable con un proveedor extranjero?	Ambos clientes coinciden que la comunicación es de vital importancia para mantener una buena relación comercial entre la empresa y el cliente, genera confianza y demuestra transparencia.
¿Cuál es su percepción general del servicio que brinda Doré en comparación con otros proveedores ?	De igual los clientes coinciden que la atención que se recibe por parte de la empresa es un factor diferencial y muy importante en comparación con otros proveedores.

Elaborado por: Erick Lima

3.6.2. Análisis de la Entrevista al Encargado de Producción de Doré

ENCARGADO DE PRODUCCIÓN

Pregunta	Análisis
<p>Para empezar, ¿Cuál ha sido su experiencia que ha tenido en la producción de los productos de Doré?</p>	<p>Doré cuenta con un equipo de trabajo experimentado, una estructura de producción básica sólida que puede transformarse en una ventaja competitiva frente a otras marcas.</p>
<p>¿Qué herramientas utiliza para la planificación y seguimiento de productos dentro de la empresa?</p>	<p>Aunque existen procesos establecidos, el control todavía es manual y la compañía se apoya considerablemente en la experiencia del equipo que puede significar que una ventaja pero se puede perfeccionar con la digitalización.</p>
<p>¿Cuál es la capacidad de producción mensual actual de la empresa Doré?</p>	<p>La capacidad de instalación puede satisfacer la producción mensual prevista para exportación que es de 1.750 suéteres, sin embargo, será imprescindible optimizar la programación y disminuir los periodos de inactividad para atender los aumentos en la demanda.</p>
<p>¿Cómo se gestionan los pedidos cuando hay demanda alta o urgente?</p>	<p>Se debe hacer todo lo posible por satisfacer a cliente, por lo que muchas veces se trabaja en varias jornadas y se maximiza la</p>

	<p>producción, de esta manera se trata de satisfacer al cliente.</p>
<p>¿Cuáles son los procesos más críticos o demorados en la producción?</p>	<p>Es evidente que las fases más sensibles se encuentran en el tejido y en los terminados. Cuando existen fallos en estas secciones, todo el procedimiento se demora, por lo que es demasiado importante cuidar los detalles desde el comienzo.</p>
<p>¿Considera que la empresa está preparada para asumir una exportación directa? ¿Por qué?</p>	<p>El responsable sostiene que sí es posible exportar directamente, aunque también admite que existen aspectos a mejorar, esto demuestra que la compañía posee potencial, pero todavía necesita modificar algunos procedimientos antes de dar el siguiente paso.</p>
<p>¿Qué maquinaria o equipo considera esencial para mantener o aumentar la productividad actual?</p>	<p>Las máquinas actuales son operativas, sin embargo, el responsable percibe que con herramientas más avanzadas se podría realizar un trabajo más ágil y con menos fallos.</p>
<p>¿Existen tiempos muertos o de baja producción que podrían aprovecharse para exportación?</p>	<p>La compañía reconoce que existen periodos en los que la demanda local disminuye, y que en esos instantes se podría utilizar la</p>

	<p>habilidad para cubrir mercados internacionales.</p>
<p>¿Cómo se realiza el control de calidad actualmente? ¿Es suficiente para mercados internacionales?</p>	<p>La supervisión de calidad se realiza visualmente con la ayuda del personal con experiencia previa, sin embargo, para exportar, sería conveniente formalizar más este procedimiento y garantizar que cada prenda se ajuste a las regulaciones internacionales.</p>
<p>¿Cómo manejan la variabilidad en la demanda de modelos o tallas durante la producción?</p>	<p>Las modificaciones de modelos o tallas se gestionan semanalmente, en función de lo solicitado. A pesar de la flexibilidad de Doré, en ocasiones esto dificulta la programación establecida, por lo que planificar con mayor antelación podría prevenir modificaciones de última hora.</p>
<p>¿Cuál es el tiempo promedio que toma producir un lote estándar de suéteres según la demanda de sus clientes?</p>	<p>Es razonable el tiempo que toma sacar un lote de suéteres, pero puede fluctuar si se requiere mucho trabajo. Por lo tanto, si se exporta de manera constante, se debe garantizar que siempre se pueda cumplir con los plazos establecidos.</p>

<p>¿Qué procesos generan más desperdicio o retrabajo en la planta?</p>	<p>Los fallos en la configuración de las máquinas o las averías en la confección producen desperdicio y una labor duplicada.</p> <p>Esto puede optimizarse si se fortalece la revisión en cada fase y se proporciona una mejor formación al equipo.</p>
<p>¿Cómo se gestiona el mantenimiento de las máquinas y con qué frecuencia?</p>	<p>Las máquinas son objeto de mantenimiento constante, lo que se considera adecuado.</p> <p>Sin embargo, cuando existen fallos significativos, se requiere asistencia externa. Tener a alguien del equipo capaz de resolver problemas técnicos sería un gran avance.</p>
<p>¿Qué tan capacitado considera que está el personal para asumir nuevos retos de producción?</p>	<p>El equipo cuenta con gran experiencia en práctica, lo que resulta de gran valor. Sin embargo, si la compañía aspira a expandirse o a exportar, sería conveniente invertir en formación más técnica para que sean capaces de afrontar nuevos retos con confianza.</p>

Elaborado por: Erick Lima

3.6.3. Análisis de la Entrevista a la Agente de Aduanas

AGENTE DE ADUANAS

Pregunta	Respuesta
Antes de comenzar, ¿podría contarnos brevemente sobre su experiencia profesional en el ámbito aduanero y su relación con el comercio exterior?	43 años en todo el sector de comercio exterior es experiencia suficiente para conocer los procesos reales que conlleva todo este proceso
¿Qué requisitos generales debe cumplir una empresa ecuatoriana para exportar productos textiles?	La base de cualquier exportación es la documentación formal que debe hacerse como por ejemplo una factura comercial, listas de empaque, certificados de origen, etc.
¿Cuáles son los documentos obligatorios que se deben presentar en el proceso de exportación?	La factura comercial, listas de empaque y certificados de origen son primordiales para poder realizar una exportación correctamente.
¿Cómo funciona el sistema ECUAPASS para la gestión de exportaciones?	Es la plataforma aduanera que se utiliza aquí en el Ecuador en donde sí se sabe utilizar de una correcta manera puedes ser una ayuda, pero de lo contrario si no se lo sabe usar se puede convertir en un obstáculo
¿Qué errores son más comunes entre las pequeñas empresas cuando intentan exportar por primera vez?	La agente de aduanas supo decirnos que en la parte que más se equivocan es en el momento de hacer las facturas y se debe

	codificar la mercancía para un mejor manejo.
¿Qué aspectos debe considerar una empresa que desea pasar de una exportación indirecta a una directa?	Se debe tener un buen control logístico dentro de la empresa para poder evitar inconvenientes al momento de iniciar el proceso de exportación, por ejemplo evitar retrasos o contratiempos que se podrían evitar con una buena logística.
¿Cuáles son los costos asociados al proceso aduanero de exportación?	Para poder llegar a Guatemala se paga el arancel establecido pero además existen rubros a pagar como por ejemplo los honorarios de un agente de aduanas, servicios de bodega y certificaciones
¿Cuánto tiempo suele tomar una exportación textil desde Ecuador hacia Centroamérica?	Todo depende de cómo esté la disponibilidad por parte de las aerolíneas, si rápidamente se logra encontrar vuelos la exportación puede llegar a durar 3 días como máximo
¿Hay requisitos específicos para exportar prendas textiles a Guatemala?	No existen requisitos específicos para poder exportar este producto, solamente presentar el certificado de origen para poder acceder a las preferencias arancelarias que

	se le otorgan dependiendo en el acuerdo comercial en el que se encuentre.
¿Qué recomendaciones daría a una empresa textil que está planificando su primera exportación directa?	Básicamente se le recomendó a la empresa costear bien todo este proceso, mantener la calidad que ya se ha venido trabajando con el cliente y cumplir con los pedidos y necesidades del cliente

Elaborado por: Erick Lima

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se recolectaron datos esenciales mediante entrevistas con clientes mayoristas en Guatemala, el personal administrativo de la compañía y especialistas en comercio internacional. Los hallazgos indicaron que en el mercado de Guatemala hay una demanda continua por prendas tejidas, en particular aquellas que fusionan calidad, diseño y un valor artesanal.

Uno de los descubrimientos más significativos fue el reconocimiento que ya gozan los productos de Doré en Guatemala, aunque actualmente se exportan de forma indirecta con la ayuda de agencias de carga.

Los consumidores aprecian la estética y los diseños que tienen los modelos de Doré, la diversidad de colores y la relación entre calidad y precio. No obstante, también expresaron inquietudes vinculadas con los plazos de entrega, la uniformidad en los pedidos y la interacción con la compañía.

El estudio financiero conformó que si existe una factibilidad del modelo de exportación directa, posibilitando que Doré incremente sus márgenes de beneficio, disminuya los gastos logísticos y tenga más dominio sobre sus procedimientos. En el ámbito operativo, se determinó

que la compañía dispone de maquinaria apropiada, capacidad productiva y personal formado, aunque requiere robustecer su estructura en asuntos relacionados con el comercio internacional.

Estos hallazgos concuerdan con investigaciones anteriores acerca del potencial del mercado de Guatemala para productos textiles hechos a mano, y apoyan la noción de que una estrategia de exportación adecuadamente diseñada puede ser esencial para el desarrollo global de una microempresa de Ecuador.

5. PROPUESTA

5.1. Propuesta Administrativa

5.1.1. Nombre de la empresa

La empresa se denomina “Doré” la cual es una microempresa ecuatoriana ubicada en la ciudad de Atuntaqui, Doré se dedica a la confección de prendas tejidas de punto, especialmente suéteres.

Doré cuenta con una trayectoria que empezó desde 1996 y poco a poco ha logrado posicionarse en el mercado nacional por la calidad de sus prendas

5.1.2. Logotipo

Figura 11 Logotipo actual de la empresa



Elaborado por: Erick Lima

El logotipo actual de Doré representa la identidad visual de la empresa.

Este símbolo gráfico es utilizado en etiquetas, empaques, catálogos y material promocional, proyectando una imagen juvenil entre los consumidores y fácil de reconocer dentro del mercado

5.1.3. Misión

Ofrecer prendas tejidas de punto con diseño, confort y calidad, manteniendo procesos responsables y artesanales, que reflejan la tradición textil ecuatoriana y satisfacen las necesidades de clientes nacionales e internacionales.

5.1.4. Visión

Ser reconocidos como una empresa líder en el diseño y exportación de prendas tejidas de punto, con presencia consolidada en mercados internacionales y compromiso con la innovación, el desarrollo local y la sostenibilidad.

5.1.5. Organigrama

Con la finalidad de fortalecer la capacidad de Doré en el tema de exportación directa sin la necesidad de intermediarios, se ha propuesto la creación de un nuevo cargo dentro de la empresa el cual tiene la responsabilidad de dar soluciones a los problemas que se presenten en el tema de comercio internacional

Se ha propuesto como nombre “Encargado de Comercio Internacional”, el cual brinda soluciones tanto a la empresa en temas como procesos aduaneros, trámites en el sistema ECUAPASS, como a los clientes también manteniéndose en contacto constantemente y brindando la asistencia necesaria.

Figura 13 Análisis FODA de la empresa Doré



Elaborado por: Erick Lima

5.1.7. Manual de funciones

Al proponer el nuevo cargo dentro de Doré, en la siguiente tabla se presenta únicamente el manual de funciones de dicho cargo, ya que los demás roles dentro de la empresa no tienen ningún movimiento dentro de sus tareas

Tabla 5 Manual de Funciones del Encargado de Comercio Exterior

Nombre del cargo	Encargado de Comercio Exterior
Departamento	Departamento de Comercio Exterior

Nivel jerárquico	Reporta directamente al Gerente General
Objetivo del cargo	Planificar, coordinar y ejecutar las actividades relacionadas con el proceso de exportación directa de prendas tejidas de punto hacia el mercado internacional, asegurando el cumplimiento de requisitos legales, logísticos y comerciales, haciendo énfasis en fortalecer las relaciones con clientes mayoristas y la apertura de nuevos mercados.
Funciones generales	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar todas las actividades relacionadas con el proceso de exportación de productos terminados. • Gestionar y mantener contacto directo con los clientes mayoristas en el exterior. • Supervisar el cumplimiento de normativas aduaneras y comerciales de Ecuador y del país de destino. • Realizar seguimiento a la logística internacional: embalaje, transporte, despacho aduanero y entrega. • Proponer estrategias comerciales para el posicionamiento del producto en el mercado objetivo.
Funciones específicas	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar la documentación requerida para la exportación (factura comercial, listas de empaque, certificado de origen, declaración juramentada de origen, etc.). • Manejar el sistema ECUAPASS para la declaración y control de exportaciones. • Contactar y coordinar con agentes de aduana y transportistas. • Analizar tendencias de mercado y precios internacionales.

	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en la elaboración de catálogos digitales para clientes extranjeros. • Atender solicitudes, reclamos o dudas de los compradores en el exterior. • Coordinar con el área de producción para cumplir con tiempos de entrega. • Elaborar reportes de exportaciones realizadas y proyecciones mensuales.
<p style="text-align: center;">Perfil recomendado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Formación en Comercio Exterior, Negocios Internacionales, Logística o carreras afines. • Conocimiento práctico del sistema ECUAPASS y procesos aduaneros. • Habilidad para negociar con clientes y proveedores internacionales. • Capacidad organizativa y poseer un dominio de herramientas digitales. • Alta responsabilidad y orientación a resultados.

Elaborado por: Erick Lima

5.2 Estudio de mercado

5.2.1 Guatemala

Guatemala es un país ubicado en Centroamérica el cual es reconocido por su diversidad cultural, riqueza natural y economía emergente. Su ubicación es estratégica dentro del mapa

mucdías y su apertura comercial con diferentes países convierten a Guatemala en un destino atractivo para el intercambio de bienes con países de la región.

Figura 14 *Bandera de Guatemala*



Fuente: Central Intelligence Agency (CIA)

Figura 15 *Mapa de localización de Guatemala*



Fuente: Central Intelligence Agency (CIA)

Figura 16 *Mapa de Guatemala*



Fuente: Central Intelligence Agency (CIA)

5.2.2 Descripción General del Mercado Guatemalteco

5.2.2.1. Datos Generales del País

Tabla 6 Datos generales de Guatemala

ASPECTO	INFORMACIÓN
Nombre oficial	República de Guatemala
Capital	Ciudad de Guatemala
Idioma oficial	Español (además de 23 lenguas indígenas reconocidas)
Población total	18,2 millones (2024 est.)
Moneda	Quetzal (GTQ)
Presidente actual	Bernardo Arévalo (desde enero 2024)
Tipo de gobierno	República presidencial

Independencia

15 de septiembre de 1821

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA)

Elaborado por: Erick Lima

5.2.2.2. Ubicación Geográfica y Características

- Guatemala se encuentra en América Central, limita con México, Belice, Honduras y El Salvador. (The World Factbook, 2025)
- Cuenta con costa en el Pacífico y el Caribe, lo que la convierte en un punto estratégico para el comercio. (The World Factbook, 2025)
- Su clima es tropical en las tierras bajas y templado en las tierras altas. (The World Factbook, 2025)
- El país tiene una diversidad geográfica marcada por cadenas montañosas, volcanes y selvas. (The World Factbook, 2025)

5.2.2.3. Indicadores Económicos Relevantes

Tabla 7 Indicadores económicos de Guatemala

INDICADOR	VALOR (ÚLTIMO DISPONIBLE)
PIB (PPA)	USD 224,5 mil millones (2023)
PIB per cápita (PPA)	USD 12.400
Tasa de crecimiento PIB real	3,5 % (2023)
Inflación	2,9 % (2024)
Tasa de desempleo	2,2 % (2024)
Principales productos exportados	Prendas de vestir, café, azúcar, banano, aceite de palma

Socios comerciales principales EE.UU., El Salvador, Honduras, México

Nota: PPA significa Paridad del Poder Adquisitivo

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA)

Elaborado por: Erick Lima

La siguiente tabla resume los principales indicadores y datos relacionados con el comercio exterior de Guatemala, extraídos del análisis del país. Estos datos son relevantes para evaluar la viabilidad de exportar productos textiles desde Ecuador.

5.2.2.4. Indicadores de Comercio Exterior

Tabla 8 *Indicadores de Comercio Exterior de Guatemala*

INDICADOR	VALOR / DESCRIPCIÓN
Exportaciones (USD)	15.930 millones (2023)
Importaciones (USD)	29.530 millones (2023)
Principales productos exportados	Prendas de vestir, café, azúcar, banano, aceite de palma
Principales productos importados	Combustibles, maquinaria, productos farmacéuticos, textiles, vehículos
Principales destinos de exportación	Estados Unidos, El Salvador, Honduras, México
Principales países de origen de importaciones	Estados Unidos, China, México, El Salvador
Tasa arancelaria promedio aplicada (NMF)	5.2 %

Tratados de libre comercio	CAFTA-DR (EE. UU. y Centroamérica), TLC con México, Colombia, y Chile
Zona Franca / Regímenes especiales	Zonas Francas disponibles para empresas exportadoras

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA)

Elaborado por: Erick Lima

5.2.2.5 Análisis del comportamiento del consumidor guatemalteco

Para que una exportación pueda llegar a tener éxito, es importante conocer y saber como piensan y se comportan los consumidores y clientes en el país de destino que en este caso es Guatemala.

Los consumidores guatemaltecos suelen preferir comprar en ferias o mercados locales en donde buscan precios accesibles y prendas de buena calidad, además dado que Guatemala en su gran mayoría tiene un clima templado y frio es una buena opción en satisfacer esta necesidad básica.

En el caso específico de los sueteres hay una buena oportunidad de negocio ya que las prendas de hilo no solamente cumplen con su función de abrigo, si no que tambien buscan un diseño llamativo, colores y estilos tradicionales hacen que los consumidores guatemaltecos busquen constantemente nuevas opciones de prendas que destacan el diseño artesanal.

Por otra parte el comportamiento de los clientes mayoristas, aparte de el diseño, colores, precio y calidad valoran otros aspectos clave en el comercio internacional como:

- Que los productos lleguen a tiempo a Guatemala
- Que se mantengan los precios y calidad en cada uno de los pedidos que ellos realizan

- Debe existir una buena comunicación con el proveedor

Dicho esto, si Doré ofrece prendas de buena calidad con las demás especificaciones mencionadas anteriormente, más los aspectos que se necesitan para cumplir con las expectativas de un cliente internacional, Doré tiene muchas posibilidades de conquistar al consumidor dentro del mercado guatemalteco.

5.2.2.6 Análisis de oportunidades y barreras de entrada al mercado guatemalteco

Para poder llegar de manera exitosa a un país es indispensable analizar aspectos como oportunidades y barreras dentro de este mercado.

Este análisis permite tomar decisiones más acertadas, reducir el riesgo y estar preparados ante cualquier situación en el mercado.

Tabla 9 *Oportunidades de entrada en el mercado Guatemalteco*

OPORTUNIDADES	
Demanda existente	Guatemala ya importa prendas de hilo y productos similares por lo que hay un mercado abierto para este tipo de productos
Afinidad cultural	La cultura guatemalteca tiene varias similitudes con la cultura ecuatoriana, específicamente con las raíces indígenas, por lo que esto facilita la aceptación del producto.
Relación comercial con Ecuador	A pesar de que Ecuador y Guatemala no tienen un acuerdo comercial directo, tienen un acuerdo regional firmado llamado “ALADI/AAP.CE/A25TM/42” el cual está en el marco de la Aladi.

Valor artesanal	Doré tiene la capacidad de producir sueter con diseños artesanales y basados en la necesidad del cliente por lo que se puede diferenciar de productos de otros países como los chinos.
------------------------	--

Elaborado por: Erick Lima

Tabla 10 *Barreras de entrada en el mercado guatemalteco para la empresa Doré*

BARRERAS	
Competencia asiática	Dentro de Guatemala ya existen productos chinos, los cuales son competencias fuertes por su bajo precio.
Costos logísticos	El transporte internacional, empaques y trámites aduaneros pueden llegar a significar un gasto fuerte para una empresa pequeña ya que al ser una primera exportación directa hacia otro país pueden haber errores o la necesidad de contratar un agente de aduanas para poder cumplir con el proceso de exportación.
Bajo conocimiento de la marca	A pesar de ya tener clientes en Guatemala, la marca aún no logra posicionarse dentro del mercado, por lo que se deberá trabajar en su posicionamiento ya que la empresa no lleva mucho tiempo en el mercado.

Elaborado por: Erick Lima

Realizado este análisis la exportación directa hacia Guatemala si representa una buena oportunidad para exportar sueteres de manera directa, pero es muy importante que la empresa esté lista para para afrontar diferentes desafíos logísticos y comerciales.

5.3. Propuesta de exportación

5.3.1. Modalidad de exportación

Para Doré se propone la modalidad de exportación directa, esto significa que la empresa será la encargada de enviar sus productos directamente al cliente en Guatemala, sin la necesidad de agencias de carga que gestionen el proceso por ella.

Hasta el momento, Doré ha trabajado con clientes guatemaltecos a través de agencias de carga que se encargan de empacar, documentar y enviar la mercadería.

A pesar de que este proceso ha permitido mantener una relación comercial activa, limita el control que la empresa tiene sobre el proceso de exportación, los costos reales y la comunicación con el cliente en el tema de la logística del producto.

Con la propuesta de exportación directa se busca que Doré pueda:

- Tener una relación comercial más cercana y personalizada con sus clientes en Guatemala.
- Negociar directamente precios y condiciones de entrega.
- Mejorar su margen de ganancia al eliminar costos de intermediación.
- Obtener mayor conocimiento y experiencia en procesos internacionales.

La modalidad de exportación directa requiere que la empresa cuente con al menos una persona encargada del comercio exterior que se ha planteado en el nuevo departamento creado para la empresa.

Dado que ya existe una relación de confianza con los clientes en Guatemala, la exportación directa no representa una barrera comercial, sino más bien una oportunidad para empezar con las operaciones de comercio internacional y fortalecer el posicionamiento de la marca Doré en el mercado guatemalteco.

5.3.2 País de destino

El país al que se dirige la propuesta de exportación es Guatemala, país que ha sido seleccionado por su ubicación estratégica en América Central y también por la experiencia previa de la empresa Doré con clientes mayoristas de este país.

Aunque hasta ahora los envíos se han realizado mediante intermediarios y agencias de carga, la relación comercial con Guatemala ya existe y ha demostrado ser sostenible y creciente con el paso de los años.

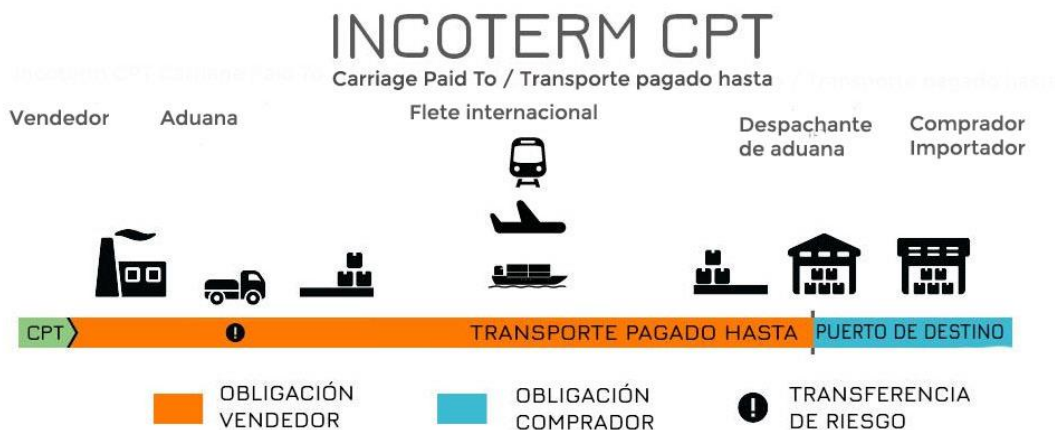
5.3.4 Incoterm propuesto

5.3.4.1 CPT

Toda la mercadería que adquieren los clientes de Doré, llegan a Guatemala a través de transporte aéreo, se utiliza el transporte aéreo ya que a pesar de no ser un producto perecible, tiene la necesidad de llegar rápido al punto de destino que en este caso es Guatemala.

Dentro de la propuesta de exportación Doré ha optado por elegir el Incoterm Carried Paid To (CPT), el cual es muy adecuado para transporte aéreo que se utiliza para los envíos y de esta manera la empresa mantiene el control del transporte internacional hasta el lugar de destino acordado con el cliente.

Con el uso de CPT, Doré asume con los costos de transporten internacional involucrando este proceso desde su planta de producción hasta el aeropuerto de llegada en Guatemala.

Figura 17 Incoterm CPT

Fuente: Global Group International

Una vez que la mercadería es entregada al transportista en el Ecuador, el riesgo se transmite al cliente mayorista en Guatemala, quien se encarga del proceso de desaduanización de la mercancía y del transporte interno en el país de destino.

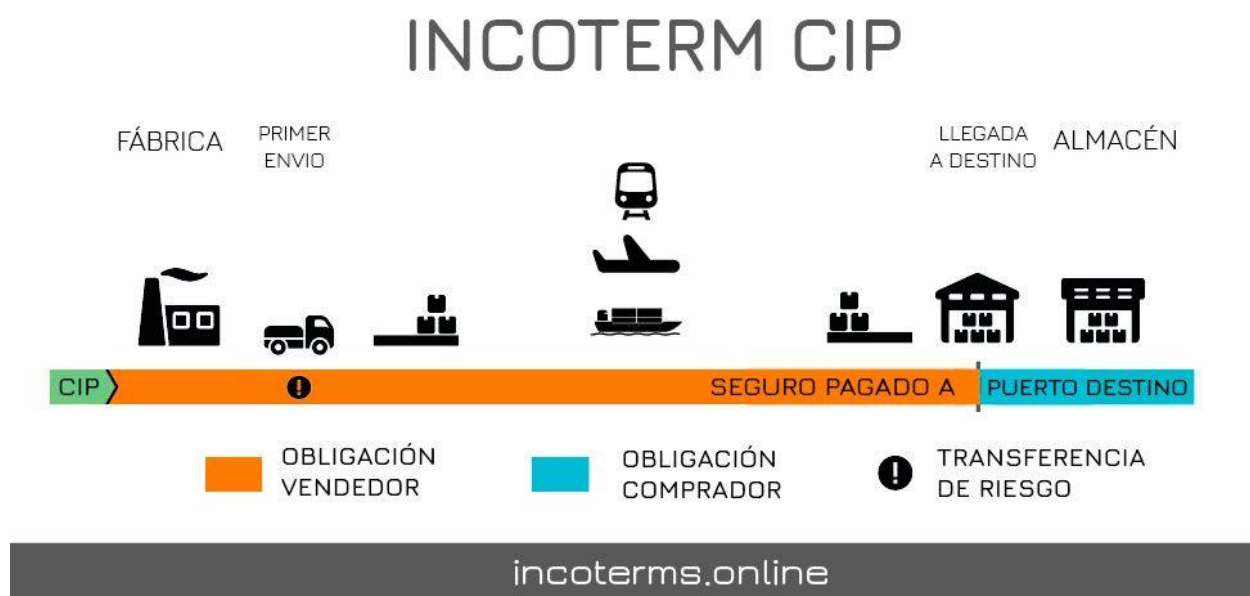
Tabla 11 Responsabilidades por ambas partes en Incoterm CPT

RESUMEN DE LAS RESPONSABILIDADES SEGÚN EL INCOTERM (CPT)	
Elemento	Responsable
Documentos de exportación.	Doré
Transporte nacional dentro de Ecuador.	Doré
Transporte aéreo internacional.	Doré
Seguro del envío.	Opcional
Desaduanización en Guatemala.	Cliente
Pagos de tributos en el país de destino.	Cliente
Transporte interno en Guatemala.	Cliente

5.3.4.2 CIP

Sin embargo, en la evaluación financiera también se tomó en cuenta la opción de utilizar el Incoterm Carriage and Insurance Paid To (CIP) como opción factible. En contraste con el CPT, el Incoterm CIP incorpora, además del transporte internacional, el seguro de envío, lo que supone un valor añadido para el cliente, en particular si se producen pérdidas o daños durante el viaje. Aunque supone un gasto extra para Doré, esta alternativa también fortalece la imagen de profesionalidad y compromiso frente a los compradores a nivel internacional. El Incoterm CIP se propone como una táctica futura o bajo pedido especial, si algunos clientes requieren asegurar la carga para concluir negociaciones.

Figura 18 *Incoterm CIP*



Fuente: Global Group International

Tabla 12 *Responsabilidades por ambas partes en Incoterm CIP*

RESUMEN DE LAS RESPONSABILIDADES SEGÚN EL INCOTERM (CIP)	
Elemento	Responsable

Documentos de exportación.	Doré
Transporte nacional dentro de Ecuador.	Doré
Transporte aéreo internacional.	Doré
Seguro del envío.	Doré
Desaduanización en Guatemala.	Cliente
Pagos de tributos en el país de destino.	Cliente
Transporte interno en Guatemala.	Cliente

5.3.5 Documentación y requisitos

Tabla 13 Documentación necesaria para entrar a Guatemala

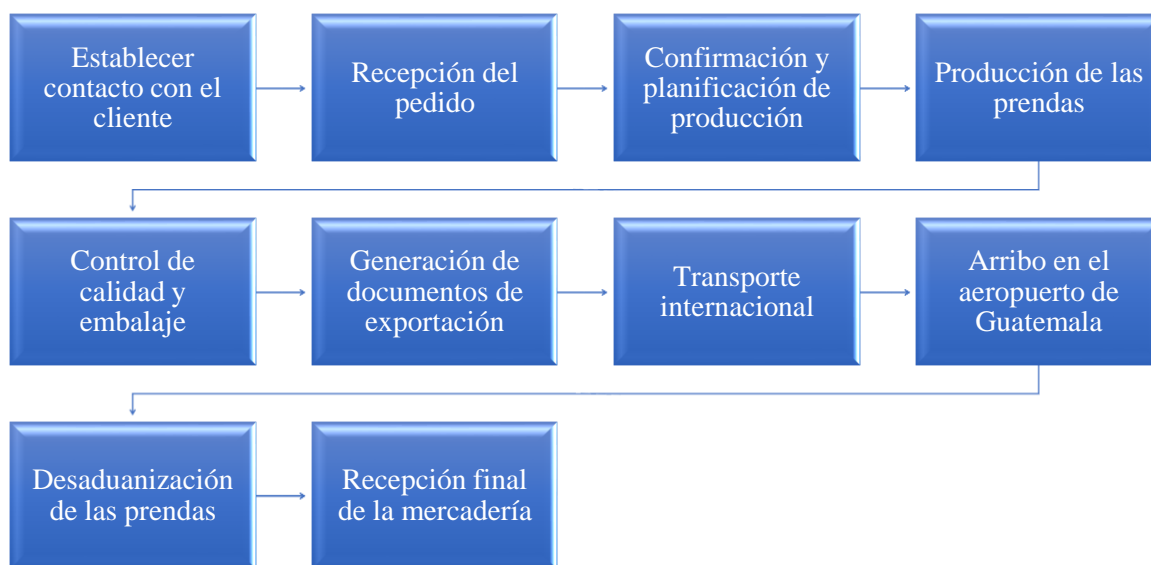
DOCUMENTACIÓN ADUANERA	
Factura Comercial	Contiene la descripción detallada del producto, cantidades, precios, datos del exportador y del importador guatemalteco.
Lista de empaque	Documento complementario que detalla cómo están distribuidos los productos (cajas, peso, volumen).
Declaración Juramentada de Origen (DJO)	Se emite para demostrar que los productos fueron fabricados en Ecuador y es necesario si se quiere acceder a preferencias arancelarias bajo acuerdos como el ALADI.
Certificado de Origen (CO)	Se da una vez se haya comprobado la Declaración Juramentada de Origen y sirve para demostrar que el producto es originario del país de exportación
Guía de remisión	Documento que ampara el traslado de la mercadería dentro del territorio nacional antes de ser embarcada.

Declaración aduanera de exportación (DAE) Se presenta a través del sistema ECUAPASS, donde también se cargan los documentos mencionados anteriormente.

Elaborado por: Erick Lima

5.3.6 Proceso de exportación

Figura 19 Proceso básico de exportación hacia Guatemala

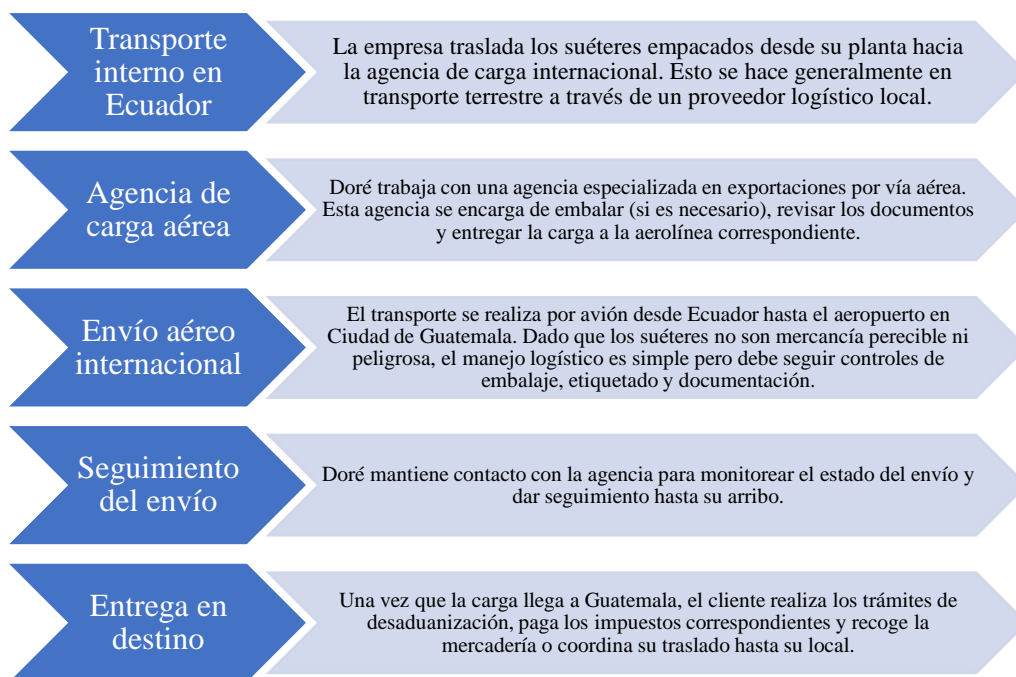


Elaborado por: Erick Lima

5.3.7 Logística y transporte

La logística puede considerarse un aspecto clave dentro de los negocios internacionales, y más cuando una empresa opta por el modelo de exportación directa.

Para que un cliente este satisfecho con sus necesidades, debemos cumplir con los plazos establecidos, su mercadería llegue en buen estado, tal como se lo fabricó y dentro de lo que se ha llegao en el acuerdo.

Figura 20 *Logística básica para entrar al mercado guatemalteco*

Elaborado por: Erick Lima

5.3.8. Resumen Técnico de Exportación del Producto

Tabla 14 *Resumen Técnico*

RESUMEN TÉCNICO DE EXPORTACIÓN	
Nombre Comercial	Suéter Modelo 16 Cuello Redondo
Subpartida Arancelaria	6110.30.10.00
Nombre Técnico	Suéteres (jerseys), «pullovers», cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto.
Incoterm	CPT / CIF (Depende la preferencia del cliente)
Acuerdo Comercial	ALADI/AAP.CE/A25TM/42
Documentos Requeridos	Factura Comercial, lista de empaque, Declaración Juramentada de Origen (DJO), Certificado de Origen

	(CO), guía de remisión, declaración aduanera de exportación (DAE)
Tipo de Transporte	Aéreo
Aerolínea	Copa Cargo Airlines
Arancel Aplicado	15%
Arancel Preferencial	10,5%

Elaborado por: Erick Lima

5.4 Propuesta Comercial

La propuesta comercial plantea una estrategia comercial enfocada en posicionar los productos de la empresa Doré en el mercado guatemalteco de forma efectiva.

Dado que ya existe una relación comercial con clientes mayoristas en Guatemala, esta propuesta busca fortalecer ese vínculo, estructurando mejor la oferta y consolidando el proceso de internacionalización.

La propuesta se desarrolla bajo los componentes del modelo de las 4P del marketing mix enfocado en productos y adaptado al contexto de exportación directa.

5.4.1. Producto

La empresa Doré ofrece suéteres tejidos de punto elaborados con hilo acrílico de alta calidad, principalmente utilizando hilos adquiridos de una empresa nacional, específicamente de la empresa “Hilacril” ubicada en la ciudad de Quito la cual se ha convertido en la principal proveedora de hilo de la empresa Doré.

Los productos de Doré combinan diseño, comodidad y durabilidad, lo que los hace ideales para el mercado guatemalteco, la propuesta de valor se basa en la personalización de diseños según la necesidad y especificaciones que tenga el cliente, variedad de colores y

acabados de calidad, manteniendo precios competitivos frente a productos que llegan hacia Guatemala desde mercados internacionales como por ejemplo puede ser el caso de los productos chinos o mexicanos.

5.4.1.1. Ficha Técnica

Dentro de una empresa textil debe haber una ficha técnica en la cual se puedan observar las características principales y las propiedades que debe tener el producto antes de ser comercializado.

Tabla 15 *Ficha técnica del Modelo 16*

	FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO
	
CARACTERÍSTICAS	DETALLE

Producto	Suéter tejido de punto
Subpartida	6110301000
Modelo	16 Cuello Redondo
Composición	100% hilo acrílico
Tallas disponibles	Talla Única / Talla Standar
Colores disponibles	Variedad según temporada o necesidad del cliente
Técnica de tejido	Tejido en máquina rectilínea Stoll 7.2
Acabado	Planchado a vapor, doblado y empaquetado individualmente
Etiquetado	<ul style="list-style-type: none"> • Etiqueta de tela (Marca) • Etiqueta lateral (contiene: país de origen, cuidados de lavado.) • Etiqueta de cartón
Uso recomendado	Diario, entretiempo, reuniones familiares/amigos.
Vida útil estimada	3 a 5 años bajo condiciones normales de uso
País de origen	Ecuador

Elaborado por: Erick Lima

5.4.1.2.Embalaje

Para la exportación aérea hacia el mercado guatemalteco, las prendas serán empacadas de la siguiente manera

El producto se lo enfunda en bolsas plásticas transparentes una funda por cada suéter, cada paquete tiene un contenido de 100 fundas cada uno.

Figura 21 *Funda plástica 10x16*



Fuente: Imporfactory

En cada funda grande se colocan 70 prendas previamente enfundadas, color por color y según cada modelo

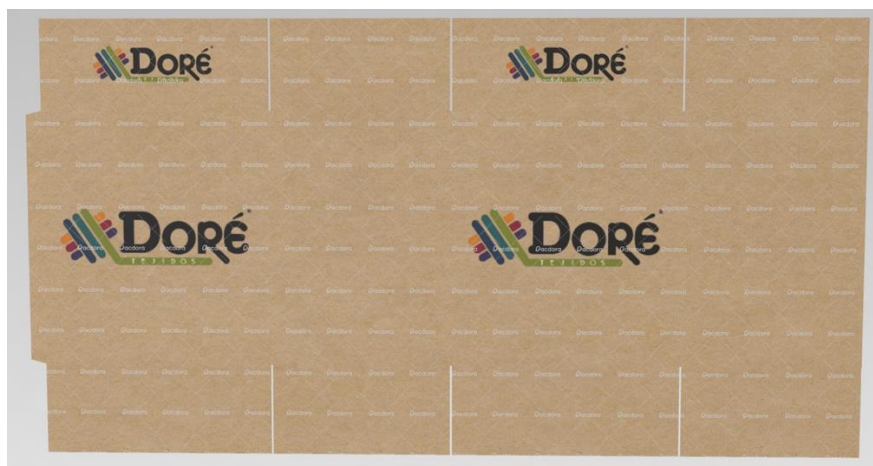
Figura 22 *Funda quintalera*



Fuente: Importfactory

Finalmente de cada funda de 70 prendas se colocan en cartones corrugados con medidas de 70cm de ancho, 55cm de fondo y 80cm de altura, con el logotipo de la marca en el centro de la caja.

Figura 23 Modelo de caja para exportación desarmada



Elaborado por: Erick Lima

Figura 24 Caja para exportación armada



Elaborado por: Erick Lima

5.4.2. Precio

El precio de exportación sugerido para los suéteres tejidos de punto modelo 16 es de USD 11,59 por unidad, estimado teniendo en cuenta los gastos de producción, logística, empaquetado y transporte bajo el Incoterm CIF. Este precio abarca el margen de ganancia previsto por la compañía, que es del 35%, lo que posibilita a Doré lograr un beneficio equitativo sin sacrificar su competitividad en el mercado.

El precio se ha establecido después de estudiar la conducta del consumidor guatemalteco y la disponibilidad actual de productos parecidos. Pese a la rivalidad asiática, Doré opta por un producto distintivo, que destaca por su valor artesanal y personalización, lo que respalda el precio establecido.

Además, el costo resulta atractivo para los clientes mayoristas que buscan productos de alta calidad, sin tener que enfrentar costos elevados en logística o aranceles.

5.4.3. Plaza

El método de distribución sugerido para la exportación directa será entre el cliente mayorista y el usuario final. Los suéteres se distribuirán de manera directa desde la fábrica de Doré a los comerciantes mayoristas en la Ciudad de Guatemala y otras áreas urbanas del país. Estos distribuidores mayoristas se encargan de la distribución en el mercado de Guatemala mediante comercios físicos o ventas en ferias.

El uso del transporte aéreo asegura una entrega más rápida, lo que resulta crucial teniendo en cuenta que los pedidos deben ajustarse a las temporadas y tendencias del mercado. Además, se crea una relación más directa y personalizada entre Doré y sus distribuidores, lo que facilita una mejor coordinación de los tiempos de producción y entrega, y una respuesta más rápida a la demanda.

5.4.4. Promoción

La estrategia de promoción se centrará totalmente en los medios digitales y el marketing de relaciones con los clientes con los que ya cuenta la empresa.

Se emplearán plataformas sociales como Instagram y Facebook para exhibir los diseños nuevos de los suéteres, la trayectoria de la marca y el método de fabricación artesanal. Estos medios posibilitan establecer una conexión emocional con los clientes y exhibir el valor añadido del producto.

Además, se colaborará con los mayoristas de Guatemala para llevar a cabo promociones conjuntas, participar en ferias de textiles locales y la distribución de catálogos digitales con las últimas novedades de la temporada.

6. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

6.1 DATOS DE ENTRADA

Dentro de este punto se presentan todos los parámetros financieros y productivos que se desarrollan dentro de la empresa Doré para guiar el análisis económico del proyecto de exportación de las prendas desde Ecuador hacia el mercado guatemalteco.

- **PRODUCCIÓN**

La Empresa desea producir 1750 prendas mensualmente de su producto base el cual se denomina (Buso 16 Cuello Redondo), representando una producción anual de 21000 prendas.

Esta producción está basada en la capacidad instalada de maquinaria que posee Doré, el personal que labora dentro de la fábrica y la demanda estimada en nuestro mercado objetivo.

Cada suéter tiene un peso aproximado de 350 gramos, por lo que la producción anual estimada equivale aproximadamente a 7,35 toneladas de producto terminado.

La principal materia prima que se utiliza para fabricar las prendas es hilo 100% acrilico y representa aproximadamente el 35% del costos indirecto de fabricación que tiene la prenda.

- **INVERSIÓN**

La empresa contará con una inversión inicial de 16,635,03 dólares americanos.

PRECIO

La empresa pretende obtener un margen de utilidad del 35%.

- **FINANCIAMIENTO**

La inversión inicial estará constituida por el capital propio de la empresa en un 39,89% y el 60,11% restante se financiará a través de la entidad financiera “Banco Internacional”

El financiamiento se realizará a través del Banco Internacional a una tasa de interés del 11,78% con una garantía hipotecaria a un plazo de 2 (amortización mensualmente).

Para el presupuesto de costos y ventas se tomará en consideración el crecimiento ponderado del mercado, obtenido mediante los datos históricos analizados en el estudio de mercado el cual es de 23% y se cuenta con una tasa de inflación del 1,32% como promedio ponderado de los últimos 5 años.

Para determinar el presupuesto de gastos se tomará en cuenta la tasa de crecimiento promedio anual de los salarios, el cual es de 4,13% y la tasa de inflación.

6.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL

6.2.1 INVERSIÓN FIJA

Tabla 16 *Total Inversión Fija*

TOTAL INVERSIÓN FIJA	
ACTIVOS	MONTO
Muebles y enseres	\$655,00

Equipos de Cómputo	\$619,40
Equipos de Oficina	\$336,10
TOTAL	\$1.610,50

Elaborado por: Erick Lima

6.2.2 INVERSIÓN VARIABLE

Tabla 17 Total Inversión Variable

INVERSIÓN VARIABLE	
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL
Costos de Producción	\$ 11.585,12
Gastos Administrativos	\$ 1.159,51
Gastos de Exportación	\$ 2.279,89

Elaborado por: Erick Lima

6.2.3 RESUMEN DE LA INVERSIÓN INICIAL

Tabla 18 Resumen de la Inversión Inicial

RESUMEN DE LA INVERSIÓN INICIAL	
INVERSION	VALOR
Inversión Fija	\$1.610,50
Inversión Variable	\$15.024,53
Capital de trabajo	\$15.024,53
TOTAL DE INVERSION	\$16.635,03

Elaborado por: Erick Lima

6.3 DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL

6.3.1 DETALLE DE LA INVERSIÓN FIJA

Tabla 19 *Detalle de la Inversión Fija*

ACTIVOS	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio de oficina simple	1	\$110,00	\$110,00
Silla ergonómica giratoria	1	\$80,00	\$80,00
Archivador de 4 gavetas	1	\$130,00	\$130,00
Archivador aéreo	1	\$95,00	\$95,00
Estantería de oficina	1	\$60,00	\$60,00
Mesa auxiliar pequeña	1	\$60,00	\$60,00
Silla para visitas	2	\$45,00	\$90,00
Perchero o estante para muestras	1	\$30,00	\$30,00
		SUB TOTAL	\$655,00
EQUIPO DE COMPUTACION			
Computadoras de Escritorio gama media (Core i5, 8GB RAM)	1	\$550,00	\$550,00
Flash Memory Kingston 16g	2	\$6,00	\$29,40
Regulador de Voltaje	1	\$25,00	\$24,00
Extensión eléctrica de 8m	2	\$12,00	\$16,00
		SUB TOTAL	\$619,40
EQUIPO DE OFICINA			
Calculadoras Casio Mx-12b	1	\$15,00	\$15,00
Impresora multifuncional	1	\$220,00	\$220,00
Pack de 100 hojas papel Bond A4 (75g)	5	\$4,00	\$20,00
Carpetas plásticas con broche	10	\$0,80	\$8,00
Archivadores tipo palanca	4	\$2,50	\$10,00
Caja de esferos de tinta negra/azul	5	\$5,00	\$25,00
Resaltadores	12	\$1,25	\$15,00
Marcadores para pizarra	12	\$0,80	\$9,60
Bloc de notas autoadhesivas (Post-it)	2	\$1,50	\$3,00
Cinta adhesiva transparente	2	\$2,00	\$4,00
Tijera de oficina	1	\$2,00	\$2,00
Grapadora mediana + grapas	1	\$4,50	\$4,50
		SUB TOTAL	\$336,10
		TOTAL	\$1.610,50

Elaborado por: Erick Lima

6.3.2 Detalle de la inversión variable / capital de trabajo

6.3.2.1 Costos de Producción

Tabla 20 Costos de Producción Modelo 16

SUÉTER HILO ACRÍLICO MODELO 16					
DETALLE	c/u	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA		\$ 3,19	1750	\$ 5.578,04	\$ 66.936,45
Hilo Normal 2/29 100% acrílico	\$ 3,19				
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 2,25	1750	\$3.937,50	\$ 47.250,00
Operarios 11	2,25				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		\$ 1,18	1750	\$ 2.069,58	\$ 24.835,00
Encargado de Comercio Exterior	0,37				
Botones de madera	0,05				
Ganchos (gafetes)	0,13				
Fundas 10x16	0,015				
Etiqueta de cuello	0,012				
Etiqueta de instrucciones de lavado	0,013				
Etiqueta de cartón	0,02				
Diesel	0,14				
Funda quintalera	0,011				
Energía eléctrica	0,30				
Agua Potable	0,125				
COSTO DE PRODUCCION POR UNIDAD		\$ 6,62			
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN				\$ 11.585,12	\$ 139.021,45

Elaborado por: Erick Lima

6.3.2.2 Resumen de la producción

Tabla 21 *Resumen de la Producción de Doré*

RESUMEN DE LA PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA		
	MENSUAL	ANUAL
Suéter Modelo 16	\$ 11.585,12	\$ 139.021,45
TOTAL PRODUCCIÓN	\$ 11.585,12	\$ 139.021,45

Elaborado por: Erick Lima

6.3.3 DETALLE DEL GASTO ADMINISTRATIVO

Tabla 22 *Gasto Administrativo*

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
	MENSUAL	ANUAL
Agua	\$ 10,00	\$ 120,00
Energía Eléctrica	\$ 20,00	\$ 240,00
Internet Banda Ancha	\$ 30,00	\$ 360,00
Suministros de Oficina	\$ 50,00	\$ 600,00
Sueldos	\$ 994,51	\$ 11.934,13
Publicidad	\$ 40,00	\$ 480,00
Implementos de limpieza	\$ 15,00	\$ 180,00
TOTAL	\$ 1.159,51	\$ 13.914,13

Elaborado por: Erick Lima

6.3.3.2 DETALLE DEL SUELDO DEL PERSONAL

Tabla 23 *Sueldo Personal Empresa Doré*

PERSONAL	MENSUAL	ANUAL
Encargado de Comercio Exterior	662,42	7.949,00
Contador	332,09	3.985,13
TOTAL SUELDO	994,51	11.934,13

Elaborado por: Erick Lima

6.3.4 DETALLE DE LOS GASTOS DE EXPORTACIÓN

5.3.4.1 GASTOS DE EXPORTACIÓN

Tabla 24 *Gastos de Exportación Doré*

GASTOS DE EXPORTACIÓN				
CONCEPTO	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	ANUAL
Token			\$4,51	\$54,13
Certificado de Origen			\$0,83	\$10,00
Cajas de cartón corrugado 70x55x80	\$4,95	4	\$19,80	\$237,60
Total Ex - Work			\$25,14	\$301,73
Transporte Interno Atuntaqui - Quito	\$75,00	1	\$75,00	\$900,00
FCA			\$100,14	\$1.201,73
Flete Internacional Kg	\$2.143,75	1	\$2.143,75	\$25.725,00
CPT			\$2.243,89	\$26.926,73
Seguro de transporte	\$36,00	1	\$36,00	\$432,00
TOTAL CIP			\$2.279,89	\$27.358,72
CIP UNITARIO			\$1,30	\$15,63

Elaborado por: Erick Lima

6.4 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN

6.4.1 DETERMINACIÓN DEL GASTO UNITARIO

Tabla 25 *Determinación del Gasto Unitario*

DETERMINACIÓN GASTO UNITARIO	
	Total Mensual
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.159,51
GASTOS DE EXPORTACIÓN	\$ 2.279,89
TOTAL GASTOS	\$ 3.439,40
UNIDADES PRODUCIDAS / MES	1750
GASTO POR UNIDAD	\$ 1,97

Elaborado por: Erick Lima

6.4.2. Determinación del Precio Unitario

Tabla 26 *Determinación del Precio Unitario*

DETERMINACION DEL PRECIO UNITARIO				
	COSTO DE PRODUCCIÓN	GASTO UNIT.	UTILIDAD 35%	PRECIO Exportación
Suéter Modelo				
16 Cuello	\$ 6,62	\$ 1,97	\$ 3,00	\$ 11,59
Redondo				

Elaborado por: Erick Lima

6.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

6.5.1 DATOS DEL FINANCIAMIENTO

Tabla 27 *Datos del Financiamiento*

DATOS DEL FINANCIAMIENTO	
BANCO	Banco Internacional
MONTO	10.000,00
INTERÉS	11,78%
PLAZO	24
PERÍODO	MENSUAL
GARANTÍA	HIPOTECARIO

Elaborado por: Erick Lima

6.5.2 AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

Tabla 28 *Amortización del Préstamo*

Cuota	Saldo Capital	Capital.	Interes	Valor a Pagar
0	\$ 10.000,00			
1	\$ 9.583,33	\$ 416,67	\$98,17	\$ 514,83
2	\$ 9.166,67	\$ 416,67	\$94,08	\$ 510,74
3	\$ 8.750,00	\$ 416,67	\$89,99	\$ 506,65
4	\$ 8.333,33	\$ 416,67	\$85,90	\$ 502,56

5	\$ 7.916,67	\$ 416,67	\$81,81	\$ 498,47
6	\$ 7.500,00	\$ 416,67	\$77,72	\$ 494,38
7	\$ 7.083,33	\$ 416,67	\$73,63	\$ 490,29
8	\$ 6.666,67	\$ 416,67	\$69,53	\$ 486,20
9	\$ 6.250,00	\$ 416,67	\$65,44	\$ 482,11
10	\$ 5.833,33	\$ 416,67	\$61,35	\$ 478,02
11	\$ 5.416,67	\$ 416,67	\$57,26	\$ 473,93
12	\$ 5.000,00	\$ 416,67	\$53,17	\$ 469,84
13	\$ 4.583,33	\$ 416,67	\$49,08	\$ 465,75
14	\$ 4.166,67	\$ 416,67	\$44,99	\$ 461,66
15	\$ 3.750,00	\$ 416,67	\$40,90	\$ 457,57
16	\$ 3.333,33	\$ 416,67	\$36,81	\$ 453,48
17	\$ 2.916,67	\$ 416,67	\$32,72	\$ 449,39
18	\$ 2.500,00	\$ 416,67	\$28,63	\$ 445,30
19	\$ 2.083,33	\$ 416,67	\$24,54	\$ 441,21
20	\$ 1.666,67	\$ 416,67	\$20,45	\$ 437,12
21	\$ 1.250,00	\$ 416,67	\$16,36	\$ 433,03
22	\$ 833,33	\$ 416,67	\$12,27	\$ 428,94
23	\$ 416,67	\$ 416,67	\$8,18	\$ 424,85
24	\$ 0,00	\$ 416,67	\$4,09	\$ 420,76

Elaborado por: Erick Lima

6.6 DETERMINACIÓN DEL COSTO DE CAPITAL

Tabla 29 Costo de Capital

COSTO DE CAPITAL				
ESTRUCTURA	VALOR	PORCENTAJE	TASAS	PONDERACIÓN
Inversión Propia	\$ 6.635,03	39,89%	25%	9,97%
Inversión Financiada	\$ 10.000,00	60,11%	11,78%	7,08%
TOTAL	\$ 16.635,03			17,05%
Inflación				0,06%

EL COSTO DE CAPITAL DE LA EMPRESA ES DEL 17,07%

Elaborado por: Erick Lima

6.7 CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

6.7.1 DEPRECIACIÓN

Tabla 30 *Determinación de la Depreciación*

DETERMINACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN					
	VALOR	DEPRECIACIÓN	VALOR RESIUDUAL	VIDA UTIL	VALOR
Muebles Enseres	\$ 655,00	10%	\$ 65,50	10 AÑOS	\$ 117,90
Equipo de Computación	\$ 619,40	33%	\$ 204,40	3 AÑOS	\$ 83,00
Equipo de Oficina	\$ 336,10	10%	\$ 33,61	10 AÑOS	\$ 60,50
TOTAL	\$ 1.610,50				\$ 261,40

Elaborado por: Erick Lima

6.8 DETERMINACIÓN DE LOS PRESUPUESTOS

6.8.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS (VENTAS)

5.8.1.1 MODELO 16 CUELLO REDONDO

Tabla 31 *Presupuesto de Ingresos*

MODELO 16			
AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	21000	\$ 11,59	\$ 243.397,31
2	25830	\$ 11,74	\$ 303.318,51
3	31771	\$ 11,90	\$ 377.991,53
4	39078	\$ 12,05	\$ 471.048,05
5	48066	\$ 12,21	\$ 587.013,87
			\$ 1.982.769,28

Elaborado por: Erick Lima

6.8.2 PRESUPUESTO DE COSTOS

5.8.2.1 MODELO 16 CUELLO REDONDO

Tabla 32 Presupuesto de Costos

MODELO 16			
AÑO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	21000	\$ 6,62	\$ 139.021,45
2	25830	\$ 6,71	\$ 173.246,70
3	31771	\$ 6,80	\$ 215.897,75
4	39078	\$ 6,88	\$ 269.048,92
5	48066	\$ 6,98	\$ 335.285,21
		TOTAL	\$ 1.132.500,03

Elaborado por: Erick Lima

6.8.3 PRESUPUESTO DE GASTOS

5.8.3.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 33 Presupuesto de Gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	\$ 120,00	\$ 121,58	\$ 123,18	\$ 124,80	\$ 126,44
Energía Eléctrica	\$ 240,00	\$ 243,16	\$ 246,36	\$ 249,60	\$ 252,89
Internet Banda Ancha	\$ 360,00	\$ 364,74	\$ 369,54	\$ 374,40	\$ 379,33
Suministros de Oficina	\$ 600,00	\$ 607,90	\$ 615,90	\$ 624,00	\$ 632,21
Sueldos	\$	\$	\$	\$	\$
	11.934,13	12.091,18	12.250,30	12.411,52	12.574,85
Publicidad	\$ 480,00	\$ 486,32	\$ 492,72	\$ 499,20	\$ 505,77
Implementos de limpieza	\$ 180,00	\$ 182,37	\$ 184,77	\$ 187,20	\$ 189,66
TOTAL	\$	\$	\$	\$	\$
	13.914,13	14.097,24	14.282,76	14.470,72	14.661,16

Elaborado por: Erick Lima

6.8.3.2 GASTOS DE EXPORTACIÓN

Tabla 34 *Gastos de Exportación*

GASTOS DE EXPORTACIÓN					
	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Certificado de Origen	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00	\$10,00
Token	\$54,13	\$54,13	\$54,13	\$54,13	\$54,13
Cajas de cartón corrugado 70x55x80	\$237,60	\$240,73	\$243,89	\$247,10	\$250,36
Total Ex - Work	\$301,73	\$304,85	\$308,02	\$311,23	\$314,48
Transporte Interno Atuntaqui - Quito	\$900,00	\$911,84	\$923,84	\$936,00	\$948,32
FCA	\$1.201,73	\$1.216,70	\$1.231,86	\$1.247,23	\$1.262,80
Flete Internacional Kg	\$25.725,00	\$26.063,54	\$26.406,54	\$26.754,05	\$27.106,13
CPT	\$26.926,73	\$27.280,24	\$27.638,40	\$28.001,28	\$28.368,93
Seguro de transporte	\$432,00	\$437,68	\$443,44	\$449,28	\$455,19
TOTAL CIP	\$27.358,72	\$27.717,92	\$28.081,84	\$28.450,56	\$28.824,12

Elaborado por: Erick Lima

6.8.3.3 DEPRECIACIONES

Tabla 35 *Depreciaciones*

DEPRECIACIONES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Muebles Enseres	\$ 117,90	\$ 117,90	\$ 117,90	\$ 117,90	\$ 117,90
Equipo de Computación	\$ 83,00	\$ 83,00	\$ 83,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Equipo de Oficina	\$ 60,50	\$ 60,50	\$ 60,50	\$ 60,50	\$ 60,50
TOTAL DEPRECIACIONES	\$ 261,40	\$ 261,40	\$ 261,40	\$ 178,40	\$ 178,40

Elaborado por: Erick Lima

6.9 ESTADOS FINANCIEROS

6.9.1 ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 36 Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS / FINANCIADO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas					
Bufandas y Gorros	\$ 243.397,31	\$ 303.318,51	\$ 377.991,53	\$ 471.048,05	\$ 587.013,87
Total Ingresos	\$ 243.397,31	\$ 303.318,51	\$ 377.991,53	\$ 471.048,05	\$ 587.013,87
(-) Costo de Ventas					
Bufandas y Gorros	\$ 139.021,45	\$ 173.246,70	\$ 215.897,75	\$ 269.048,92	\$ 335.285,21
Total Costos	\$ 139.021,45	\$ 173.246,70	\$ 215.897,75	\$ 269.048,92	\$ 335.285,21
(=) Utilidad Bruta	\$ 104.375,86	\$ 130.071,82	\$ 162.093,78	\$ 201.999,13	\$ 251.728,65
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$ 13.914,13	\$ 14.097,24	\$ 14.282,76	\$ 14.470,72	\$ 14.661,16
Gasto de Exportación	\$ 27.358,72	\$ 27.717,92	\$ 28.081,84	\$ 28.450,56	\$ 28.824,12
Depreciación	\$ 261,40	\$ 261,40	\$ 261,40	\$ 178,40	\$ 178,40
TOTAL GASTOS	\$ 41.534,25	\$ 42.076,56	\$ 42.626,00	\$ 43.099,68	\$ 43.663,68
(=) Utilidad después de Operaciones	\$ 62.841,61	\$ 87.995,26	\$ 119.467,78	\$ 158.899,46	\$ 208.064,98
(-) Gastos Financieros					
Intereses	908,04	319,04	0	0	0
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores	\$ 61.933,57	\$ 87.676,22	\$ 119.467,78	\$ 158.899,46	\$ 208.064,98

(-) 15% Participación de trabajadores	\$ 9.290,04	\$ 13.151,43	\$ 17.920,17	\$ 23.834,92	\$ 31.209,75
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 52.643,53	\$ 74.524,79	\$ 101.547,61	\$ 135.064,54	\$ 176.855,23
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 11.581,58	\$ 16.395,45	\$ 22.340,48	\$ 29.714,20	\$ 38.908,15
(=) Utilidad Neta	\$ 41.061,95	\$ 58.129,33	\$ 79.207,14	\$ 105.350,34	\$ 137.947,08

Elaborado por: Erick Lima

6.9.2 PRESUPUESTO DE CAJA

Tabla 37 Flujo de Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta	\$ 41.061,95	\$ 58.129,33	\$ 79.207,14	\$ 105.350,34	\$ 137.947,08
Depreciaciones	\$ 261,40	\$ 261,40	\$ 261,40	\$ 178,40	\$ 178,40

Elaborado por: Erick Lima

6.10 BALANCE INICIAL O DE ARRANQUE

Tabla 38 Balance Inicial

BALANCE INICIAL		
DORÉ		
ACTIVOS		PASIVOS
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>		<u>PASIVOS CORRIENTES</u>
Capital de Trabajo	\$ 15.024,53	
<u>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</u>	\$ 15.024,53	<u>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</u>

<u>ACTIVOS FIJOS</u>		<u>PASIVOS L. PLAZO</u>	
<i>Inversión Fija</i>		Hipoteca	\$ 10.000,00
			0
		<u>TOTAL PASIVOS L. PLZ</u>	\$ 10.000,00
Muebles Enseres	\$ 655,00		
Equipo de Computación	\$ 619,40	TOTAL PASIVOS	\$ 10.000,00
Equipo de Oficina	\$ 336,10		0
<u>TOTAL ACTIVOS FIJOS</u>	\$ 1.610,50	PATRIMONIO	
		Capital Social	\$ 6.635,03
		TOTAL PATRIMONIO	\$ 6.635,03
TOTAL ACTIVO	\$ 16.635,03	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 16.635,03

Elaborado por: Erick Lima

6.11 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO

6.11.1 VALOR PRESENTE NETO

Tabla 39 Valor Presente Neto

VALOR PRESENTE NETO			
AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (1+i)ⁿ	FLUJOS ACTUALIZADOS FNE/(1+I)ⁿ
1	\$ 41.323,35	1,17	35.297,99
2	\$ 58.390,73	1,37	42.604,23
3	\$ 79.468,54	1,60	49.528,86
4	\$ 105.528,74	1,88	56.180,85

5	\$ 138.125,48	2,20	62.812,45
		Valor Presente	246.424,37
		Inversión Inicial	181.904,80
		VPN	\$ 64.519,56

Elaborado por: Erick Lima

6.11.2 COSTO BENEFICIO

Tabla 40 Costo - Beneficio

COSTO BENEFICIO		
VALOR PRESENTE	<u>246.424,37</u>	\$ 1,35
INVERSIÓN INICIAL	181.904,80	

Elaborado por: Erick Lima

6.11.3 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla 41 Período de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)		
AÑO	FLUJO ACTUALIZADO	INVERSIÓN INICIAL
1	35.297,99	1
2	42.604,23	1
3	49.528,86	
4	56.180,85	
5	62.812,45	
PRI		1 año + 6 meses

Elaborado por: Erick Lima

6.11.4 TASA INTERNA DE RETORNO

Tabla 42 Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
	-181.904,80	
1	\$ 41.323,35	181.904,80
2	\$ 58.390,73	
3	\$ 79.468,54	
4	\$ 105.528,74	
5	\$ 138.125,48	
	TIR	28,77%

Elaborado por: Erick Lima

6.13 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 43 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
CUENTAS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$139.021,45	\$139.021,45
GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$13.614,13
Agua	\$120,00		\$120,00
Energía Eléctrica	\$240,00		\$240,00
Internet banda ancha Fast Boy	\$360,00		\$360,00
Suministros de Oficina	\$600,00		\$600,00
Sueldos	\$11.934,13		\$11.934,13
Implementos de limpieza	\$180,00		\$180,00
Depreciaciones	\$180,00		\$180,00
GASTOS DE EXPORTACIÓN			
Token	\$36,40		\$36,40
Cajas de cartón corrugado 70x55x80		\$3,00	\$3,00
Transporte Interno Atuntaqui - Quito	\$900,00		\$120,00
Flete Internacional		\$25.725,00	\$25.725,00
Póliza de seguro		\$432,00	\$432,00
TOTAL	\$14.550,53	\$165.181,45	\$192.566,11

Elaborado por: Erick Lima

6.13.1 FÓRMULAS

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO}$$

$$MARGEN DE CONTRIBUCIÓN = (PRECIO UNIT. - COST. V. UNIT.) * \% VENTA$$

6.13.2 MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Tabla 44 Margen de Contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN				
PRODUCTO	PRECIO	CV. UNIT.	% VENTAS	MARGEN CONTRIB.
Bufandas y gorros	\$ 11,59	\$ 6,62	100%	\$ 6,62
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO				\$ 6,62

Elaborado por: Erick Lima

6.13.3 PUNTO DE EQUILIBRIO DORÉ

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{14550,53}{6,62}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO = 2198

5.13.3.1. PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES FÍSICAS

Tabla 45 Punto de Equilibrio en Unidades Físicas

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES FISICAS			
PRODUCTO	P.E UNID.	% VENTAS	P.E UNIDADES FÍSICAS
Suéter Cuello Redondo Modelo 16	2198	100%	2198

Elaborado por: Erick Lima

5.13.3.2. PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS

Tabla 46 *Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias*

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	P.E UNIDADES MONETARIAS
Suéter Cuello Redondo Modelo 16	2198	\$ 11,59	\$ 25.474,92
TOTAL			\$ 25.474,92

Elaborado por: Erick Lima

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- Se desarrolló un plan de exportación directa de ropa tejida de punto para Doré, destinado al mercado de Guatemala, evidenciando que es un proceso factible y alineado con las habilidades internas de la compañía y las circunstancias del mercado de destino.
- Mediante el análisis interno, se determinó que Doré cuenta con una capacidad operativa adecuada y maquinaria apropiada para manejar el proceso de exportación. No obstante, también se destacó la importancia de mejorar su entendimiento en comercio internacional y estructurar algunos procedimientos logísticos para garantizar un desarrollo sostenible del proyecto.
- El estudio del mercado de Guatemala demostró que hay una demanda constante por ropa tejida de punto, en particular suéteres para damas, poniendo énfasis en el diseño, la calidad y la autenticidad del artículo que se ofrece a los clientes. La

satisfacción de los clientes actuales corrobora la aprobación del producto e incentiva su crecimiento.

- Se determinaron los requisitos y exigencias aduaneras esenciales para exportar a Guatemala, resaltando la importancia de tener facturación formal, certificado de origen, codificación adecuada de los productos y el uso apropiado del sistema ECUAPASS. Estos elementos son esenciales para garantizar el cumplimiento de las regulaciones y prevenir dificultades logísticas o tributarias en un futuro.

7.2 Recomendaciones

- Doré debe aplicar gradualmente el plan de exportación directa sugerido, comenzando con un ensayo piloto supervisado hacia su cliente actual en Guatemala, con el objetivo de perfeccionar procedimientos antes de llegar a otros compradores o naciones.
- Invertir en una imagen de marca fuerte que destaque el origen nacional y la sostenibilidad dentro del proceso de producción, esto proporcionará un valor añadido y favorecerá la incursión en el mercado de Guatemala.
- Como una parte de la inversión se sustenta en financiación externa, se recomienda gestionar con cautela el flujo de efectivo para satisfacer las cuotas mensuales y prevenir el sobreendeudamiento, en particular durante el primer año.
- Una vez establecida la exportación a Guatemala, es aconsejable investigar nuevos lugares en Centroamérica como El Salvador o Costa Rica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ley de Economía Popular y Solidaria. (2012). Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/Reglamento-General-de-la-Ley-Organica-de-Economia-Popular-y-Solidaria.pdf>

Gaona, S., & Matabay, R. (2017). *Impacto de las Compras Públicas en las Asociaciones de Producción Textil de la Economía Popular y Solidaria en la Ciudad de Quito, en el Periodo 2014-2016*. Quito: Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/10828/1/T-UCE-0005-100-2017.pdf>

Valdivieso, A., Siluk, C., & Michelin, C. (2022). Análisis Prospectivo Estratégico del Sector Textil Productivo Ecuatoriano para Incrementar la Competitividad en las Exportaciones. *SIGMA*, 13. doi:<https://doi.org/10.24133/sigma.v9i02.2827>

LOGISBER. (s.f.). Obtenido de LOGISBER: <https://logisber.com/blog/agencia-de-carga-internacional#:~:text=Qué%20es%20una%20agencia%20de,transportar%20carga%20alrededor%20del%20mundo.>

Ricardo, D. (2013). *Principios de economía política y tributación*. Madrid: Alianza Editorial.

INEAF Business School. (s.f.). *Ventaja Comparativa*. Obtenido de INEAF Business School: <https://www.ineaf.es/glosario-juridico/ventaja-comparativa>

Qualtrics. (04 de Julio de 2024). *Ciclo de vida del producto*. Obtenido de Qualtrics: <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/product/ciclo-de-vida-del-producto/#:~:text=El%20ciclo%20de%20vida%20del%20producto%20es%20un%20modelo%20teórico,%20crecimiento%20madurez%20y%20declive.>

(s.f.).Ciclo de vida de un producto. *Ciclo de vida del producto*. qualtrics.

- Lecca, C. (Noviembre de 24 de 2023). *Aprende todo sobre la industria textil y su importancia*. Obtenido de CHIOLECCA FASHION SCHOOL: <https://www.chiolecca.edu.pe/blogs/articulos/industria-textil>
- AITE. (s.f.). *Historia y actualidad*. Obtenido de ASOCIACIÓN DE INDUSTRIALES TEXTILES DEL ECUADOR: <https://www.aite.com.ec/index.html>
- LA HORA. (2 de Marzo de 2022). El inicio de una tradición textilera. *LA HORA*. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/imbabura-carchi/el-inicio-de-una-tradicion-textilera/>
- MARINA TEXTIL. (26 de Julio de 2023). *TEJIDO DE PUNTO Y TEJIDO NO-TEJIDO*. Obtenido de MARINA TEXTIL: <https://marinatextil.com/es/tejidos-tecnicos/tejido-de-punto-y-no-tejido>
- Flores, R. (09 de Noviembre de 2020). *Telas y tejidos*. Obtenido de Hilados de Alta Calidad: <https://www.hiladosdealtacalidad.com/telas-y-tejidos>
- IDR QUALITY INSIDE. (s.f.). *Las estrellas de la industria textil*. Obtenido de IDR QUALITY INSIDE: <https://idrtext.com/blog-el-algodon-y-el-poliester-las-estrellas-de-la-industria-textil/>
- Flores, Rodrigo. (15 de Julio de 2020). *¿Qué es el Poliéster?* Obtenido de Hilados de Alta Calidad: <https://www.hiladosdealtacalidad.com/que-es-el-poliester>
- CL Tejidos. (s.f.). *¿Qué es la lana?* Obtenido de CL Tejidos: <https://www.gabardinas.com.ar/que-es-la-lana/>
- Tuskamisetas. (s.f.). *TEJIDO ACRÍLICO: CARACTERÍSTICAS Y USOS PRINCIPALES*. Obtenido de TUSKAMISSETAS: <https://www.tuskamisetas.com/es/publicacion/tejido-acrilico-caracteristicas-y-usos-principales>

TextileR. (s.f.). *Textile Blends*. Obtenido de TextileR: Future Textile Industries:

https://research-qut-edu-au.translate.google.com/textiler/knowledge-base/blended-textiles/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es&_x_tr_pto=tc

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (s.f.). *Para Exportar*. Obtenido de Servicio

Nacional de Aduana del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-exportar/>

Eternity Group. (s.f.). *Exportación directa vs. exportación indirecta*. Obtenido de Eternity

Group: <https://blog.eiffmx.com/exportacion-directa-vs-exportacion-indirecta#:~:text=La%20exportaci3n%20directa%20se%20refiere,extranjero%20y%20gesti3n%20de%20cobranza.>

TIBA GROUP. (21 de Enero de 2020). *Incoterms 2020*. Obtenido de TIBA:

<https://www.tibagroup.com/es/comercio-internacional/normativas/incoterms-2020>

ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. (Mayo de 2024). *¿Qué es la logística*

internacional? Características y ejemplos. Obtenido de ESIC UNIVERSITY:

<https://www.esic.edu/rethink/business/logistica-internacional-que-es-c#:~:text=La%20logística%20internacional%20es%20un,en%20diferentes%20partes%20del%20mundo.>

Cristina Polo Calvo. (s.f.). *que es un plan de exportacion*. Obtenido de Euroinnova

International Online Education: <https://www.euroinnova.com/blog/que-es-un-plan-de-exportacion>

ANEXOS

Tabla 47 *Entrevista al Sr. Malki Vega*

Entrevistado: Sr. Malki Vega	
Pregunta	Respuesta
Para comenzar, podría contarnos un poco sobre su negocio ¿Qué tipo de prendas de vestir comercializa?	Comercializamos lo que son suéteres de todo tipo desde Ecuador, trabajamos mañaneras, traemos suéteres de caballero, de damas ponchos lo de productor artesanal ella Atuntaqui y Otavalo.
¿Cómo conoció a la empresa Doré?	Los conocimos a través de las redes sociales y a través de nuestra familia, ya que ellos trabajan aquí en Guatemala y veíamos que tenía su producto y pues lo buscamos en redes sociales y los encontramos.
¿Cómo calificaría la calidad de los productos que ha recibido de Doré?	De muy buena calidad los suéteres no se dañan, no se estiran, un producto de muy buena calidad las mañaneras todo tipo de producto que venden es muy bueno.
¿Qué tipo de prendas son las que más venden en su mercado?	Lo que más vendemos son todo tipo de suéteres de dama serían suéteres juveniles para las chicas, suéteres con

	<p>cuello o suéteres lisos para las señoras, lo que más vendemos serían suéteres de</p> <p style="text-align: center;">Dama</p>
<p>¿Desde hace cuánto tiempo compra productos a la empresa Doré?</p>	<p>Desde hace aproximadamente dos años o dos años y medio</p>
<p>¿Con qué frecuencia realiza pedidos y qué cantidad promedio adquiere?</p>	<p>Casi cada un mes o cada dos meses aproximadamente 1000 a 1500 piezas</p>
<p>¿Cómo ha sido su experiencia con los tiempos de entrega y la logística actual?</p>	<p>Muy buena siempre tienen buena atención y nos ayudan con lo que necesitamos y lo que queremos siempre. Siempre agradecidos y bien contentos con todo el trabajo que hacemos con</p> <p style="text-align: center;">Doré</p>
<p>¿Ha tenido alguna dificultad para recibir la mercadería desde Ecuador?</p>	<p>Si a veces se retrasan los aviones en la agencia de carga o a veces en las aduanas de Panamá Ecuador y siempre tenemos algún problema.</p>
<p>¿Cree que sería beneficioso trabajar directamente con Doré sin intermediarios? ¿Por qué?</p>	<p>Si siempre traería un poco de beneficio más que todo para traer el producto que de verdad necesitamos y obviamente el costo económico y cuándo es con personas secundarias sale un poco más elevado el precio entonces siempre</p>

	<p>conviene comprar directamente en la empresa</p>
<p>¿Qué medio de comunicación utiliza con más frecuencia para coordinar sus pedidos con Doré?</p>	<p>Más por llamada y presencial también ya que normalmente viajamos para ver el producto que nos van a enviar y hacemos videollamadas a veces para conseguir los colores o el diseño y ya para antes que hagan el envío normalmente nos acercamos ahí a la empresa para verlo presencialmente</p>
<p>¿Qué aspectos valora más en el producto que usted vende: precio, calidad, diseño, cumplimiento de tiempos, otros?</p>	<p>Yo digo que todo conjunto calidad precio diseños siempre buscamos vender los mejores productos porque siempre tenemos competencia entonces yo digo que sería todo en conjunto.</p>
<p>¿Qué sugerencias tendría para mejorar el servicio o la relación comercial con Doré?</p>	<p>A veces el tiempo de entrega se retrasa un poco o nosotros no conseguimos buenos vuelos para que se venga la mercadería entonces yo creo que sería de mejorar la coordinación con la cantidad y ese tipo de cosas más que todo con el retraso diría yo</p>

¿Qué condiciones considera importantes para mantener una relación comercial estable con un proveedor extranjero?	La comunicación más que todo estar siempre comunicado tema del producto estar hablando con empresa en este caso con Doré.
¿Cuál es su percepción general del servicio que brinda Doré en comparación con otros proveedores ?	Siempre la atención es la mejor yo digo que eso siempre sería, lo mejor sería la atención que nos dan, el trato y todo eso

Elaborado por: Erick Lima

Tabla 48 *Entrevista a la Sra. Liliana Arias*

Entrevistada: Sra. Liliana Arias	
Pregunta	Respuesta
Para comenzar, podría contarnos un poco sobre su negocio ¿Qué tipo de prendas de vestir comercializa?	Suéteres de dama, caballeros y niños
¿Cómo conoció a la empresa Doré?	La conocí en el mercado Copacabana, en Otavalo
¿Cómo calificaría la calidad de los productos que ha recibido de Doré?	Muy buenos
¿Qué tipo de prendas son las que más venden en su mercado?	Suéteres o sacos
¿Desde hace cuánto tiempo compra productos a la empresa Doré?	Aproximadamente 4 o 5 años

¿Con qué frecuencia realiza pedidos y qué cantidad promedio adquiere?	Cada 15 días, pido 3000 prendas aproximadamente
¿Cómo ha sido su experiencia con los tiempos de entrega y la logística actual?	Algunos inconvenientes al principio pero ahora ha mejorado
¿Ha tenido alguna dificultad para recibir la mercadería desde Ecuador?	No, demoras si en las conexiones, a veces no vienen las cajas completas y toca esperar que se complete la caja sin dificultad
¿Cree que sería beneficioso trabajar directamente con Doré sin intermediarios? ¿Por qué?	Sí sería mejor por la confianza que hay y sería mejor para nosotros para no tener 2 intermediarios.
¿Qué medio de comunicación utiliza con más frecuencia para coordinar sus pedidos con Doré?	WhatsApp porque nos mantenemos de viaje
¿Qué aspectos valora más en el producto que usted vende: precio, calidad, diseño, cumplimiento de tiempos, otros?	Calidad y diseño.
¿Qué sugerencias tendría para mejorar el servicio o la relación comercial con Doré?	Sería que aumente su producción para que las cantidades que pedimos pues nos dé en la totalidad de la entrega.
¿Qué condiciones considera importantes para mantener una relación comercial estable con un proveedor extranjero?	La franqueza y mantenernos comunicados para que no nos salga mal por ejemplo un pedido.

<p>¿Cuál es su percepción general del servicio que brinda Doré en comparación con otros proveedores ?</p>	<p>La confianza que nos ha dado y también la amistad que se ha generado. Además el buen trato por parte de la empresa.</p>
---	--

Elaborado por: Erick Lima

Tabla 49 *Entrevista a la Sra. Alejandra Almeida Rodriguez*

Entrevistado: Sra. Alejandra Almeida Rodríguez	
Pregunta	Respuesta
<p>Antes de comenzar, ¿podría contarnos brevemente sobre su experiencia profesional en el ámbito aduanero y su relación con el comercio exterior?</p>	<p>Mi experiencia es que tengo 43 años en este ámbito</p>
<p>¿Qué requisitos generales debe cumplir una empresa ecuatoriana para exportar productos textiles?</p>	<p>Primero tener una factura acreditada por el SRI, Cuándo tienes facturas es porque tiene una planta fábrica o son comercializadores porque también puede exportar un comercializador. Aparte de eso en lugar de destino deben averiguar el Marco jurídico de este lugar porque muchos van a pedirle el certificado de origen si es que es país de convenio.</p>

<p>¿Cuáles son los documentos obligatorios que se deben presentar en el proceso de exportación?</p>	<p>Mínimo se necesita la factura comercial, la guía de remisión si es que aplica, el certificado de origen en caso de que se quiera acceder a alguna preferencia arancelaria, y la lista de empaque.</p> <p>Si el producto lo requiere, también hay que presentar certificados sanitarios o permisos del MIPRO</p>
<p>¿Cómo funciona el sistema ECUAPASS para la gestión de exportaciones?</p>	<p>El ECUAPASS es el sistema de la aduana aquí en Ecuador, ahí se hacen las declaraciones aduaneras y se cargan los documentos de exportación.</p> <p>La empresa necesita tener firma electrónica y estar registrada, a través del sistema se aprueban los documentos, se coordina con los agentes de aduana y se autoriza la salida de la carga.</p>
<p>¿Qué errores son más comunes entre las pequeñas empresas cuando intentan exportar por primera vez?</p>	<p>Normalmente tienen errores en las facturas porque una de las cosas que hay que aprender a hacer es ser muy formales en el tema de bultos, en el peso de bultos en la descripción de las mercaderías, debe estar codificado, dentro de la factura comercial</p>

	<p>debe haber siempre un código valor monetario valor total y el incoterm en el que se está negociando y muchas veces no pone.</p>
<p>¿Qué aspectos debe considerar una empresa que desea pasar de una exportación indirecta a una directa?</p>	<p>Primero debe tener claro que al exportar directamente tiene que asumir toda la parte documental y logística, debe capacitarse o contar con alguien que maneje comercio exterior.</p> <p>También tiene que establecer contacto directo con el cliente en el exterior, cotizar con agencias de carga y asegurarse de que cumpla todos los requisitos legales.</p>
<p>¿Cuáles son los costos asociados al proceso aduanero de exportación?</p>	<p>En exportación no se paga ningún impuesto pero tiene gastos fijos como es la bodega o mejor dicho la paletizado pero no el horario de la gente de aduana, lo único que es fijo es el honorario del agente de aduana</p>
<p>¿Cuánto tiempo suele tomar una exportación textil desde Ecuador hacia Centroamérica?</p>	<p>Depende si usted consigue espacio en la aerolínea porque eso es importante ya que si usted no consigue espacio en la aerolínea y su mercadería está lista puede demorarse</p>

	<p>una semana pero si su carga está lista y ahí avión para mañana se va en uno o dos días</p>
<p>¿Hay requisitos específicos para exportar prendas textiles a Guatemala?</p>	<p>Guatemala no pide requisitos sanitarios para textiles, pero sí es importante que la factura comercial esté bien detallada y que el producto esté etiquetado correctamente, si se quiere aprovechar algún arancel preferencial, es necesario enviar el certificado de origen, también hay que considerar las reglas de origen del acuerdo al que pertenezca en caso de que si lo tengan.</p>
<p>¿Qué recomendaciones daría a una empresa textil que está planificando su primera exportación directa?</p>	<p>Costear bien, tienen que costear bien para saber si el precio de venta que están dando al cliente en el exterior cubra todos sus costos, tiene que aprender a manejar costos porque tienen que marginar su ganancia manteniendo la calidad de exportación siempre si oferta un producto tiene que mantenerle el producto como en la muestra, en toda la gama, y en toda la producción de lo contrario se le cae el mercado.</p>

