



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

EXPORTACIÓN DE BOLSOS ACRÍLICOS DE LA EMPRESA “ARTESANÍAS J.A”
DE LA CIUDAD DE OTAVALO, HACIA EL MERCADO DE MADRID - ESPAÑA

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

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

Políticas macro, meso y micro economías a nivel nacional e internacional

AUTORA: VERÓNICA LIZBETH DE LA TORRE SARABINO

ASESOR: MGS. EDISON EDMUNDO VINUEZA SALAZAR

IBARRA, OCTUBRE - 2019

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Ibarra, 24 de Octubre de 2019

Mgs. Edison Edmundo Vinueza Salazar
ASESOR

CERTIFICA:

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

(f.) 

Mgs. Edison Edmundo Vinueza Salazar
C.C.: 100242506-2

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

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



(f):

Mgs. Edison Edmundo Vinueza Salazar

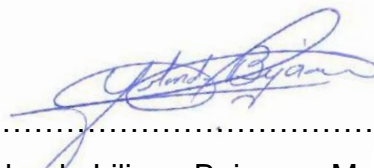
C.C.: 100242506-2



(f):

Mgs. Marcela Fernanda Coronel Pinduisaca

C.C.: 100300273-8



(f):

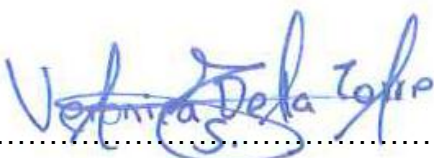
Mgs. Yolanda Liliana Bejarano Muñoz

C.C.: 100200693-8

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS


Yo Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la 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 u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 24 de Octubre de 2019

f): 
Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
C.C.: 095262291-8

AUTORÍA

Yo, Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino, portador de la cédula de ciudadanía N° 095262291-8, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad de la autora, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f): .....

Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino

C.C.: 095262291-8

DEDICATORIA

El presente proyecto dedico principalmente a Dios por darme el mejor regalo, la vida y por permitirme seguir de pie a pesar de los tropiezos, por la fortaleza que él ha puesto en mí. A mis padres por ser mis pilares fundamentales, quienes me han brindado su apoyo y amor incondicional, lo que me permitió culminar con esta etapa de mi vida. A mi familia por ser mi guía y por apoyarme a lo largo de toda mi carrera universitaria.

Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres, quienes han luchado incansablemente por darme una mejor vida, por los buenos valores y principios que me han inculcado, por darme la mejor herencia que un hijo puede tener, la educación, el amor y su compañía.

A los docentes de la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), por compartirme sus conocimientos durante estos años de preparación académica y profesional, de manera especial al Mgs Edison Vinuesa, asesor de tesis, por guiarme en el desarrollo del proyecto.

Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	ii
PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
AUTORÍA	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN	xx
ABSTRACT	xxi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
MARCO TEÓRICO	2
1.1. Exportación.....	2
1.1.2. Formas de ingreso a mercados exteriores.....	2
1.1.2.1. Exportación indirecta.....	3
1.1.2.2. Exportación directa	3
1.1.2.3. Exportación concertada	4
1.1.2.4. Exportación compensada.....	4
1.1.2.4. Exportación productiva.....	5
1.1.3. Tipos de exportación según el COPCI.....	5
1.1.3.1. Exportación definitiva	6
1.1.3.2. Exportación temporal para reimportación en el mismo estado	6
1.1.3.3. Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo	6
1.1.4. Logística de exportación	6
1.1.4.1. Elementos de la logística de exportación.....	7
1.1.4.2. Infraestructura logística.....	8
1.1.5. Documentación de exportación.....	9
1.1.6. Certificaciones internacionales	11
1.1.7. Incoterms	12
1.1.8. Medios de pago	16

1.2. Estrategia de mercadeo	17
1.2.1. Estrategia de producto	17
1.2.2. Estrategia de precio	18
1.2.3. Estudio de plaza	19
1.2.4. Estudio de promoción	20
1.3. Estudio financiero	20
1.3.1. Tipos de inversión y financiamiento	20
1.3.1.1. Tipos de financiamiento	20
1.3.1.2. Tipos de inversión	21
1.3.2. Índices e indicadores	23
1.3.2.1 Índices financieros	23
1.3.2.2. Indicadores financieros	24
1.3.3. Evaluación financiera	24
CAPÍTULO II	26
DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO.....	26
2.1. Antecedentes	26
2.2. Objetivos	26
2.2.1. Objetivo general	26
2.2.2. Objetivos específicos.....	26
2.3. Variable.....	27
2.4. Indicadores	27
2.5. Matriz de relación.....	28
2.6. Mecánica operativa	29
2.6.1. Población o universo.....	29
2.6.2. Determinación de la muestra	30
2.6.3. Información primaria	30
2.7. Tabulación y análisis de información del diagnóstico	31
2.7.1. Análisis de la observación dirigido a los propietarios.....	31
2.7.2. Tabulación y análisis de la entrevista dirigida al propietario	32

2.7.3. Tabulación y análisis de las entrevistas dirigidas a proveedores.....	36
2.7.4. Tabulación y análisis de las encuestas dirigidas a la competencia.....	38
2.8. Matriz FODA	50
2.9. Estrategias FA, FO, DO, DA	51
2.10. Problema diagnóstico	52
2.11. Tabulación y análisis de la información de la oferta.....	53
2.11.1. Análisis de la oferta nacional	53
2.11.2 Análisis de la demanda	55
2.12. Aspectos relevantes de la demanda	57
2.12.1. Exportación de España	57
2.12.2. Importaciones de España	58
2.12.3 Proyección lineal.....	58
2.12.3.1 Importaciones	58
2.12.3.2 Exportaciones	59
2.12.3.3 Consumo aparente	60
CAPÍTULO III	61
PROPUESTA DE EXPORTACIÓN	61
3.1. Resumen ejecutivo de la empresa Artesanías J.A.....	61
3.2. Perfil de la empresa Artesanías J.A.....	62
3.2.1. Localización de la empresa.....	62
3.2.1.1. Macro localización de la empresa Artesanías J.A.....	62
3.2.1.2. Micro localización empresa Artesanías J.A.....	62
3.2.2. Datos Generales	63
3.2.2.1. Misión.....	63
3.2.2.2. Visión	64
3.2.2.3. Políticas	64
3.3. Distribución física de la empresa.	64
3.4. Estructura organizacional.....	65
3.4.1. Organigrama organizacional actual	65

3.4.2 Propuesta del organigrama organizacional.....	65
3.4.3 Manual de funciones.....	66
3.4.2 Diagrama para proceso de elaboración producto	70
3.5 Propuesta de exportación	70
3.5.1. Requisitos para exportar bolsos artesanales acrílicos	71
3.5.2. Proceso de exportación	72
3.5.3. Requisitos específicos para exportar bolsos a España.....	73
3.5.4. Negociación y formas de pago.....	73
3.5.5 Plan de marketing (4P)	75
3.5.5.1. Producto.....	75
3.5.5.2 Plaza.....	78
3.5.5.3 Precio.....	78
3.5.5.4 Promoción.....	78
CAPÍTULO IV.....	81
ESTUDIO FINANCIERO	81
4.1 Determinación de la inversión inicial.....	81
4.1.1 Resumen de la inversión inicial.....	81
4.1.2 Inversión fija.....	81
4.1.3 Inversión variable.....	81
4.1.4 Detalle de la inversión fija	82
4.2 Costos de producción	83
4.3. Gastos administrativos.....	84
4.4 Detalle del sueldo del personal.....	84
4.5 Sueldos y salarios.....	85
4.6 Gastos de exportación	88
4.7 Determinación gasto unitario	89
4.8 Determinación precio unitario	89
4.9 Financiamiento del proyecto	89
4.10 Datos financiamiento y tabla de amortización.....	90

4.11 Determinación costo capital	91
4.12 Determinación TRM	91
4.13 Depreciaciones	92
4.14 Presupuesto de ingresos ventas	92
4.15 Presupuestos costos	92
4.16 Gastos administrativos	93
4.17 Gastos exportación	93
4.18 Total presupuesto de gastos	93
4.19 Estado de Resultados	94
4.20. Presupuesto de caja	95
4.21. Balance inicial	95
4.22. Valor presente neto	96
4.23. Costo beneficio	96
4.24. Periodo de recuperación der la inversión	97
4.25. Tasa interna de retorno	97
4.26 Evaluación económica del proyecto	98
4.27 Determinación punto de equilibrio	98
4.28 Margen de contribución	99
4.29 Punto de equilibrio unidades físicas	99
CONCLUSIONES	100
RECOMENDACIONES	101
BIBLIOGRAFÍA	102
ANEXOS	106
1. NOMBRE DEL PROYECTO	109
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)	109
3. JUSTIFICACIÓN	111
4. OBJETIVOS	114

4.1 OBJETIVO GENERAL	114
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	114
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	114
5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS	116
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA	117
6.1. METODOS GENERALES	117
6.3 INSTRUMENTOS	120
6.4 MATRIZ DE RELACIÓN	122
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	123
8. RECURSOS.....	125
8.1. FINANCIAMIENTO	126
9. FUENTES DE INFORMACIÓN	126
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA....	128
PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA....	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Incoterms 2010	13
Tabla 2 Matriz diagnóstica	28
Tabla 3 Precios de los bolsos de la empresa Artesanías J.A.....	35
Tabla 4. Tipos de bolsos elaborados por la competencia	38
Tabla 5. Tiempo en la venta de bolsos acrílicos	39
Tabla 6. Mayores clientes de la competencia	40
Tabla 7. Satisfacción de los clientes	41
Tabla 8. Precios de los productos	42
Tabla 9. Producción mensual.....	43
Tabla 10. Formas de pago	44
Tabla 11. Plazo de pago	45
Tabla 12. Garantías en los productos	46
Tabla 13. Exportación de bolsos acrílicos.....	47
Tabla 14. Considera incursionar nuevos mercados	48
Tabla 15. Aumento de producción para la exportación	49
Tabla 16. Matriz FODA	50
Tabla 17. Cruce de estrategias FA, FO, DO, DA	51
Tabla 18. Exportaciones a nivel mundial partida 420291	53
Tabla 19. Principales países exportadores a nivel mundial	53
Tabla 20. Exportaciones de Ecuador de los productos en la partida 4202.91	54
Tabla 21. Principales países importadores del producto Ecuatoriano.....	54
Tabla 22. Principales proveedores de la partida 420291 del producto Ecuatoriano	55
Tabla 23. Principales países importadores	55
Tabla 24. Lista de los mercados importadores de bolsos exportados por Ecuador en cantidades.....	56
Tabla 25. Países importadores del producto Ecuatoriano partida 420291	56
Tabla 26 Exportación de España de los comprendidos en la partida 4202.91	57
Tabla 27. Lista de los mercados para un producto importado por España	58
Tabla 28. Cálculo de proyección por importaciones en toneladas	58
Tabla 29 Proyecciones importaciones en toneladas	58

Tabla 30 Cálculo de exportaciones en toneladas.....	59
Tabla 31 Tabla proyección de exportaciones en toneladas	59
Tabla 32 Consumo aparente en toneladas	60
Tabla 33 Datos Generales	63
Tabla 34. Requerimientos del personal de la empresa	66
Tabla 35. Precio	78
Tabla 36. Ferias Internacionales	80
Tabla 37. Inversión inicial.....	81
Tabla 38. Resumen inversión inicial.....	81
Tabla 39. Capital de trabajo	81
Tabla 40. Detalle inversión fija	82
Tabla 41. Costos de producción.....	83
Tabla 42. Gastos administrativos	84
Tabla 43. Detalle sueldos.....	84
Tabla 44. Sueldo primer año	85
Tabla 45. Rol de pagos segundo año	86
Tabla 46. Rol de pagos tercer año	86
Tabla 47. Rol de pagos cuarto año	87
Tabla 48. Rol de pagos quinto año	87
Tabla 49. Gastos exportación	88
Tabla 50. Determinación gasto unitario.....	89
Tabla 51. Determinación precio unitario.....	89
Tabla 52. Financiamiento del proyecto	89
Tabla 53. Datos financiamiento y tabla de amortización	90
Tabla 54. Determinación costo capital	91
Tabla 55. Determinación TRM	91
Tabla 56. Depreciaciones	92
Tabla 57. Presupuesto de ingresos.....	92
Tabla 58. Presupuesto de costos.....	92
Tabla 59. Gastos administrativos	93
Tabla 60. Gastos exportación	93
Tabla 61. Total presupuesto gastos	93

Tabla 62. Estados de resultados.....	94
Tabla 63. Presupuesto caja.....	95
Tabla 64. Balance inicial	95
Tabla 65. Valor actual neto	96
Tabla 66. Costo beneficio	96
Tabla 67. Periodo de recuperación	97
Tabla 68. Tasa interna de retorno	97
Tabla 69. Evaluación económica	98
Tabla 70. Punto de equilibrio.....	98
Tabla 71. Margen contribución.....	99
Tabla 72. Punto de equilibrio.....	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Formas de ingreso a mercados exteriores	3
Figura 2. Tipos de exportación según el COPCI	5
Figura 3. Pictogramas de cargas internacionales	9
Figura 4. Documentos de exportación	10
Figura 5. Certificaciones internacionales	12
Figura 6. Incoterms 2010	15
Figura 7. Datos para la selección del mercado meta	19
Figura 8. Instrumentos para la promoción de las exportaciones	20
Figura 9. Tipos de bolsos elaborado por la competencia.....	38
Figura 10. Tiempo en la venta de bolsos acrílicos	39
Figura 11. Mayores clientes de la competencia	40
Figura 12. Satisfacción de los clientes	41
Figura 13. Promedio de precios de bolsos acrílicos.....	42
Figura 14. Producción mensual.....	43
Figura 15. Formas de pago.....	44
Figura 16. Plazo de pago	45
Figura 17. Garantías en los productos	46
Figura 18. Exportación de bolsos acrílicos.....	47
Figura 19. Considera incursionar nuevos mercados	48
Figura 20. Aumento de producción para la exportación.....	49
Figura 21. Ruc de la empresa.....	61
Figura 23. Ciudad de Otavalo	62
Figura 24 Micro localización empresa Artesanías J.A.....	63
Figura 25. Distribución física de la empresa	64
Figura 26. Organigrama estructural de la empresa.....	65
Figura 27. Organigrama estructural de la empresa.....	65
Figura 28. Diagrama del proceso de producción.....	70
Figura 29. Procesos de exportación.....	70
Figura 30. Costos Logísticos Marítimos	74
Figura 31. El producto	75

Figura 32. Empaque del bolso artesanal para exportar	76
Figura 33. Etiqueta del producto	76
Figura 34. Logo del producto	77
Figura 35. Caja para productos.....	77
Figura 36. Embalaje del producto	78
Figura 37. Canal de distribución.....	78
Figura 38. FanPage de Facebook.....	79
Figura 39. Redes sociales de la empresa ARTESANÍAS J.A	79
Figura 40. Página web de la empresa.....	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Anteproyecto.....	106
Anexo 2. Instrumentos de investigación.....	128
Anexo 3. RUC de la empresa.....	137

RESUMEN

Artesanías J.A lleva varios años en el mercado con sus productos teniendo gran acogida en la ciudadanía, ya que desarrolla productos de calidad para sus clientes finales, la presente investigación, permitió determinar un mercado objetivo al cual se pueda exportar bolsos artesanales.

La presente investigación está estructurada por cuatro capítulos, el marco teórico permitió fundamentar teórica y bibliográficamente los diferentes contenidos de la investigación, el segundo capítulo es el diagnóstico de la situación actual de la empresa y el estudio de mercado , el cual se realizó utilizando la herramienta Trade Map y Market Access Map de la partida 42029100, para identificar las importaciones y exportaciones de los bolsos artesanales a nivel mundial, determinando así el mercado adecuado para la exportación del producto. De igual manera se tomó en cuenta para la exportación: factores logísticos, legales y geográficos del país de destino del producto.

El capítulo tres en la propuesta de exportación se realizó el perfil de la empresa, de igual manera se estableció los requisitos para exportar bolsos artesanales, las formas de pago utilizadas para la exportación y los pagos que se deben realizar para que el producto ingrese al mercado de Madrid España.

Finalmente, el capítulo cuatro se realizó el análisis financiero con la finalidad de determinar los costos de exportación del producto al mercado de destino, y analizar los indicadores financieros como el VAN, TIR, C/B, punto de equilibrio, entre otros.

Palabras Clave: Mercado objetivo, bolso artesanal, inteligencia de mercados, Trade Map, exportación, VAN, TIR, C/B.

ABSTRACT

Artesanías J.A has been in the market for several years with its products having a great reception in the public, since it develops quality products for its final customers, the present investigation, allowed to determine a target market to which handicraft bags can be exported.

The present investigation is structured in four chapters, the theoretical framework allowed to theoretically and bibliographically base the different contents of the research, the second chapter is the diagnosis of the current situation of the company and the market study, which was carried out using the tool Trade Map and Market Access Map of heading 42029100, to identify imports and exports of handicraft bags worldwide, thus determining the appropriate market for the export of the product. In the same way, exportation was taken into account: logistic, legal and geographical factors of the country of destination of the product.

Chapter three in the export proposal made the profile of the company, in the same way the requirements for exporting handbags, the forms of payment used for export and the payments that must be made for the product to enter the market were established from Madrid Spain.

Finally, chapter four carried out the financial analysis in order to determine the export costs of the product to the destination market, and analyze the financial indicators such as NPV, IRR, C / B, breakeven point, among others.

Keywords: Target market, craft bag, market intelligence, Trade Map, export, VAN, TIR, C / B.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo tiene como propósito desarrollar la exportación de bolsos acrílicos hacia el mercado de Madrid – España, por parte de la empresa Artesanías J.A. ubicada en la ciudad de Otavalo.

En el primer capítulo se realiza toda la sustentación bibliográfica, en el cual se cuenta con conceptos y los factores más importantes dentro de los temas de un estudio de mercado, como los procesos de exportación de productos para bolsos y carteras a un determinado mercado internacional.

En el capítulo del diagnóstico se realizó el análisis de la información obtenida mediante las aplicaciones de los instrumentos de investigación como son las entrevistas y la encuesta, para identificar el manejo de los procesos de producción de los bolsos artesanales información de suma importancia para determinar el mercado del producto a través de la matriz FODA, en el estudio de mercado de igual manera se realizó un análisis de las exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial permitiendo identificar los principales competidores del producto.

En la propuesta de exportación se realizó el perfil de la empresa, de igual manera se estableció los requisitos para exportar bolsos artesanales, las formas de pago utilizadas para la exportación y los pagos que se deben realizar para que el producto ingrese al mercado de Madrid España.

Finalmente se realizó un análisis de la situación financiera del producto, para identificar los valores que conlleva realizar una exportación al mercado de destino seleccionado el producto bolsos artesanales y si es rentable o no realizar la exportación mediante los indicadores financieros como es el VAN, TIR, PRI .

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Exportación

“Las exportaciones son todos aquellos envíos de bienes y servicios, excluidas las remesas de bienes y servicios que no generan ingresos de dinero, con destino a unidades económicas radicadas fuera de las fronteras del país considerado.” (Burbano & Meztanza, 1995).

“Registro de la venta al exterior de bienes o servicios realizada por una empresa residente dando lugar a una transferencia de la propiedad de los mismos (efectiva o imputada).” (Banco Central de Reservas del Perú, 2011, pág. 74)

Entonces se puede entender que, las exportaciones son aquellas transacciones comerciales que se realizan de un país a otro, con la finalidad de ampliar las ventas, dejar la dependencia en el mercado nacional y buscar la diversificación de riesgos.

Empresa: “Unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”. (Real Academia Española, 2014).

1.1.2. Formas de ingreso a mercados exteriores

Según Estrada, H. & Estrada, C. (2013), manifiestan que existen diferentes alternativas para ingresar a mercados internacionales, que van desde la exportación a través de intermediarios en el Ecuador, la venta directa, la exportación concertada, la exportación compensada y la exportación a través de la producción. En definitiva tenemos cinco formas de ingreso a mercados internacionales. (pág. 150).



Figura 1 Formas de ingreso a mercados exteriores
Fuente: (Estrada, 2013, pág. 100)

1.1.2.1. Exportación indirecta

Estrada (2010), menciona que la venta de los productos se la realiza a través de terceras personas, por tal motivo no nace la necesidad de la búsqueda de un mercado para su expansión y se la puede considerar una venta local, por lo que no tiene ningún tipo de responsabilidad en cuanto a la contratación de seguros o negociar en términos mayores a Exw. (pág. 150).

1.1.2.2. Exportación directa

De acuerdo Estrada (2010) menciona la diferencia de la exportación directa, en este tipo de exportaciones es necesario la búsqueda de un mercado para la comercialización e internacionalización de sus productos y su empresa, por lo que no es necesario la contratación de un intermediario, y esto significa un gasto menos para la empresa. En la exportación o venta directa, se puede definir el Incoterm de negociación, y de esta manera tanto el vendedor como el comprador conocerán sus obligaciones respectivas. (pág. 150).

1.1.2.3. Exportación concertada

Como los cita Estrada Heredia & Estrada Cevallos (2013), se da cuando el dueño de la empresa no tiene idea de cómo exportar o a qué mercado dirigirse dentro de este tipo de exportación, se dan varias formas de entrada al mercado internacional, las mismas que pueden ser: estrategias de piggyback; consorcios de exportación; y, joint ventures.

- Piggyback: El productor de los productos o servicios hacer la entrega de sus productos a una comercializadora, para que la misma tenga el libre albedrío de colocar la marca de su empresa, por lo que no tiene mayor intervención en la venta de sus productos. (Estrada, pág. 120).
- Consorcios de exportación: Consta de la agrupación de varias empresas, ya sean grandes o pequeñas, para de este modo comercializar sus productos al mercado exterior y obtener la mayor rentabilidad posible. (pág. 120).
- Joint ventures: Tiene la intervención de más de dos empresas ya sean del mismo país o no, con la finalidad de llegar a comercializar sus productos en mercados competitivos, de esta manera introducirse en mercados internacionales. (pág. 120).

1.1.2.4. Exportación compensada

Estrada (2010), menciona que usualmente al momento de comercializar los productos, lo que se espera es tener una rentabilidad y primordialmente que la venta sea concretada en efectivo; pero, en el caso de la exportación compensada se da el producto a cambio de otro, es decir que de cierta manera se está realizando un truco, donde se busca beneficios comunes entre el comprador y vendedor. (pág. 121).

1.1.2.4. Exportación productiva

Se refiere a la producción de nuestros artículos en los mercados de destino. (Estrada, 2013, pág. 121).

Al realizar este tipo de exportación, lo que se busca es una empresa en el país de destino para que los productos puedan ser comercializados sin muchos gastos de flete, o se da también cuando los aranceles del país de origen son altos.

1.1.3. Tipos de exportación según el COPCI

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI] (2010), quien tiene por objeto “regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir” se reconocen a tres tipos de exportación. Esto se lo puede encontrar en el COPCI en la sección 2, los artículos 154, 155, 156, también en el reglamento del COPCI, en los reglamentos del 158 al 169.

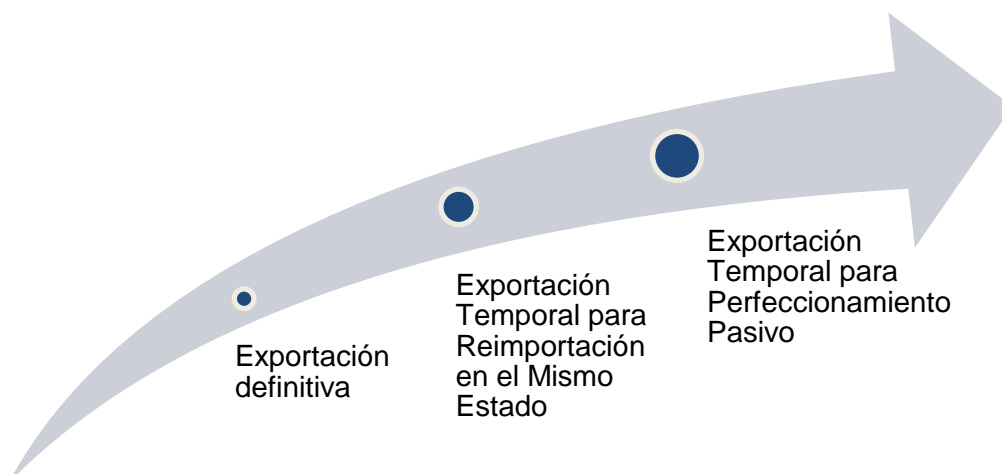


Figura 2. Tipos de exportación según el COPCI
Fuente: COPCI

1.1.3.1. 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. (COPCI, 2012, pág. 52).

1.1.3.2. 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 reimportados sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal por el uso que de ellas se haga. (COPCI, 2012).

1.1.3.3. 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, elación 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. (COPCI, 2012).

1.1.4. Logística de exportación

Según Castellanos Ramírez (2015), la logística interviene en la cadena de suministros para buscar la manera de abaratar costos, reducir tiempos; pero, para un mejor entendimiento, la logística es:

El Council of Logistics Management Professionals (CLMP) define: “Logística es el proceso de implementar y controlar efectiva y eficientemente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada con el punto de origen al punto de consumo con el propósito de cumplir los requerimientos del cliente” (Castellanos, 2015, pág. 2).

Se entiende por Logística a las diversas actividades tanto administrativas, operativas y financieras necesarias para la administración estratégica del flujo, almacenamiento de materias primas, componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad y forma adecuada, en el lugar correcto, al costo y en el momento apropiado. (ProEcuador, 2016, pág. 8).

Logística, es el conjunto de actividades que se ocupan del flujo total de materiales y el flujo de información, que comienzan con el aprovisionamiento de materias primas y finaliza con la entrega de los productos terminados a los clientes. Entendida así, la gestión logística se encarga de planificar, ejecutar y controlar todas las actividades relacionadas con el flujo completo a través de la empresa de materias primas, componentes, productos semielaborados y terminados e información asociada. (Estrada, 2012, pág. 227)

Se puede entender a la logística como un proceso administrativo, que controla, planifica y ejecuta todos los procedimientos en la cadena de suministros, desde que ingresan las materias primas hasta entregar el producto al consumidor.

1.1.4.1. Elementos de la logística de exportación

- La gestión de materiales: Hace referencia a la recepción que se realiza de los materiales, también la supervisión de los mismos, para conocer el estado en que son entregadas. (Castellanos, 2015, pág. 3).

- Sistema de flujo de materiales: “Consiste en la habilidad de planificar la fabricación de productos terminados, para que estén disponibles con el fin de atender las solicitudes de los clientes”. (Castellanos, 2015, pág. 3).
- La distribución física: en esta fase de la logística, se realiza la entrega de los bienes terminados a los consumidores finales o detallistas para su comercialización. (Castellanos, 2015, pág. 4).

1.1.4.2. Infraestructura logística

Representa uno de los recursos más importantes que posee un país, ya que mediante el óptimo desarrollo de la misma ayuda al intercambio comercial de mercancías y servicios. (ProEcuador, 2016), señala que los componentes de la Infraestructura Logística más comunes son:

- Puertos Marítimos
- Vías Ferroviarias
- Carreteras
- Aeropuertos
- Puertos Fluviales
- Almacenes de carga
- Plataformas logísticas

Algunos de los puertos marítimos que existen en Ecuador son:

- Autoridad Portuaria de Esmeraldas (Puerto multipropósito)
- Autoridad Portuaria de Manta (Puerto multipropósito)
- Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar (Puerto multipropósito)
- Autoridad Portuaria de Guayaquil: Andipuerto (terminal de graneles y multipropósito); Contecon Guayaquil S.A. (terminal de contenedores y multipropósito)
- Ecuagran (Puerto de graneles secos)
- Fertisa (Puerto multipropósito)
- Trinipuerto S.A. (Puerto de graneles sólidos)

- Naportec (Puerto multipropósito)
- Terminal Portuario de Guayaquil TPG (Terminal de contenedores)

Dentro de la logística de exportación, se debe tomar en cuenta que es importante colocar los pictogramas en las cajas que vayan a ser embarcadas, para que, en el momento del manipuleo de la carga, esta no se vea afectada y por ende el producto, objeto de exportación, llegue en las óptimas condiciones hacia el lugar de destino.

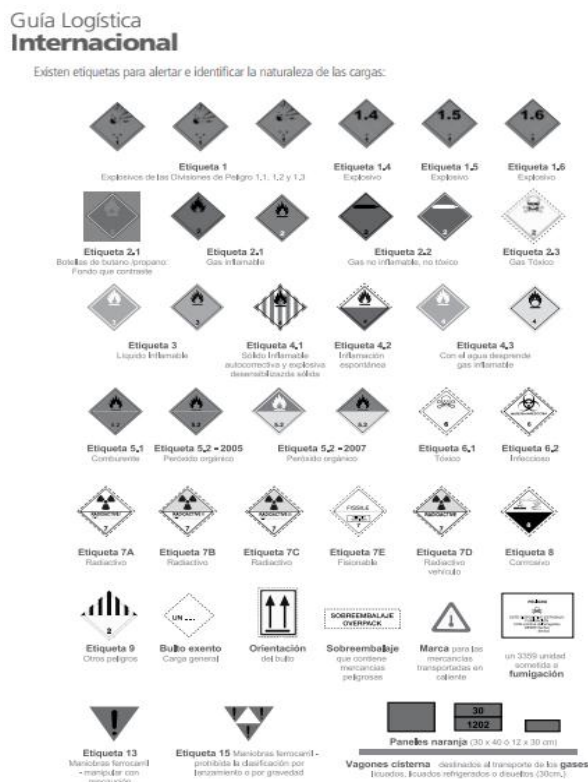


Figura 3. Pictogramas de cargas internacionales
Fuente: (ProEcuador, 2016) Guía Logística Internacional

1.1.5. Documentación de exportación

“Pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas.” (Comercio Exterior, 2016). Los requisitos que se deben presentar son:

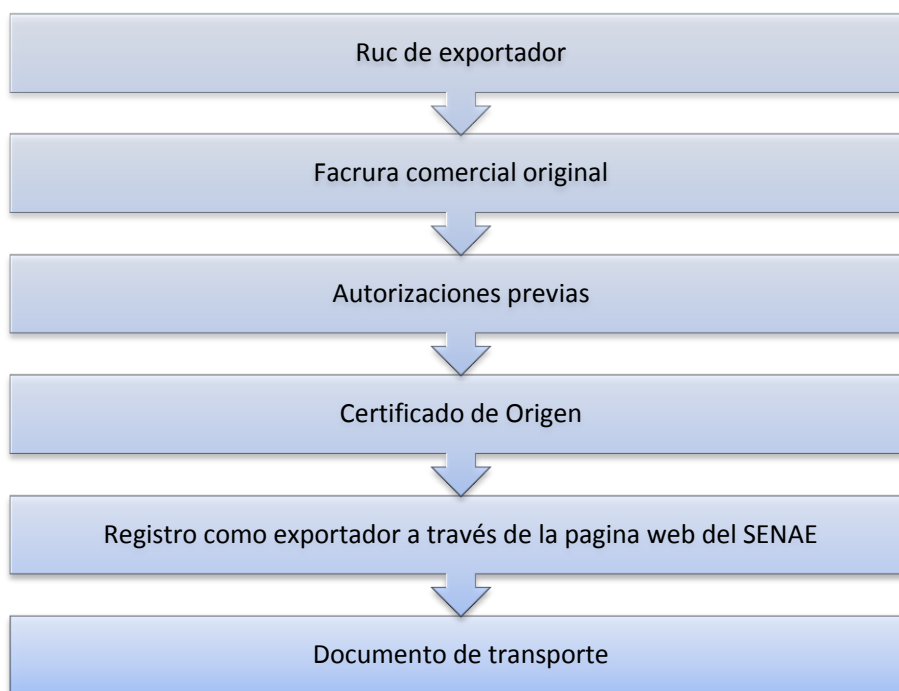


Figura 4. Documentos de exportación
Fuente: Comercio Exterior, (2016).

Para calificarse como exportador, es necesario que el representante de la empresa o quien vaya a realizar la exportación cuente con la obtención del RUC; seguido de eso la obtención de la firma digital, conocido también como Token, previo al registro en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), “el registro dura aproximadamente 24 horas para quedar legalmente habilitado para exportar” (Estrada, 2013, pág. 125)

Lo siguiente que se debe hacer es obtener el certificado de origen, dependiendo del tipo de mercancía que sea y al lugar que vaya será necesario este certificado, como puede darse el caso de que adicional a eso necesite otros certificados, como pueden ser: fitosanitarios, zoonosanitarios, ictiosanitarios, entre otros. También se debe realizar la presentación del documento de transporte para conocimiento del embarque, ya sea este marítimo, terrestre o aéreo.

1.1.6. Certificaciones internacionales

Como menciona (ProEcuador, 2013), las certificaciones son el sistema establecido para identificar un producto con ciertas características específicas. Existen un sin número de agencias gubernamentales, internacionales y empresariales (algunas claramente transnacionales) dedicadas a certificar que las prácticas y procesos de producción se ajusten a los estándares particulares propios de cada una de ellas: de calidad, origen, comercio justo, sustentabilidad, orgánico, amigable con las aves, biodinámica, de relación, etc. (pág. 03)

El Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE), es el órgano oficial en materia de acreditación. Es una entidad técnica de derecho público, con personería jurídica, autonomía administrativa, económica, financiera y operativa, sin fines de lucro, con sede en Quito y competencia a nivel nacional. Se rige conforme a los lineamientos y prácticas internacionales reconocidas. (pág. 06)

Sellos y Certificaciones más Importantes

- ACCP (Hazard Analysis Critical Control Points)
- Global G.A.P
- Fairtrade International
- USDA Organic Certification
- CEE Reglamento Europeo
- Naturland
- JAS EU Japanese Agricultural Standards
- EU ECOLABEL
- FLP Flower Label Program
- ISO 9001
- ISO 14001
- Veriflora
- FSC Forest Stewardship Council
- MSC Marine Stewardship Council

- RAS Red de Agricultura Sostenible
- Fair Flowers Fair Plants
- UTZ Kapeh Good Inside
- C.A.F.E (Coffee and Farmer Equity) Practices – Starbucks
- ISO 22000
- IFS (International Food Standard)
- Kosher
- O.H.S.A.S Occupational Health & Safety Advisory Services
- ETI Ethical Trade Initiative



Figura 5. Certificaciones internacionales
Fuente: Jácome, (2017).

1.1.7. Incoterms

Como menciona Afi Guías (2017), los Incoterms son Términos Internacionales de Comercio, cuya finalidad es regular las obligaciones y responsabilidades de cada una de las partes, es decir, del comprador y vendedor; sin embargo, esto no quiere decir que regulan el precio del bien o servicios. Los once términos utilizados en el comercio se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 1. Incoterms 2010

TRANSPORTE MULTIMODAL	TRANSPORTE MARÍTIMO
<ul style="list-style-type: none">• EXW En fábrica (Ex Works)• FCA Franco transportista (Free Carrier)• CPT Transporte pagado hasta (Carriage Paid To)• CIP Transporte y seguro pagados hasta (Carriage and Insurance Paid to)• DAT Entregada en Terminal (Delivered At Terminal)• DAP Entregada en el lugar convenido (Delivered At Place)• DDP Entregada. Derechos pagados (Delivered Duty Paid)	<ul style="list-style-type: none">• FAS Franco al costado del buque (Free Alongside Ship)• FOB Franco a bordo (Free On Board)• CFR Coste y flete (Cost and Freight)• CIF Coste, seguro y flete (Cost, Insurance and Freight)

Fuente: Afi Guías (2017).

- EXW: “En fábrica” significa que el exportador realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del importador en el establecimiento del exportador o en otro lugar convenido (es decir, taller, fábrica, almacén, etc.), sin despacharla para la exportación ni cargarla en un vehículo receptor. (pág. 8).
- FCA: “Franco Transportista” significa que el exportador entregará la mercancía al transportista o persona indicada por el importador, en el lugar acordado, cargando la mercancía en el medio de transporte provisto por el importador, dentro de las instalaciones del exportador, o poniendo la mercancía a disposición del transportista o persona indicada por el importador, en el medio de transporte del exportador, preparada para su descarga. (pág. 9).
- FAS: “Franco al Costado del Buque” significa que el exportador entregará la mercancía colocándola al costado del buque designado por importador, en el punto de carga fijado por dicho importador, dentro del puerto de embarque convenido (siguiendo las prácticas operativas de este puerto). También cabe la posibilidad de que el exportador obtenga la mercancía así entregada, al costado del buque, para el embarque; como en los casos de

materias primas, u otras mercancías asociadas a ventas en cadena. (pág. 10).

- FOB: “Franco a Bordo” significa que el exportador entregará la mercancía a bordo del buque designado por el importador, en el puerto de embarque convenido (en la forma habitual en dicho puerto). También es posible que el exportador obtenga la mercancía ya entregada en estas condiciones (a bordo del buque), como en los casos de materias primas, u otras mercancías asociadas a ventas en cadena. (pág. 12).
- CFR: “Coste y Flete” significa que, al igual que FOB, El exportador entrega la mercancía a bordo del buque designado, de acuerdo con las prácticas del puerto. Es posible asimismo que el exportador ya obtenga la mercancía así entregada, como en los casos de materias primas, u otros asociados a ventas en cadena. (pág. 13).
- CIF: “Coste, Seguro y Flete” significa que el exportador entrega la mercancía a bordo del buque designado, de acuerdo con las prácticas (operativa) del puerto. También es posible que el exportador obtenga la mercancía ya entregada en estas condiciones para su transporte hasta destino. (pág. 15).
- CPT: “Transporte Pagado Hasta” significa que el exportador entregará la mercancía al transportista que haya contratado (u otra persona designada por el propio exportador), en el lugar acordado por el exportador y el importador. El transportista llevará la mercancía desde este lugar / punto de entrega hasta el lugar / punto de destino. (pág. 18).
- CIP: “Transporte y Seguro Pagados hasta” significa que El exportador entregará la mercancía al transportista que haya contratado (u otra persona designada por el propio exportador), en el lugar acordado entre exportador

e importador. El transportista llevará la mercancía desde este lugar / punto de entrega hasta el lugar / punto de destino. (pág. 20).

- DAT: “Entrega en terminal” es un término incorporado con los Incoterms 2010, que supone que, tras la descarga de la mercancía, la entrega de la misma se produce con su puesta a disposición del importador, en la terminal designada, en el puerto o lugar de destino convenido. (pág. 22).
- DAP: Este es otro de los Incoterms introducidos con la última actualización de 2010. “Entregada en lugar convenido” supone que el exportador entrega la mercancía una vez sea puesta a disposición del importador en el lugar convenido, antes de descargarla. (pág. 23).
- DDP: “Entregada Derechos Pagados” significa que el exportador entrega la mercancía poniéndola a disposición del importador, tras realizar los trámites aduaneros de importación (en el país de destino), lista para ser descargada desde el medio de transporte utilizado, en el lugar / punto de destino acordado. (pág. 25).

Incoterms 2010											
	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FCA	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FAS	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
FOB	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CPT	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIF	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CFR	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
CIF	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Marítimo	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAT	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DAP	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
DDP	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Polivalente	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

● Vendedor ● Comprador ● Vendedor / Comprador

Figura 6. Incoterms 2010
Fuente: ProEcuador (2016)

1.1.8. Medios de pago

Cada empresa elige el medio de pago por el que se cerrara la negociación; sin embargo, existen algunas formas de cobrar a las exportaciones, pues son una herramienta mediante la cual, el comprador puede adquirir el bien o servicios que desee. Entre estas se encuentran las siguientes:

- Prepago: Quiere decir que el pago por el bien o servicios será realizado antes del momento de la entrega del mismo. Pero esto se puede dar en casos especiales, o cuando exista una confianza mutua entre las partes, como menciona (Estrada, 2013) los prepagos funcionan cuando se tiene la suficiente confianza en el vendedor; pero esto se torna muy difícil especialmente cuando se esta iniciando una actividad exportadora”. (pág. 150).
- Giro a la vista: “El exportador envía los productos y en un viaje posterior pasa a retirar los cheques o en su defecto pide que se lo deposite en su cuenta corriente o solicita que realice una transferencia”. (pág. 150).
- Giro a plazos: En términos de giro a plazos o giro a la vista, la certeza de que el comprador va a cancelar la cantidad de la mercancía solicitada debe ser garantizada, en los casos de giro a plazos, el tiempo que se maneja usualmente es de 30, 60, 90. 120 días, incluso puede extenderse a 180 días después de que la mercancía haya sido enviada o retirada por parte del comprador. El giro a plazos puede darse cuando el vendedor ya conoce al comprador, aunque en ocasiones puede suscitarse sin que conozcan entre ambas partes, pero puede ser una forma de pago que tenga la empresa para el cobro de las deudas. (pág. 150).
- Tarjetas: Dentro de la modalidad de tarjetas puede darse varios casos, como pueden ser: tarjeta de crédito, tarjeta de debito, entre las más conocidas y utilizadas, pero también pueden darse casos en donde los pagos se realicen por medio de tarjeta virtual o tarjeta revolving. (pág. 151).

- Carta de Crédito: “La carta de crédito es un documento utilizado como instrumento para realizar intercambios entre personas, principalmente en el comercio exterior, aunque éste no es su único uso.” (Anrango, 2015).
- Tráfico mercantil: El cheque: documento por el que una entidad financiera se compromete a pagar a un tercero. El pagaré: documento donde se recoge un compromiso de pago a un en un plazo detallado. La letra de cambio: documento a través del cual una persona obliga a otra a pagarle a un tercero, o a ella misma, una determinada cantidad de dinero, en un plazo cierto (EduFiemp, 2017).

1.2. Estrategia de mercadeo

1.2.1. Estrategia de producto

La estrategia de productos es aspecto de suma importancia para los altos directivos de la organización. Si la empresa se encuentra en un mercado con fuerte competencia, y aunque no se encuentre en ella, esta estrategia debe estar constantemente actualizada. (Ventura, 2016)

El producto es el bien o servicio generado por trabajo humano, que es objeto de una transacción comercial. Para el marketing internacional, el producto es el bien o servicio que se comercializa o se desea comercializar en el mercado exterior. (Kirchner & Márquez, 2010, pág. 89).

Como menciona Lerma Kirchner & Márquez Castro (2010), para establecer las mejores estrategias en el producto se debe tener conocimiento de los gustos, deseos, como también los estilos de vida y de esta manera conocer el perfil del consumidor, para lograr llegar a ellos con éxito. Alguna de los aspectos a tener en cuentas para la elaboración de estas estrategias son: (pág. 116)

- Variabilidad en la presentación del producto:

- Flexibilidad en la elaboración del producto:
- Tamaño de la línea de productos:
- Variabilidad respecto a usos del producto:
- Mejoras en el envase o empaque:
- Estrategias respecto a la calidad:
- Calidad en función del precio
- Estrategias respecto al diseño:
- Estrategias respecto a la tecnología:
- Estrategias respecto a la ecología:

1.2.2. Estrategia de precio

Según Hair & McDaniel (2002) una estrategia de precios es un marco de fijación de precios básico a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios a lo largo del ciclo de vida del producto.

Según Czinkota & Ronkainen (2013), existen tres estrategias generales en la determinación de precios en el marketing global: 1) establecer un precio estándar mundial; 2) fijación de precios dual); y 3) fijación de precios diferenciada por mercado. Según (pág. 462).

- Precio estándar mundial: Es fijar un solo precio a todos los consumidores, sin importar los costos que hayan sido incurridos, es decir que el precio no se ve afectado por el hecho de que este vaya a ser dirigido a un mercado internacional, el precio es el mismo aun en el mercado interno. (pág. 462).
- Fijación de precios dual: Los precios duales se dan cuando existe una diferencia en cuando al precio del mercado nacional versus el mercado al que será dirigido el producto, por lo tanto, en el mercado internacional se puede tomar el método de costos totales más el margen de utilidad, como también puede ser el método de costo marginal. Cuando el precio es alto,

se puede aplicar: descuentos dependiendo el cliente, el volumen de pedido o la intensidad de la competencia

- Fijación de precios diferenciada por mercado: Para la fijación de precios por mercado, como menciona se basa de cierto modo en la situación económica del país a donde se dirige la exportación, los precios pueden variar dependiendo de la competencia que se tenga; sin embargo, al fijar por este método, se puede ver afectado ciertos elementos que causaron costos para llegar al país de destino.

1.2.3. Estudio de plaza

El mercado es el espacio físico o conceptual donde se realizan o desean realizar las transacciones comerciales, lo cual incluye al conjunto de compradores o posibles compradores, sus necesidades, capacidad de compra, usos y costumbres, canales de distribución y segmentación, y a los competidores. (Kirchner & Márquez, 2010, pág. 199).

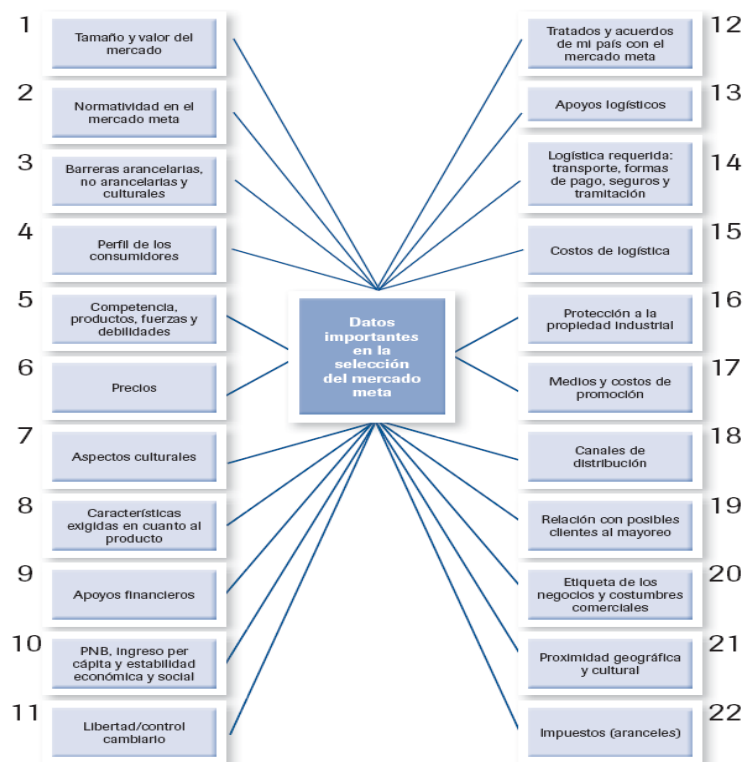


Figura 7. Datos para la selección del mercado meta
Fuente: Kirchner & Márquez, (2010)

1.2.4. Estudio de promoción

La promoción, en sentido amplio, es el conjunto de actividades o procesos destinados a estimular al comprador potencial (distribuidores, clientes industriales y consumidores) a adquirir bienes, servicios, ideas, valores y estilos de vida. (Kirchner & Márquez, 2010, pág. 369).

Entendiendo esto, se puede desarrollar estrategias, previo a un estudio que arroje datos relevantes sobre el mejor modo de promocionar los productos, ya sea dentro o fuera del país, para lo cual también existen instrumentos que serán útiles.



Figura 8. Instrumentos para la promoción de las exportaciones
Fuente: Kirchner & Márquez (2010)

1.3. Estudio financiero

1.3.1. Tipos de inversión y financiamiento

1.3.1.1. Tipos de financiamiento

Según Van Horne y Wachowicz (2002), las fuentes de financiamiento resultan importantes herramientas estratégicas que ayudan a desarrollar un proceso para asegurar la sostenibilidad financiera de la organización. Esto significa que la adecuada selección de las fuentes de financiamiento influirá en el aumento de la capacidad de la organización para generar fondos necesarios (p.25).

- Crédito Bancario: Es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales. Su importancia radica en que hoy en día, es una de las maneras más utilizadas por parte de la empresas para obtener un financiamiento (Narvaez, 2007).
- Financiamiento a mediano plazo: Financiamientos mayores a un año para el crecimiento de tu empresa. Créditos a plazos mayores a un año para financiar la compra de activos y/o mejorar la administración de deuda. (Banco GNB Perú, 2017).
- Financiamiento externo: “Importe de los empréstitos que se obtienen en efectivo o en especie de acreedores extranjeros.” (Jiménez, 2014, pág. 264).
- Financiamiento interno: Aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir retención de utilidades, la diferencia en tiempo entre la recepción de materiales y mercancías compradas y la fecha de pago de las mismas. (Jiménez, 2014, pág. 264).
- Financiamiento oneroso: “En esta modalidad de financiamiento si se adquieren costos por cubrir además de la deuda. Dichos costos proceden de las comisiones por operación, intereses moratorios o garantías. (A, 2017).

1.3.1.2. Tipos de inversión

“Antes de invertir dinero, es importante comprender los puntos básicos sobre los diferentes tipos de inversiones.” (Wells , 2017).

De esta manera se conocerá cual inversión conviene realizar, y tener así una rentabilidad conveniente para el inversor.

Acciones: Las Acciones son derechos sobre la empresa o sociedad que las emitió. Son derecho a recibir proporcionalmente las utilidades del negocio, sea semestral o anual de acuerdo a lo pactado. También son derecho a participar con voz y a veces voto, en las asambleas y reuniones formales de la empresa. Las Acciones son derecho de propiedad sobre la firma en forma proporcional al total de Acciones en circulación (Burbano & Meztanza, 1995).

Inversiones Especulativas: Son esencialmente en dinero y en los mercados bursátiles, aunque también lo pueden ser en la compra y venta de bienes, interviniendo en su valor y precio para obtener importantes ingresos producto de su negociación incierta y con alto riesgo. Por ello, son inciertas en la obtención de resultados y de rendimientos futuros, en donde se puede ganar mucho o se puede perderlo todo. Se especula con el valor de los títulos o bienes adquiridos, con la finalidad de que se revalúen y se obtenga utilidad en el futuro producto de la venta. (Estrada, 2012)

Inversión Extranjera Directa: Es la inversión de capital realizada por una entidad extranjera en otro país, en vistas al largo plazo, para la creación de empresas agrícolas, industriales y de servicios.

Inversión Productiva: Se considera que una inversión es productiva, cuando el dinero se destina a la adquisición, renovación, y mejoramiento de bienes para que generen nuevos bienes y servicios, que beneficien a la sociedad en el caso de las inversiones del gobierno, a la satisfacción de necesidades de los clientes en el caso de las empresas, o al bienestar y crecimiento personal. Una inversión productiva se diferencia del gasto o el consumo, en que se aplaza la decisión de recibir los beneficios de corto plazo para obtener un rendimiento y producción mayor en el mediano y largo plazo (Czinkota & Ronkainen, 2013).

Inversión Pública: Es la utilización del dinero recaudado en impuestos, por parte de las entidades del gobierno, para reinvertirlo en beneficios dirigidos a la población que atiende, representada en obras, infraestructura, servicios, desarrollo de proyectos productivos, incentivo en la creación y desarrollo de empresas, promoción de las actividades comerciales, generación de empleo, protección de derechos fundamentales, y mejoramiento de la calidad de vida en general. La inversión pública se encuentra regulada por leyes, normas y procedimientos, que le definen lo que es viable y lo que está prohibido, los responsables y montos autorizados, actividades permitidas y requisitos que deben cumplir.

Inversión Financiera: Aquellas inversiones en activos financieros que pueden ser realizadas tanto por personas como por empresas. La inversión financiera es fundamental para el crecimiento del capital debido a que el objetivo de esta es generar ingresos pasivos, sin la necesidad de estar siempre en un control.

1.3.2. Índices e indicadores

1.3.2.1 Índices financieros

- **Valor Neto Actual (VAN):** Para que un negocio sea realmente rentable, el valor del VAN debe ser siempre mayor que cero. Esto indicará que en un plazo estimado (por ejemplo, 5 años) podremos recuperar la inversión que ha puesto en marcha el negocio y tendremos más beneficio que si dicha inversión se hubiese puesto a renta fija (Universidad de Barcelona, 2016).
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** hace referencia al tipo de interés en el que el número de VAN es cero. Su función es señalar la tasa a la cual recuperaremos la inversión inicial de nuestro negocio trascurrido cierto tiempo (Universidad de Barcelona, 2016).

1.3.2.2. Indicadores financieros

Son índices elaborados con información de los Estados Proforma del proyecto embotellador, que permiten señalar si la empresa está bien administrada y conocer su salud financiera.

1. Indicadores de Liquidez: Son las razones financieras que nos facilitan las herramientas de análisis, para establecer el grado de liquidez de una empresa y por ende su capacidad de generar efectivo, para atender en forma oportuna el pago de las obligaciones contraídas. (Martínez, 2010).
2. Indicadores de Actividad: Son los que establecen el grado de eficiencia con el cual la administración de la empresa, maneja los recursos y la recuperación de los mismos. Estos indicadores nos ayudan a complementar el concepto de la liquidez. También se les da a estos indicadores el nombre de rotación, toda vez que se ocupa de las cuentas del balance dinámicas en el sector de los activos corrientes y las estáticas, en los activos fijos. (Martínez, 2010).
3. Indicadores de Endeudamiento: Son las razones financieras que nos permiten establecer el nivel de endeudamiento de la empresa o lo que es igual a establecer la participación de los acreedores sobre los activos de la empresa. (Martínez, 2010).
4. Indicadores de Rentabilidad: Son las razones financieras que nos permiten establecer el grado de rentabilidad para los accionistas y a su vez el retorno de la inversión a través de las utilidades generadas. (Martínez, 2010).

1.3.3. Evaluación financiera

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto para lo cual se compara los ingresos que genera el proyecto con los costos en los que el proyecto incurre tomando en cuenta el costo

de oportunidad de los fondos. Una vez obtenidos los resultados, tras un análisis estos pueden demostrar su pertinencia conforme se vaya desarrollando dicho proyecto (Espinoza, 2007).

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO Y ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Antecedentes

Según información proporcionado por el propietario, la empresa “Artesanías J.A” es una empresa familiar, la misma que alrededor de 30 años ha estado inmersa en el sector artesanal y textil, produciendo bolsos, maletines, mochilas, entre otros, teniendo la capacidad para abastecer el mercado nacional, dándose a conocer por distintas ciudades del país como productor y proveedor a intermediarios, y en cuanto a nivel local se dedica a la venta directa con el consumidor final. Destacándose así por promocionar y ofrecer productos de calidad.

Hace aproximadamente cinco años empezaron a trabajar con tela acrílica, la misma que tuvo aceptación en el mercado en vista de que con esta tela se puede fabricar ponchos, sacos, cobijas, bolsos, mochilas, entre otros. Actualmente la empresa cuenta con alrededor de 10 trabajadores, de los cuales nueve de ellos se dedican al corte y confección en máquinas como overlock y recta, y una persona se dedicada a la inspección de los productos terminados.

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo general

Demostrar la capacidad de oferta exportable de la empresa “Artesanías J.A” y establecer su volumen y calidad de producción para satisfacer el mercado español.

2.2.2. Objetivos específicos

- Determinar la capacidad de producción de la empresa.

- Identificar la materia prima necesaria para la elaboración de los productos
- Identificar la competencia de los bolsos acrílicos de la empresa

2.3. Variable

- Capacidad de producción
- Materia prima
- Competencia

2.4. Indicadores

Capacidad de producción

- Calidad
- Cantidad
- Modelos
- Infraestructura
- Experiencia
- Precio
- Garantías
- Capacidad producción
- Formas de pago

Materia prima

- Colores
- Diseños
- Volumen
- Calidad
- Certificaciones

Competencia

- Precio
- Calidad
- Garantías
- Capacidad producción
- Formas de pago

2.5. Matriz de relación

Tabla 2 Matriz diagnóstica

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la capacidad de producción de la empresa Artesanías J.A para la elaboración de bolsos acrílicos.	Capacidad de producción	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Cantidad • Modelos • Infraestructura • Experiencia • Precio • Garantías • Capacidad producción • Formas de pago 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista / Observación • Entrevista / Observación • Entrevista / Observación • Observación • Entrevista / Observación • Entrevista / Observación • Entrevista / Observación • Entrevista / Observación • Entrevista / Observación 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario de la empresa • Propietario de la empresa • Propietario de la empresa • Propietario de la Empresa • Propietario de la empresa • Propietario de la empresa • Propietario de la empresa • Propietario de la empresa • Propietario de la empresa
Identificar la materia prima necesaria para la elaboración de los productos	Materia prima	<ul style="list-style-type: none"> • Colores • Diseños • Volumen • Calidad • Certificaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Proveedores • Proveedores • Proveedores • Proveedores
Identificar la competencia de los bolsos acrílicos de la empresa	Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Precio • Calidad • Garantías • Capacidad producción • Formas de pago 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Competencia • Competencia • Competencia • Competencia

2.6. Mecánica operativa

2.6.1. Población o universo

La presente investigación tuvo datos de tres universos. Uno de los universos son los propietarios de la empresa, por otra parte, se tendrá a los proveedores, y por último a la competencia.

- **Universo 1**

El primero universo pertenece a los propietarios de la empresa, los mismos que son: el señor Alonso De la Torre y la señora Luzmila Sarabino.

- **Universo 2**

El segundo universo pertenece a los proveedores de telas acrílicas, los cuales son cinco. Sin embargo, existen proveedores de otros materiales, pero para objeto de estudio se tomaron como principales proveedores exclusivamente a los de telas acrílicas. Estos proveedores son:

- Ally Maky, propietario Gustavo Lema
- Kaypi, propietario Francisco Lema
- Craven, propietaria Elizabeth Bravo
- Tejidos Cotacachi, Elena Cotacachi
- Daky Textiles propietaria Yolanda Maldonado

- **Universo 3**

El último universo de estudio es la competencia. Dentro del cantón Otavalo los productores de bolsos acrílicos son limitados, seis son los competidores según información proporcionada por el propietario de la empresa Artesanías J.A, dicha competencia comercializa sus productos al por mayor fuera de la ciudad, por lo que no cuentan con un nombre comercial en la tienda física, la competencia es:

- Gladys Lema

- Elvia Tuquerres
- Alonso Muenala
- Humberto Remache
- Rene Terán
- Carlos Tambaco

2.6.2. Determinación de la muestra

Debido a que el universo de estudio es menor a 40 personas, no se necesita el cálculo de la muestra, en este caso se ha utilizado el censo a toda la población.

2.6.3. Información primaria

Para recolección de la información primaria se utilizó tres herramientas.

- Observación

Esta técnica se usó para analizar las instalaciones, infraestructura adecuada del trabajo, así también se analizará la seguridad que la empresa presenta a los trabajadores. Al aplicar esta técnica se puede desarrollar estratégicamente objetivos concretos que ayuden en las variables establecidas en el presente proyecto, para realizar minuciosamente la observación y de este modo hacer una herramienta útil este instrumento.

- Encuestas

Las encuestas se utilizaron para conocer la capacidad de producción de la empresa, precios de los productos, también para identificar la competencia, las mismas que se analizarán previo a la realización de un cuestionario dirigido a los propietarios de la empresa ARTESANÍAS J.A y a la competencia de la empresa.

- Entrevistas

Para tener una idea más concreta de las exigencias del mercado se aplicó entrevistas a los proveedores de tela acrílica, a través de este instrumento se conocerán los diseños, colores, entre otras variables que son tendencia para la producción de bolsos acrílicos.

2.7. Tabulación y análisis de información del diagnóstico

2.7.1. Análisis de la observación dirigido a los propietarios

Nombre de la empresa	ARTESANIAS J.A
Nombre del encargado	María Luzmila Sarabino Cotacachi
Cargo	Propietaria
Antigüedad en el puesto	32 años
Edad	58

N°	ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
1.	Infraestructura adecuada	x		Presenta infraestructura adecuada, sin embargo, hace falta estanterías para que los materiales usados en la confección tengan una mejor distribución
2.	El lugar de trabajo se encuentra limpio y ordenado	X		El lugar de trabajo ese encuentra limpio y ordenado, presentando de esta manera seguridad para los trabajadores.
3.	Presenta seguridad a los trabajadores	X		
4.	Existe salidas de emergencia en caso de siniestros	X		
5.	Señaléticas o extintores en el lugar adecuado	X		Cuenta con extintores cargados; pero, carece de señaléticas.
6.	Iluminación del lugar de trabajo adecuada	x		

2.7.2. Tabulación y análisis de la entrevista dirigida al propietario

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

Empezaron como pequeños comerciantes, pero después del matrimonio inyectaron capital en el negocio, con lo que se hicieron productores y distribuidores al por mayor.

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

El volumen de producción es de 700 unidades en diferentes modelos. Las ventas son de un valor aproximado de \$4000.00. Dependiendo de la temporada la producción puede aumentar.

3. ¿Con cuántos diseños de bolsos cuenta la empresa?

Actualmente se trabaja 10 diseños, entre mochilas, bolsos de mano, carteras, maletas.

4. ¿Cuántos años de experiencia necesitan las personas para trabajar en el área de confección?

La experiencia mínima requerida es de un año en máquinas como recta y overlock. También se requiere que conozca sobre corte.

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

Si, cada vez las tendencias van cambiando por lo que siempre se debe ir innovando. Incluso los clientes pueden traer alguna muestra de un modelo de bolso o mochila y se le puede dar elaborando.

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

Sí, creo que es un precio justo, para que los minoristas también puedan vender teniendo una buena rentabilidad

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

El número de máquinas es de seis, mientras que el número de obreros es de nueve.

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

La compra de materia prima, por lo general se realiza semanalmente, el monto aproximado es de \$500.00 entre esponjas, cierres, tafeta, tela acrílica, gamuza. Mientras que la compra del cuero la realizan las personas encargadas de confeccionar bolsos con cuero. La compra del cuero y gamuza se realiza mensualmente, el monto mínimo de compra es de \$1.000

9. ¿Cómo realiza la comercialización de sus productos?

Distribuidor, mayoristas, minoristas.

En Guayaquil se comercializa a través de un distribuidor, el mismo que vende a detallistas o minoristas.

En las demás ciudades del país donde también se distribuyen los productos, se realiza la comercialización a mayoristas y minoristas.

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

Si, ya que cuando se tiene un pedido grande de productos se contrata personal necesario de confección, de preferencia que tengan maquina recta para que lo elaboren en sus casas y cumplir con los pedidos.

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

Del total de la producción, se destinaria 40% para la exportación, sin descuidar el mercado nacional.

12. Indique el tiempo que lleva en la producción y venta de bolsos acrílicos

Más de seis años

13. ¿Quiénes son sus mayores clientes?

Nacionales, pero también se tiene clientes en el exterior. Algunos de los clientes extranjeros son: el señor José Almeida de Puerto Rico, también los productos son enviados a Panamá, a la señora Olga Cotacachi, a Estados Unidos se realiza en pocas cantidades.

14. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de sus clientes por la calidad de sus productos?

Alto, debido a que los materiales que se usan para su confección son de calidad, así mismo, se realiza doble costura para un mejor soporte del producto.

15. ¿Cuáles son las principales exigencias de sus clientes?

Las exigencias de los clientes nacionales y extranjeros son que los productos sean innovadores, en cuanto a variedad de colores, nuevos diseños, especialmente si son para Estados Unidos.

16. ¿Cuál es el precio de comercialización de sus productos?

Tabla 3 Precios de los bolsos de la empresa Artesanías J.A

Precio de Bolso Acrílico	Precio
Bolso con fleco	10.00
Bolso con tapa	12.50
Bolso con tapa y faja	10.00
Bolso de mano	8.50

17. ¿Existen garantías en sus productos?

Si

18. Siendo la respuesta afirmativa, ¿Qué tipos de garantías ofrece a sus clientes por sus productos en caso de tener alguna avería o daño en los mismos?

Reparación o sustitución del producto

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

Generalmente en efectivo, pero con personas del exterior o de otras ciudades del país se trabaja con giro directo. Se trabaja con crédito con personas con las que se trabaja por varios años y son de confianza

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

Máximo 30 días

2.7.3. Tabulación y análisis de las entrevistas dirigidas a proveedores

1. ¿Cuáles son los colores que más rotación tienen en la tela acrílica?

Los colores de mayor rotación son fuertes, también colores oscuros. Pero, los colores que más demanda tienen son: azul eléctrico, café, verde, fucsia, blanco, negro, rosado.

2. ¿Los diseños elaborados son suficientes para satisfacer la demanda del mercado?

No, siempre van cambiando los diseños. Y dependiendo del país al que vayan a enviar el producto depende el diseño, por lo que siempre se debe ir innovando.

3. ¿Cuál es el tiempo estimado para poder realizar la entrega de pedidos?

El tiempo promedio para la entrega de un pedido es al redor de 15 a 30 días, dependiendo la cantidad que necesiten

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

No, los clientes ya conocen que el material que se comercializa es de calidad y sin fallas.

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

Generalmente se trabaja con efectivo, en pocos casos se trabaja crédito, especialmente cuando son clientes de confianza. Con giro directo se trabaja con personas que están en el exterior y necesitan que el material esté listo cuando ellos retornen al país.

6. Número de empleados en la actualidad

Cada proveedor cuenta con un promedio de 10 trabajadores, pero cuando tienen pedidos en grandes cantidades contratan más personal.

7. ¿Cómo define la calidad de sus productos?

Muy buena, ya que es un material con el que elaboran algunos productos, los mismo que envían al extranjero.

8. ¿Qué política tiene con los materiales devueltos / rechazados?

Por lo general no existen materiales o cortes de tela devueltos ya que antes de que se comercialicen son revisados que no tengan fallas, sin embargo, si se da el caso que la tela tenga fallas, se le cambia el producto. Mientras que con el material devuelto los fabricantes de tela le dan algún uso haciendo algún producto.

9. ¿Poseen certificación ISO o similar? Por favor indicar cuales

Actualmente no cuentan con certificados ISO ó similares, sin embargo, están por realzar los procesos pertinentes para la obtención de certificados de calidad.

2.7.4. Tabulación y análisis de las encuestas dirigidas a la competencia

Pregunta 1. ¿Qué tipo de bolsos elabora usted?

Tabla 4. Tipos de bolsos elaborados por la competencia

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADA
Bolsos con Cuero y Gamusa	3	50%	50%
Bolsos con Cuero	2	33%	83%
Bolsos con Gamusa	1	17%	100%
TOTAL	6	100%	100%

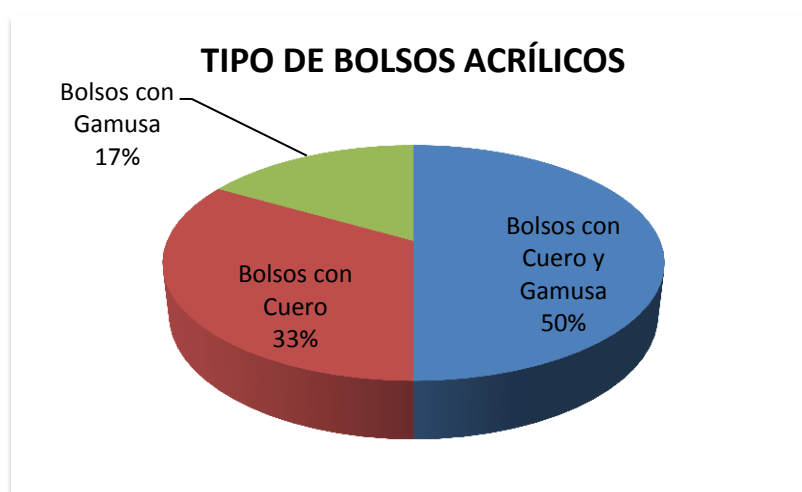


Figura 9. Tipos de bolsos elaborado por la competencia

INTERPRETACIÓN: La mayoría de los productores encuestados confeccionan dos tipos de bolsos acrílicos, con cuero y con gamusa. Al tener variedad de bolsos acrílicos con otros materiales como cuero y gamusa, hace que el producto tenga un mayor valor agregado.

Pregunta 2. Indique el tiempo de experiencia que lleva en la venta de bolsos acrílicos

Tabla 5. Tiempo en la venta de bolsos acrílicos

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADA
Menos de un año	1	17%	17%
1 a 5 años	3	50%	67%
6 o más años	2	33%	100%
TOTAL	6	100%	100%

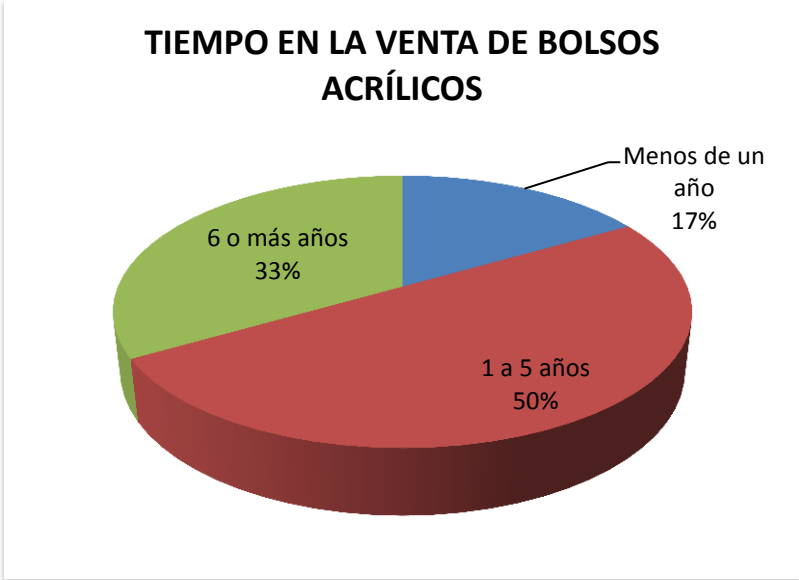


Figura 10. Tiempo en la venta de bolsos acrílicos

INTERPRETACIÓN: La mayoría de los productores llevan alrededor de uno a cinco años en la producción y comercialización de bolsos acrílicos, son personas que han retornado al país y se han dedicado a lo mismo que sus familias.

Pregunta 3. ¿Quiénes son sus mayores clientes en ventas al por mayor?

Tabla 6. Mayores clientes de la competencia

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	CATEGORIAS
Nacionales	4	0,67	Nacionales
Extranjeros	2	33%	Extranjeros
TOTAL	6	100%	TOTAL

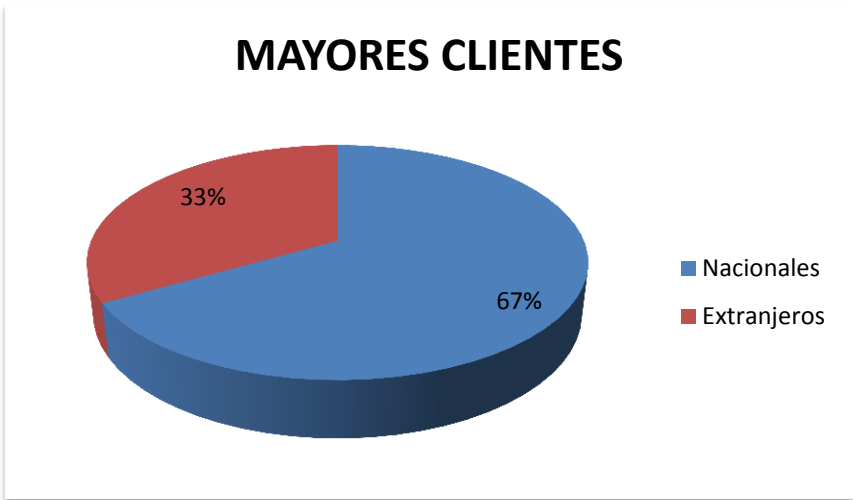


Figura 11. Mayores clientes de la competencia

INTERPRETACIÓN: Quienes más compran bolsos acrílicos por mayor son clientes nacionales, especialmente los otavaleños debido a que al migrar a otros países siempre llevan artesanías producidas en la ciudad. Mientras tanto, los turistas llevan pocas unidades para regalos o uso personal.

Pregunta 4. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de sus clientes por la calidad de sus productos?

Tabla 7. Satisfacción de los clientes

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADA
Alto	5	83%	83%
Medio	1	17%	100%
Bajo	0	0%	100%
TOTAL	6	100%	100%

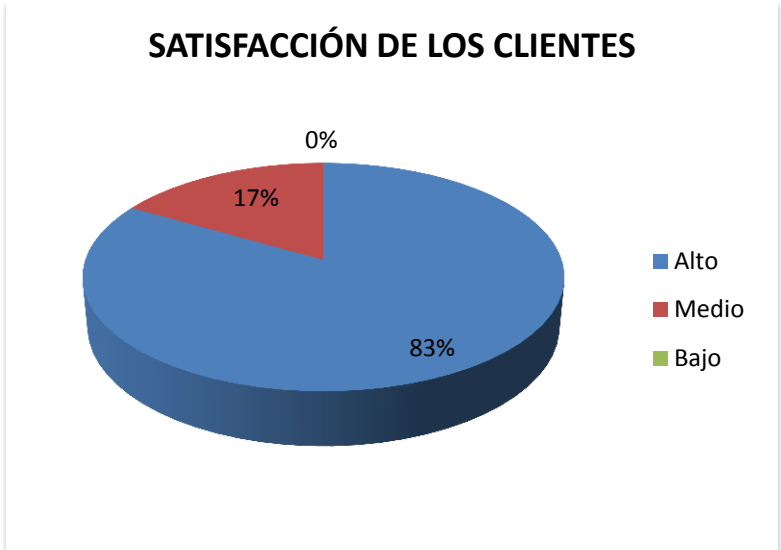


Figura 12. Satisfacción de los clientes

INTERPRETACIÓN: Del total de los encuestados, la mayoría están de acuerdo en que sus productos tienen un alto porcentaje de satisfacción, siempre buscan estar a la vanguardia de lo que los clientes buscan, ofreciendo productos de calidad.

Pregunta 5. ¿Cuál es el precio de comercialización de sus productos?

Tabla 8. Precios de los productos

MODELO DE BOLSOS	ENCUESTA/PRECIOS					
	1	2	3	4	5	6
Bolso con fleco	10			10	9,5	10
Bolso con tapa	11,5	12,5	12,5	12	12	12
Bolso con tapa y faja	10	10		10	9,5	
Bolso de mano	8,5	9	8,5	8	8,5	9

Unidad: Dólares americanos

PROMEDIO DE PRECIOS DE BOLSOS

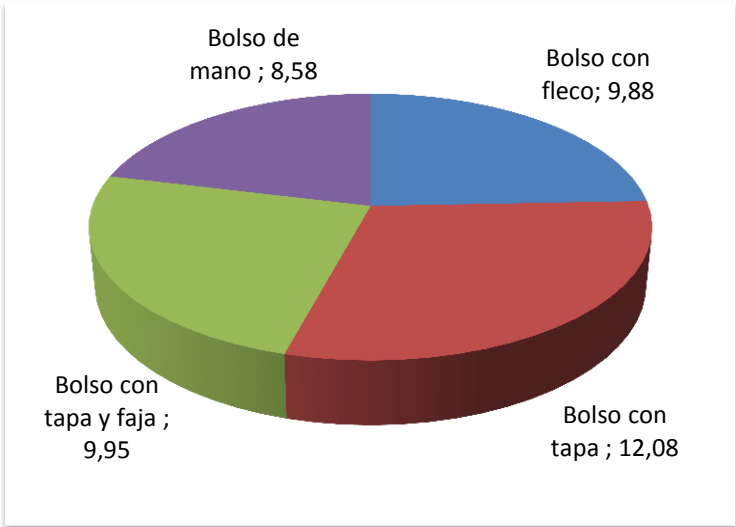


Figura 13. Promedio de precios de bolsos acrílicos

INTERPRETACIÓN: Con referencia a precios en los bolsos de fleco, el precio fluctúa entre \$9.50 y \$10. En los bolsos con tapa el precio fluctúa entre \$11.50 y \$12.50. En los bolsos de tapa y faja el precio es de \$9.80 hasta \$10.00, en este modelo de bolso la diferencia de precios es mínima. Mientras tanto, en los bolsos de mano el precio va desde \$8.50 hasta \$9.00. Estos precios son al por mayor.

Pregunta 6. ¿Qué cantidad de bolsos acrílicos produce mensualmente?

Tabla 9. Producción mensual

CANTIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADA
100 - 200	0	0%	0%
201 - 300	0	0%	0%
301 - 400	0	0%	0%
401 - 500	2	33%	33%
501 - 600	4	67%	100%
601 - 700	0	0%	100%
701 o más	0	0%	100%
TOTAL	6	100%	

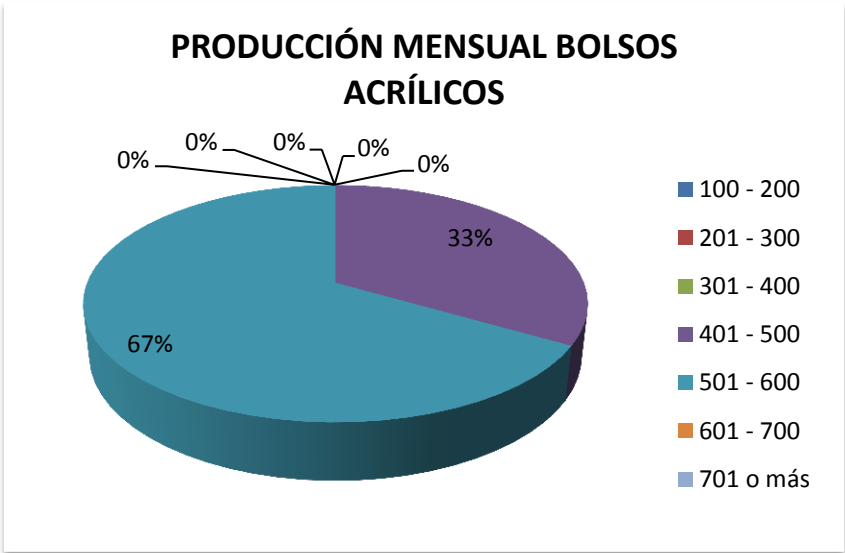


Figura 14. Producción mensual

INTERPRETACIÓN: El mayor porcentaje de los productores elaboran entre 501 a 600 unidades mensualmente, muy pocos son los que elaboran de 401 a 500 unidades al mes. Las unidades producidas pueden variar dependiendo del mes en el que se encuentre, desde junio hasta agosto son los meses en que mayor es la demanda de bolsos acrílicos, en vista de que en el régimen Sierra las clases empiezan en septiembre, y dado el giro del negocio, las ventas incrementan.

Pregunta 7. ¿Cuáles son las formas de pago que ofrece?

Tabla 10. Formas de pago

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADA
Giro directo	1	8%	8%
Tarjeta de crédito	0	0%	8%
Efectivo	5	42%	50%
Crédito	6	50%	100%
TOTAL	12	100%	

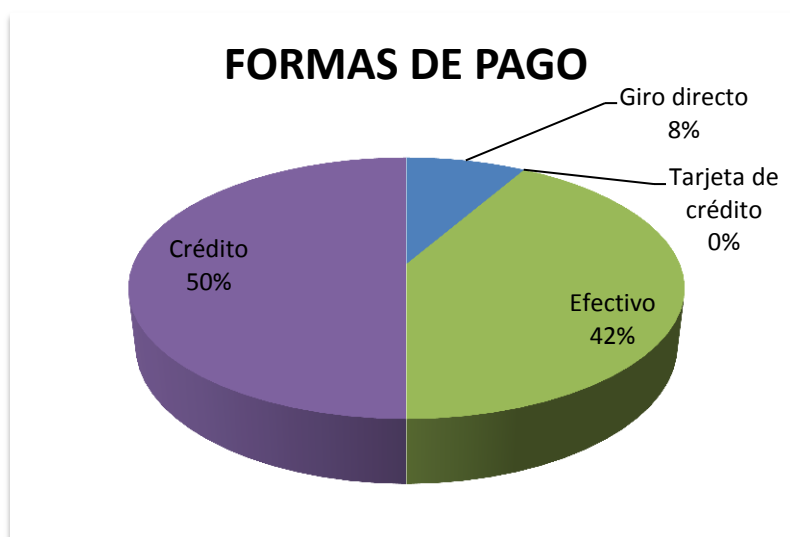


Figura 15. Formas de pago

INTERPRETACIÓN: La forma de pago más utilizada por los productores son efectivo y crédito, el crédito es otorgado a personas que han sido clientes frecuentes y de confianza. El giro directo se realiza con personas que se encuentran fuera de la ciudad o del país. Mientras tanto, el pago mediante tarjeta de crédito es una forma que aún no se ha acogido en el medio.

Pregunta 8. ¿Cuál es el plazo de pago a crédito en las ventas de bolsos acrílicos?

Tabla 11. Plazo de pago

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADA
8 días	0	0%	0%
15 días	2	33%	33%
30 días	3	50%	83%
Más de 30 días	1	17%	100%
TOTAL	6	100%	

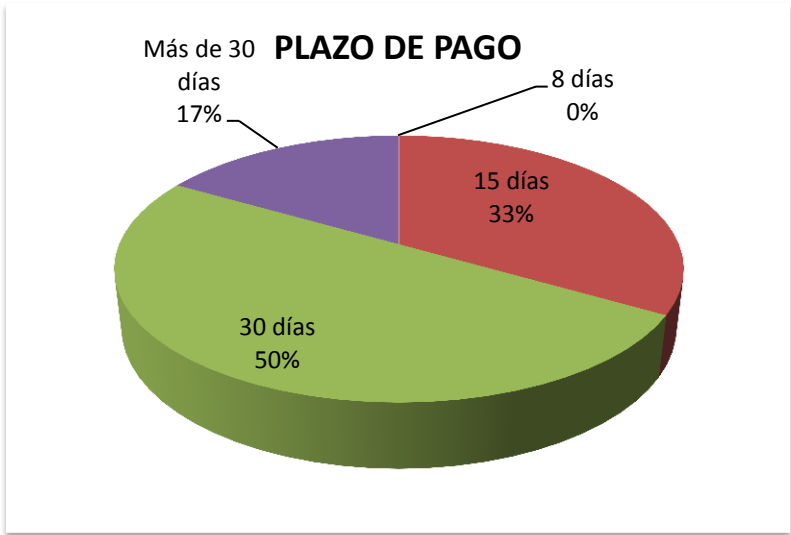


Figura 16. Plazo de pago

INTERPRETACIÓN: En los plazos de pago de las ventas a crédito, el mayor tiempo que se otorga para dicha transacción es de 30 días, sin embargo, si el monto de la compra fue alto y es cliente frecuente, el plazo de pago es hasta 45 días. Mientras que el plazo mínimo con el que trabajan los productores de bolsos acrílicos es de 15 días.

Pregunta 9. ¿Existen garantías en sus productos?

Tabla 12. Garantías en los productos

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADA
Si	2	33%	33%
No	4	67%	100%
TOTAL	6	100%	100%

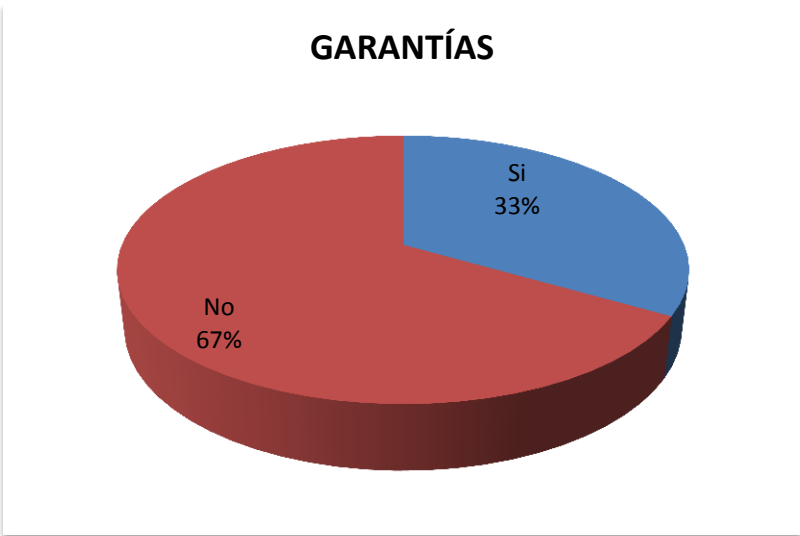


Figura 17. Garantías en los productos

INTERPRETACIÓN: De los encuestados, la minoría de ellos si ofrecen garantías a sus clientes en caso de que exista alguna avería o daño en el producto, donde la garantía la reparación o sustitución del mismo.

Pregunta 10. ¿Usted exporta bolsos acrílicos?

Tabla 13. Exportación de bolsos acrílicos

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADA
Si	2	33%	33%
No	4	67%	100%
TOTAL	6	100%	100%



Figura 18. Exportación de bolsos acrílicos

INTERPRETACIÓN: La falta de información y capacitación sobre cómo exportar han sido las causas principales para que, del total de los productores, solo el 33% exporten sus productos.

Pregunta 11. ¿Usted ha considerado incursionar en nuevos mercados?

Tabla 14. Considera incursionar nuevos mercados

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADA
Si	5	83%	83%
No	1	17%	100%
TOTAL	6	100%	100%

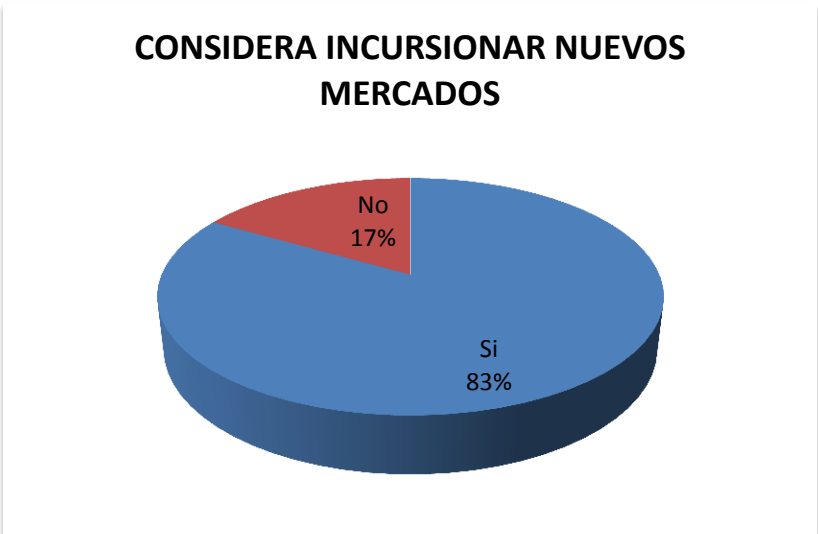


Figura 19. Considera incursionar nuevos mercados

INTERPRETACIÓN: Los productores están de acuerdo en incursionar nuevos mercados para sus productos, donde la capacitación sería un apoyo y una motivación para que puedan realizarlo. Fomentando de esta manera la sustitución de importaciones.

Pregunta 12. ¿Para la exportación de bolsos acrílicos que porcentaje de su producción estaría en capacidad de incrementar?

Tabla 15. Aumento de producción para la exportación

CATEGORIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE	%ACUMULADA
15%	0	0%	0%
25%	3	50%	50%
35%	3	50%	100%
45%	0	0%	
Más de 45%	0	0%	
TOTAL	6	100%	

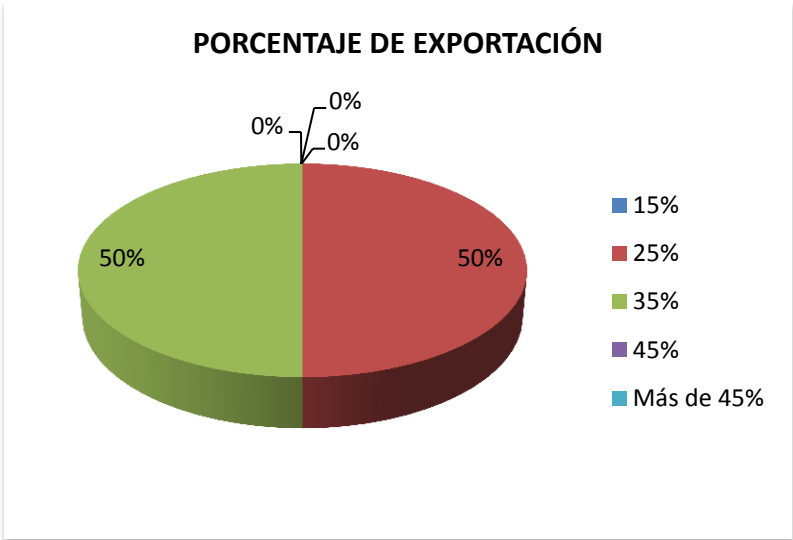


Figura 20. Aumento de producción para la exportación

INTERPRETACIÓN: Los productores manifiestan que, del total de su producción, el porcentaje que incrementarían del total de su producción para la exportación es del 25%.

2.8. Matriz FODA

Tabla 16. Matriz FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Cuenta con un producto artesanal diferenciado.	O1. Promocionarse con el producto en ferias internacionales.
F2. Excelente servicio a sus clientes.	O2. Abarcar nuevos segmentos del mercado local e internacional.
F3. Producto adaptado al mercado local e internacional.	O3. Gusto y preferencia del tejido exportado.
F4. Ventaja en cuanto a precios competitivos.	O4. Contribución al desarrollo económico de la empresa y sus proveedores de materia prima.
F5. Beneficio al cambio de la matriz productiva.	O5. Capacitación de instituciones en comercio exterior.
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. Desconocimiento respecto a los procesos de exportación.	A1. Potenciales competidores a nivel nacional e internacional.
D2. Estandarización del producto de acuerdo a pedidos por clientes.	A2. Estándares de calidad exigidos por los mercados locales e internacionales.
D3. Poco marketing para el producto.	A3. Cambios en el factor político del país que afecte a la comercialización del producto.
D4. Desconocimiento en las formas de penetración en los mercados internacionales.	A4. Cambio de los gustos y preferencias de consumo del cliente.
D5. Falta de agentes distribuidores en el exterior debido a una limitada asociatividad con otras empresas.	

2.9. Estrategias FA, FO, DO, DA

Tabla 17. Cruce de estrategias FA, FO, DO, DA

MATRIZ DE FODA CRUZADA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factores Externos	F1. Cuenta con un producto artesanal diferenciado.	D1. Desconocimiento respecto a los procesos de exportación.
	F2. Excelente servicio a sus clientes.	D2. Estandarización del producto de acuerdo a pedidos por clientes.
	F3. Producto adaptado al mercado local e internacional.	D3. Poco marketing para el producto.
Factores internos	F4. Ventaja en cuanto a precios competitivos.	D4. Desconocimiento en las formas de penetración en los mercados internacionales.
	F5. Beneficio al cambio de la matriz productiva	D5. Falta de agentes distribuidores en el exterior debido a una limitada asociatividad con otras empresas
OPORTUNIDADES	Estrategias (FO)	Estrategias (DO)
O1. Promocionarse con el producto en ferias internacionales.	(F1O1) Asistir a ferias internacionales con un producto diferenciado y de calidad.	(D1O2) Realizar un análisis de mercados internacionales mediante la herramienta del TradeMap, como también otras herramientas para identificar los principales países importadores de bolsos artesanales.
O2. Abarcar nuevos segmentos del mercado local e internacional.	(F3O2) Posicionar a la empresa en el mercado local e internacional mejorando la identidad corporativa; marca, logo, eslogan	(D3O2) Diseñar un plan de publicidad del producto para dar a conocer cuáles son los beneficios de consumir este producto de forma local e internacional.
O3. Gusto y preferencia del tejido exportado.	(F4O3) Aumentar el nivel de producción debido a la demanda del producto en el mercado local e internacional con precios competitivos.	
O4. Contribución al desarrollo económico de la empresa y sus proveedores de materia prima.		
O5. Capacitación de instituciones en comercio exterior.		
AMENANZAS	Estrategias (FA)	Estrategias (DA)
A1. Potenciales competidores a nivel nacional e internacional.	(F1A2) Informarse de todos los permisos y normas de calidad que necesita el producto para el ingreso a mercados internaciones dependiendo del país de selección para el mismo.	(D1A1) Realizar un análisis de los principales mercados internacionales que consumen en gran demanda el producto con el fin de identificar a la competencia.
A2. Estándares de calidad exigidos por los mercados locales e internacionales.	(F2A4) Aprovechar la buena organización de la empresa para brindar un producto de calidad para sus clientes.	(D5A2) Contactar con intermediarios en el país o mercado seleccionado para la exportación del producto.
A3. Cambios en el factor político del país que afecte a la comercialización del producto.		
A4. Cambio de los gustos y preferencias de consumo del cliente.		

2.10. Problema diagnóstico

Según el instituto de estadísticas Eurostat (2016), las ventas de nueve artículos ecuatorianos se incrementaron durante los primeros ocho meses del año, frente al mismo período del 2016. Entre estos productos se hallan plásticos, café, fármacos, textiles, tapices, calzado, semillas, entre otros. (Enríquez & Astudillo, 2017). Los productos no tradicionales son un atractivo de exportación para las mipymes, especialmente para aquellas que se dedican al sector textil. Sin embargo, el mercado europeo es muy extenso y complicado, por la complejidad que demandan en cuanto a diseños, calidad, texturas, entre otras cosas.

Por otro lado, los productores de bolsos acrílicos de la ciudad de Otavalo manifiestan que no cuentan con la información necesaria para ser exportadores, envían sus productos a través de consolidaciones en agencias de carga, por lo que no tienen un conocimiento sólido del proceso de exportación, por lo tanto, desconocen los certificados pertinentes para el envío de sus productos, ya que todo el proceso lo hacen las agencias de carga.

En relación al análisis realizado, se ha determinado que uno de los inconvenientes para la empresa es que al ser un producto nuevo en el mercado apenas se está dando a conocer a nivel local y nacional, de igual manera la empresa al no contar con un departamento de comercio internacional no ha desarrollado estrategias con el fin de internacionalizar el producto.

2.11. Tabulación y análisis de la información de la oferta

2.11.1. Análisis de la oferta nacional

- **Exportaciones a nivel mundial partida 4202.91**

Tabla 18. Exportaciones a nivel mundial partida 420291

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada
Mundo	23429	18512	17195	19977	18702

Fuente: (Trade Map)

- **Principales países exportadores a nivel mundial**

Tabla 19. Principales países exportadores a nivel mundial

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada
Mundo	No hay cantidades	No hay cantidades	No hay cantidades	No hay cantidades	No hay cantidades
India	154	160	No hay cantidades	3523938	4009432
Tailandia	176	2226654	1652064	2162416	2938930
Estados Unidos de América	722	603	1461116	1195854	1334451
Singapur	507	329	321	402	1076849
Australia	59942	38289	63218	48981	133685
China	7488	6218	6043	7537	7209
Países Bajos	1937	2289	2261	2273	1985
Italia	1322	965	992	1167	1473
Sierra Leona	0	0	0	0	950
Alemania	705	722	690	898	895
Hong Kong, China	2056	No hay cantidades	No hay cantidades	831	717
España	417	354	454	752	670

Fuente: (Trade Map)

Unidad: Toneladas y miles de dólares americanos

- **Evolución de las exportaciones desde Ecuador al mundo.**

Tabla 20. Exportaciones de Ecuador de los productos comprendidos en la partida 4202.91

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Mundo	175	101	100	223	486

Fuente: Trade Map (2019)

Como se puede observar en la tabla 18 sobre la evolución de las exportaciones de los últimos cinco años, en el año 2014 las exportaciones han tenido un decrecimiento considerable, incluso en el año 2015 se carece de exportaciones en valores monetarios y en cantidades. Para los años 2016-2017 hubo incrementos en cantidades, pero sobretodo en valores monetarios, a esto se le puede atribuir la apreciación del dólar frente a otras monedas.

- **Principales países importadores del producto Ecuatoriano**

Tabla 21. Principales países importadores del producto Ecuatoriano

Importadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
Mundo	1		1	1	2
Bahamas					2
Estados Unidos de América	1	1	0	0	1
Islas Caimanes	0				
Alemania				0	
Panamá				0	
Santa Lucía			0		
España	1	1	0	2	2

Fuente: (Trade Map, 2019)

Como se puede evidenciar en la tabla los países que más han adquirido el producto son el mercado estadounidense con una tonelada en el 2018 y el mercado español con una cantidad de 2 toneladas para el año 2018.

- Principales proveedores de la partida 420291 del producto Ecuatoriano

Tabla 22. Principales proveedores de la partida 420291 del producto Ecuatoriano

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Mundo	175	101	100	223	486
China	170	96	97	220	480
Viet Nam	0	4	1	1	2
Hong Kong, China	0	0			1
Estados Unidos de América	2	0	0	1	1
Corea, República de					0
Myanmar				0	0
Camboya				0	0
Canadá			0		0
Francia				0	0
Alemania	0			0	0

Fuente: (Trade Map, 2019)

2.11.2 Análisis de la demanda

- Principales países importadores

Tabla 23. Principales países importadores

Importadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad importada	Cantidad importada	Cantidad importada	Cantidad importada	Cantidad importada
Mundo	58440	No hay cantidades	No hay cantidades	No hay cantidades	No hay cantidades
Estados Unidos de América	18525	14172	40461450	32214000	32911200
Tailandia	133	4362345	2860906	2412700	5473435
Singapur	938	679	737	1071	2623622
Canadá	1128	No hay cantidades	2144104	1747547	2006021
India	13	25	15	26931	36178
Brunei Darussalam	126	84	27	18	17075
Japón	4636	4464	4675	4736	4565
Reino Unido	2923	3212	3320	3047	2814
Alemania	3184	3291	3137	3178	2573
Países Bajos	1800	2465	2564	2648	2570
Italia	2626	1278	1276	1526	2495
Malasia	945	1002	1277	1751	1835
Francia	2249	2314	2149	2290	1755

Fuente: (Trade Map, 2019)

Analizando las tablas 19 y 20 se puede observar que de los diez principales mercados de las exportaciones de Ecuador para la partida 4202.91.90 tiene como principal mercado Estados Unidos, en los años 2016-2017 los valores en dólares americanos han presentado un incremento para dichos años, representando el 75% de participación de las exportaciones para Ecuador, y, una tasa de crecimiento del -5% de las importaciones de Estados Unidos.

El segundo mercado para destino de las exportaciones es Panamá, el cual presento un incremento de valor exportado en el año 2017, representando el 25% de participación de las exportaciones para Ecuador, y, una tasa de crecimiento del -13% de las importaciones de Panamá.

- **Importadores de Ecuador a nivel mundial para la partida 4202.91.90 en cantidades anuales**

Tabla 24. Lista de los mercados importadores de bolsos exportados por Ecuador en cantidades

Importadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada, Toneladas
Mundo	1		1	1	2

Fuente: (Trade Map, 2019)

- **Países importadores del producto Ecuatoriano partida 420291**

Tabla 25. Países importadores del producto Ecuatoriano partida 420291

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Mundo	175	101	100	223	486
China	170	96	97	220	480
Viet Nam	0	4	1	1	2
Hong Kong, China	0	0			1
Estados Unidos de América	2	0	0	1	1
Corea, República de					0

Fuente: (Trade Map, 2019)

2.12. Aspectos relevantes de la demanda

Es indispensable realizar el análisis, ya que permitirá conocer la demanda que tiene el producto en valores monetarios, para ello se observará datos históricos correspondientes a los últimos cinco años (2013 - 2017) de la trade herramienta TradeMap.

Como se ha destacado, la producción y consumo de bolsos se ha expandido significativamente en los últimos años, lo que se refleja en el incremento también sostenido de la producción, volúmenes y valores de exportación a diversos mercados, especialmente de países con altos niveles de ingreso, como Estados Unidos, Canadá, Francia y Alemania, entre otros.

Dentro de los países proveedores a España, Ecuador se ubica en el puesto número 31, con una mínima contribución del 0.13%, un valor FOB de USD 13.200. A pesar de que, la participación ecuatoriana a las importaciones españolas es imperceptible.

La tendencia de los consumidores actualmente de acuerdo al censo es que, los clientes requieren bolsos artesanales de imágenes con mayor grado de elaboración en función de los diseños, calzan perfectamente los artículos ecuatorianos, ya que; está destinado a los clientes con ciertas creencias, a los que aprecian el arte, al consumidor que es menos sensible al precio de los artículos elaboradas artesanalmente.

2.12.1. Exportación de España

Tabla 26 Exportación de España de los productos comprendidos en la partida 4202.91

Importadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad exportada, Toneladas	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada	Cantidad exportada
Mundo	348	417	354	454	752

La tabla 26 muestra las exportaciones de España, realizadas en toneladas, desde el año 2013 al 2017.

2.12.2. Importaciones de España

Tabla 27. Lista de los mercados proveedores para un producto importado por España

Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada	Cantidad importada
Mundo	1804	1442	1364	568	701

2.12.3 Proyección lineal

2.12.3.1 Importaciones

Tabla 28. Cálculo de proyección por importaciones en toneladas

AÑOS	X	IMPORTACIONES (Y)	XY	X2
2014	-2	1804	-3608	4
2015	-1	1442	-142	1
2016	0	1364	0	0
2017	1	568	568	1
2018	2	710	1420	4
TOTAL	0	5888	-1762	10

Fórmula: $Y = a + bx$

Dónde: $a = \frac{\sum Y}{N} = \frac{5888}{5} = 577.6$

Dónde: $b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{-1762}{10} = -176.2$

Proyección $Y = 577.6 - 176.2x = 401.3$

Tabla 29 Proyecciones importaciones en toneladas

Años	Importaciones
2018	12.039
2019	48.156
2020	24.078
2021	144.468
2022	1,011.276

2.12.3.2 Exportaciones

Tabla 30 Cálculo de exportaciones en toneladas

AÑOS	X	EXPORTACIONES (Y)	XY	X2
2014	-2	348	-696	4
2015	-1	417	-417	1
2016	0	354	0	0
2017	1	454	454	1
2018	2	752	1504	4
TOTAL	0	2325	845	10

Fórmula: $Y = a + bx$

Dónde: $a = \frac{\sum Y}{N} = \frac{2325}{5} = 465$

Dónde: $b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{845}{10} = 84,5$

Proyección $Y = 10334,6 + -1293,8 = 9040,8$

Tabla 31 Tabla proyección de exportaciones en toneladas

Años	Exportaciones
2018	271.224
2019	1,084.896
2020	4,339.584
2021	2,169.792
2022	15,188.544

2.12.3.3 Consumo aparente

Tabla 32 Consumo aparente en toneladas

Años	*Producción Nacional	Exportaciones	Importaciones	Consumo Aparente
Y2018	313.130	271.224	12.039	259.185
Y2019	326.611	1,084.896	48.156	10,800.804
Y2020	340.091	4,339.584	24.078	4,098.804
Y2021	353.571	2,169.792	144.468	2,025.324
Y2022	367.052	15,188.544	1,011.276	14,177.268

*Fuente: Carolina Molina, (2011).

El consumo nacional aparente de España y la capacidad de producción de la empresa Artesanías J.A permite cubrir la demanda de 9600 bolsos para el bróker internacional Lucio Herrezuelo. La producción nacional esta basada en un estudio realizado por Carla Molina (2011).

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE EXPORTACIÓN

3.1. Resumen ejecutivo de la empresa Artesanías J.A.

La empresa Artesanías J.A con ruc N° 1001038569001, cuyas actividades económicas son; fabricación de prendas de vestir y bordado. Especialmente se dedica a la producción y comercialización de bolsos, carteras, maletas, las mismas que son elaboradas en algodón, chinilla y acrílico, estas materias primas son elaboradas en talleres de la parroquia Miguel Egas Cabezas, cuyos diseños reflejan la cultura indígena otavaleña. Adicionalmente se trabaja con cuero, gamusa y fajas artesanales.

Las actividades económicas iniciaron desde el 21 de enero de 1997. El propietario de la empresa es el señor Alonso De la Torre, donde laboran 8 personas. La empresa Artesanías J.A se encuentra ubicada en Imbabura, en el centro de la ciudad de Otavalo, a una cuadra de la plaza de ponchos.

Este proyecto de exportación busca impulsar el cambio de la matriz productiva, aprovechando de esta manera los recursos que se elaboran dentro de la ciudad de Otavalo, beneficiando directamente al propietario de la empresa, quien busca expandir sus productos a mercados internacionales. También beneficiara a proveedores de materias primas y a las personas que trabajan en la empresa.



The image shows a screenshot of the SRI website's RUC consultation page. The page title is 'Consulta de RUC'. The RUC number is 1001038569001, and the reason social is 'DE LA TORRE CONEJO JOSE ALONSO'. The contributor status is 'ACTIVO' and the commercial name is 'ARTESANIAS JA'. The main economic activity is 'FABRICACIÓN DE ESTATUILLAS, ARTESANÍAS Y OTROS.'. The contributor type is 'PERSONA NATURAL', and they are not required to keep accounting. The start date of activities is 21/10/1997, and the last update date is 31/05/2019.

Actividad económica principal			
FABRICACIÓN DE ESTATUILLAS, ARTESANÍAS Y OTROS.			
Tipo contribuyente	Clase contribuyente	Obligado a llevar contabilidad	
PERSONA NATURAL	OTROS	NO	
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
21/10/1997	31/05/2019		

Figura 21. Ruc de la empresa
Fuente: (SRI)

3.2. Perfil de la empresa Artesanías J.A.

3.2.1. Localización de la empresa

3.2.1.1. Macro localización de la empresa Artesanías J.A

El presente proyecto se realiza en Ecuador, en la provincia de Imbabura, en la ciudad de Otavalo.



Figura 22. Ciudad de Otavalo

Fuente: Mapas del Ecuador, (2010).

Otavalo, también conocida como San Luis de Otavalo, es una ciudad ecuatoriana; cabecera cantonal del Cantón Otavalo, así como la segunda urbe más grande y poblada de la Provincia de Imbabura. Se localiza al norte de la Región interandina del Ecuador, en la hoya del río Chota, atravesado por el río Tejar, a una altitud de 2550 msnm y con un clima andino de 16°C en promedio.

3.2.1.2. Micro localización empresa Artesanías J.A

La empresa Artesanías J.A se encuentra ubicada en la Avenida 31 de octubre 5-29 y Salinas.

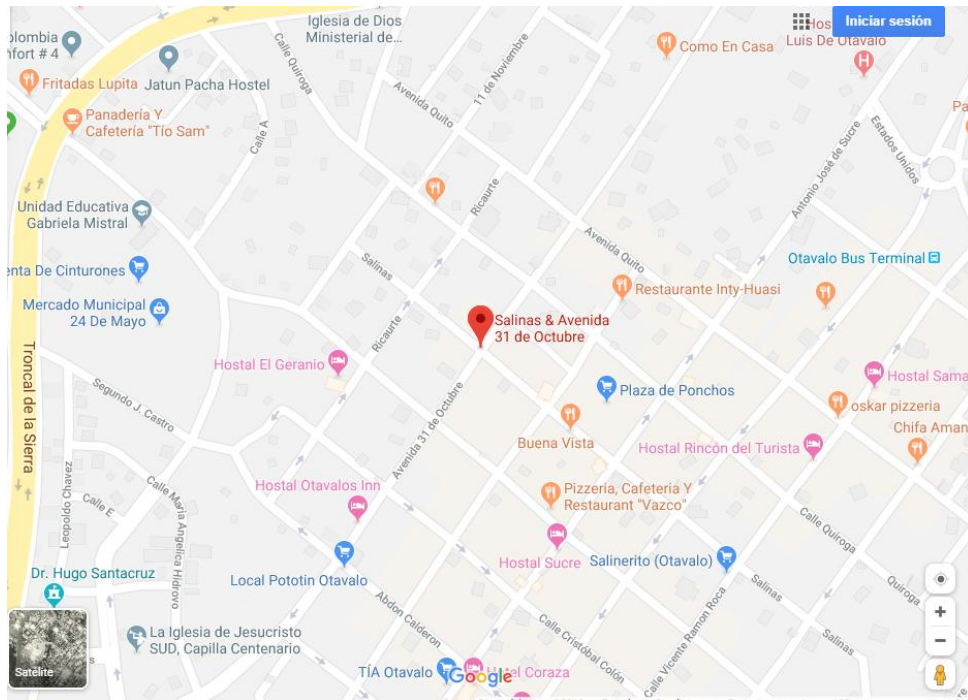


Figura 23 Micro localización empresa Artesanías J.A
Fuente: Google Maps, (2019).

3.2.2. Datos Generales

Tabla 33 Datos Generales

Nombre de la empresa	ARTESANÍAS J.A
Nombre:	Artesanías J.A
Logotipo:	
Representante legal:	Alonso De la Torre
Fundación:	1977
Empleados:	8 personas
Productos:	Bolsos, mochilas carteras.

Fuente: (Gerente de Empresa, 2019)

3.2.2.1. Misión

“ARTESANÍAS J.A.” Ofrecer a los clientes productos artesanales, como bolsos, carteras, maletas, con los estándares más altos de calidad, a precios competitivos y

elaborados por un equipo de personas que día a día trabajan motivados para alcanzar el bienestar y la confianza de los consumidores.

3.2.2.2. Visión

Ser en el 2023 la empresa ecuatoriana de productos artesanales con los más altos índices de calidad y socialmente responsable; que lidere el mercado ecuatoriano por las buenas prácticas en sus procesos y, brindar bienestar a sus consumidores.

3.2.2.3. Políticas

- Cada uno de los miembros del taller deberán tratar a los clientes con amabilidad y cortesía, procurando que se sientan identificados con sus productos.
- Al momento de la entrega de un artículo artesanal este deberá pasar por un adecuado control de calidad para evitar inconvenientes.
- Cada artesano dentro del taller deberá programar su producción de manera semanal para garantizar el cumplimiento de objetivos.
- Los miembros del taller artesanal deben cumplir las funciones correspondientes a cada uno de sus cargos, con la finalidad de que no exista duplicidad en las tareas asignadas.

3.3. Distribución física de la empresa.



Figura 24. Distribución física de la empresa

3.4. Estructura organizacional

3.4.1. Organigrama organizacional actual

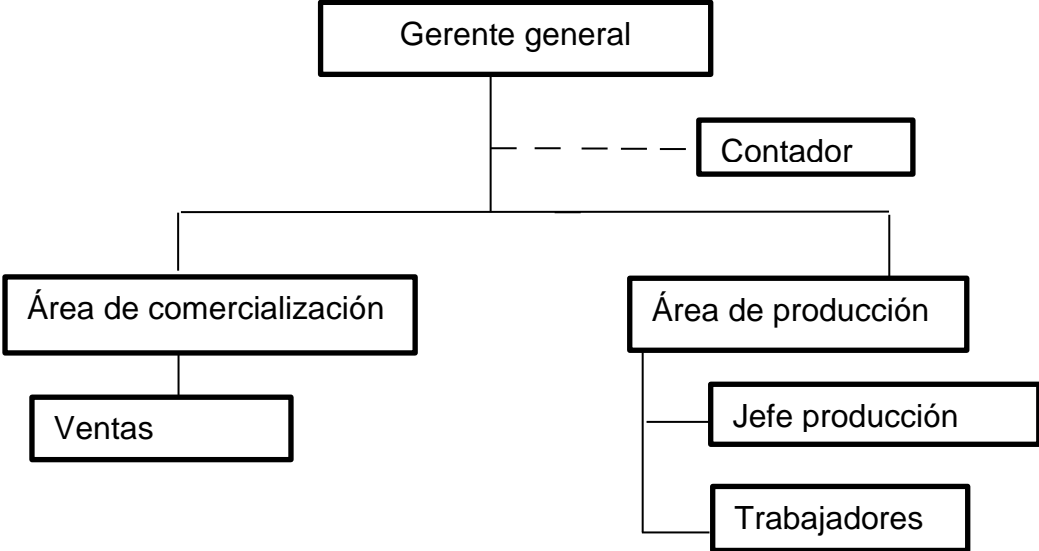


Figura 25. Organigrama estructural de la empresa

3.4.2 Propuesta del organigrama organizacional

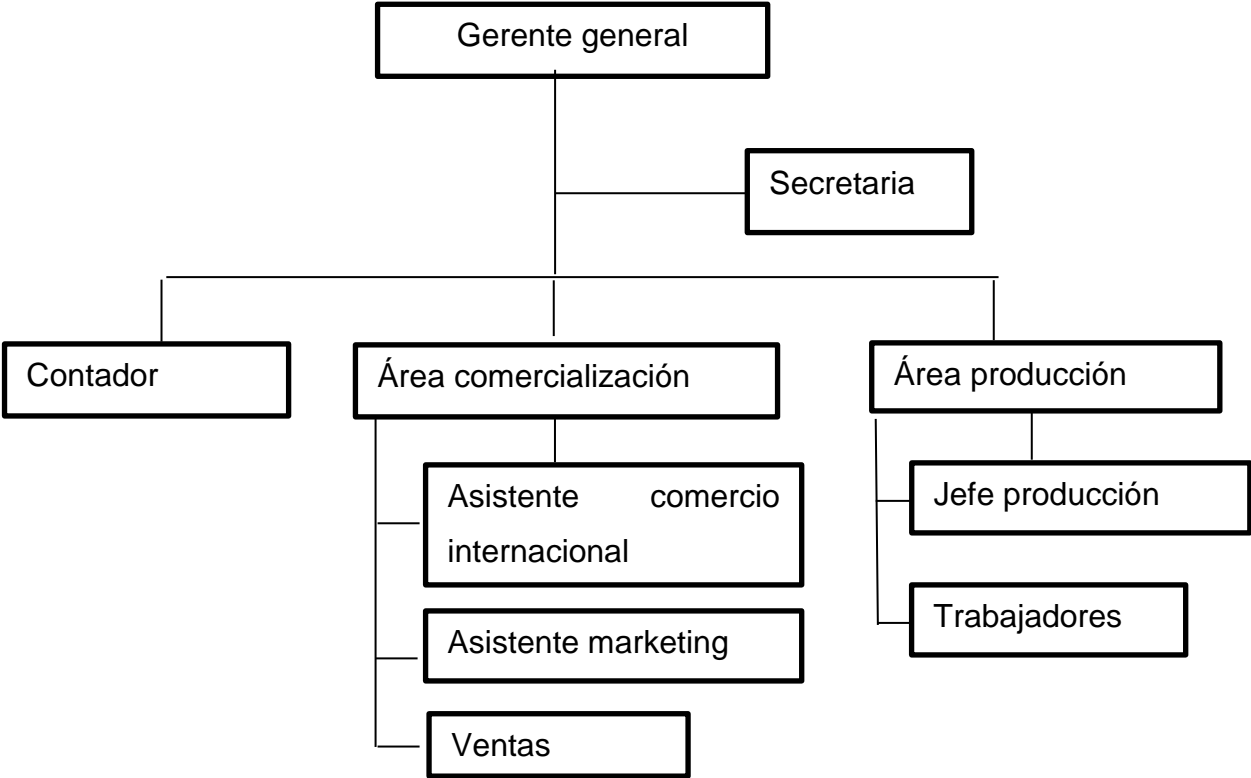



Figura 26. Organigrama estructural de la empresa

Tabla 34. Requerimientos del personal de la empresa

Departamento/Cargo	Número de Personas
Comercialización	
- Jefe Comercio Exterior	1
- Asistente marketing y ventas	1
Producción	
- Operadores	2

3.4.3 Manual de funciones

 <p>Artesanías J.A.</p> <p>MANUAL DE FUNCIONES FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>	
Cargo:	Gerente general
Área:	Gerencia
Número de plaza:	1
Jefe inmediato:	Ninguno
Título:	Ingeniero en Administración Empresas o afines
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos legales. • Planificaciones del • Definir el mercado objetivo • Velar por las relaciones laborales • Reclutamiento del personal. 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel o superior. • Experiencia mínima 3 años • Liderazgo 	



Artesanías J.A.

MANUAL DE FUNCIONES
FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Cargo:	Secretaria
Área:	Gerencia
Número de plaza:	1
Jefe inmediato:	Ninguno
Título:	Técnica en Secretaria
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Confección de cartas, escritos, informes, contratos, acuerdos, actas, informes, facturas, y documentos en general. • Llevar el control de todos los departamentos. • Buscar ferias locales 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel o superior y/o afines. • Trabajar bajo presión. • Colaborar con la gerencia 	



Artesanías J.A.

MANUAL DE FUNCIONES
FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Cargo:	Contador
Área:	Departamento administrativo y contable
Número de plaza:	1
Jefe inmediato:	Ninguno
Título:	Técnica en Secretaria
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar balances corporativos en diferentes periodos. • Presentar los estados financieros e inventarios a tiempo. • Capacitarse en las nuevas reformas. 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel o superior en contabilidad • Trabajar bajo presión 	



Artesanías J.A.

**MANUAL DE FUNCIONES
FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO**

Cargo:	Asistente comercio internacional
Área:	Departamento de comercialización
Número de plaza:	1
Jefe inmediato:	Ninguno
Título:	Ingeniero en comercio Internacional
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estrategias en comercio internacional • Realizar las exportaciones y negociaciones internacionales 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel o superior en Comercio Internacional • Idiomas 	



Artesanías J.A.

**MANUAL DE FUNCIONES
FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO**

Cargo:	Asistente de marketing
Área:	Departamento de comercialización
Número de plaza:	1
Jefe inmediato:	Ninguno
Título:	Ingeniero en marketing
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar estrategias de penetración de mercado • Realizar ventas telefónicas, prospección de clientes, atención a clientes • Administración de información comercial de precios y productos • Apertura de clientes, y generar clientes potenciales 	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel o superior 	



MANUAL DE FUNCIONES
FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Cargo:	Jefe de producción
Área:	Departamento de producción
Número de plaza:	1
Jefe inmediato:	Ninguno
Título:	Ingeniero en marketing
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Supervisión de los procesos de producción o fabricación en empresas manufactureras.• Contacto con proveedores de materia prima.• Llevar los registros del proceso productivo.• Supervisar el control de calidad	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none">• Título de tercer nivel o superior• Experiencia mínima de 2 años• Trabajar en equipo.	



MANUAL DE FUNCIONES
FUNCIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Cargo:	Operarios
Área:	Departamento de producción
Número de plaza:	2
Jefe inmediato:	Ninguno
Título:	Ingeniero en marketing
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Verificar el producto para su exportación.• Empacar y etiquetar de acuerdo a las exigencias de mercado.• Almacenamiento del producto con cuidado.	
REQUISITOS	
<ul style="list-style-type: none">• Título de tercer nivel o superior• Trabajar en equipo.• Experiencia mínima de 2 años de producción.	

3.4.2 Diagrama para proceso de elaboración producto

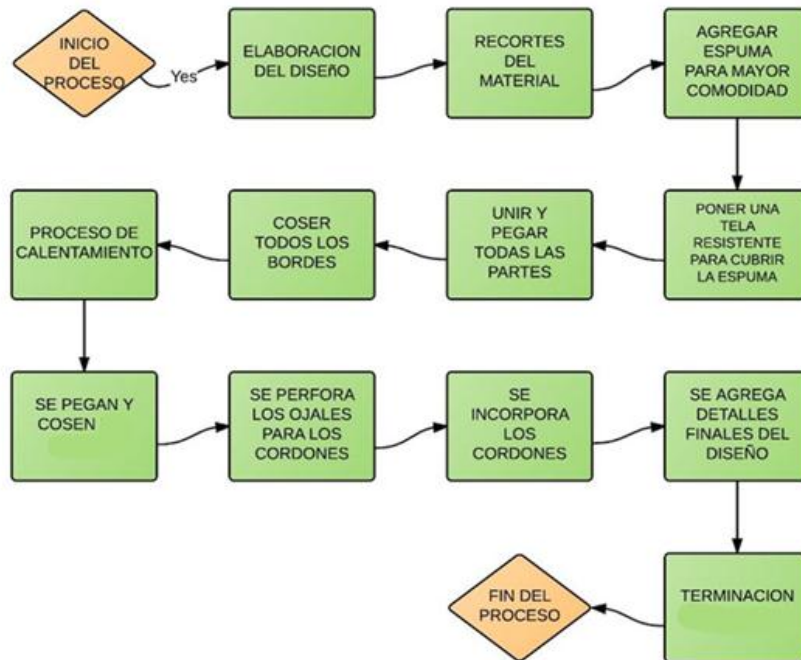


Figura 27. Diagrama del proceso de producción

3.5 Propuesta de exportación

PROCESO DE EXPORTACION EMPRESA ARTESANÍAS J.A

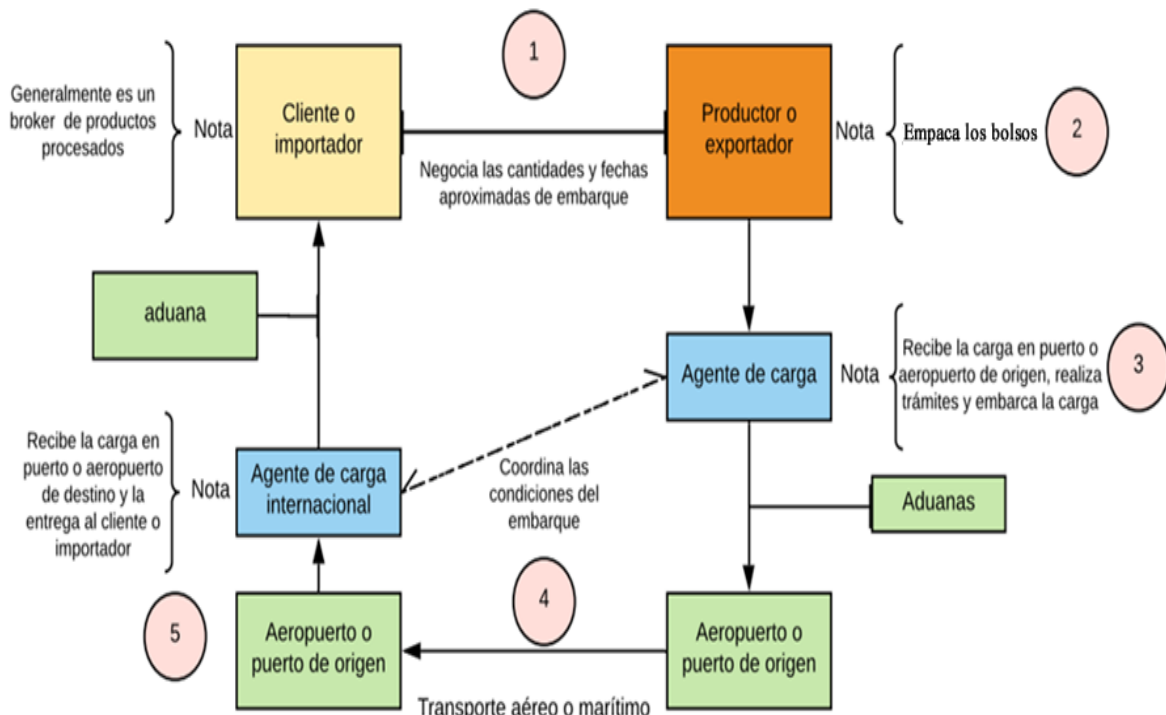


Figura 28. Procesos de exportación

3.5.1. Requisitos para exportar bolsos artesanales acrílicos

Los requisitos con los que debe contar la empresa para la exportación son los siguientes:

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- Registrarse en el portal de Ecuapass

De igual manera, tener en cuenta los siguientes requisitos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Certificado de la firma digital TOKEN

La firma electrónica, la cual la empresa optará es los diferentes usos que realizará tales como: facturación electrónica, ECUAPASS (Aduana del Ecuador), Gestión Documental Quipux (Proyecto Cero Papeles), Compras Públicas. Por ello, obtener el TOKEN, se lo puede solicitar en Security Data, Registro Civil o Banco Central del Ecuador, el trámite en estos casos consiste en el envío de la documentación solicitada de la empresa y giro del negocio.

De igual manera hay que tener en cuenta los siguientes requisitos:

Con estos requisitos y con el RUC del exportador, la factura comercial original correspondiente, la empresa podrá registrarse en el ECUAPASS, aquí se podrá: actualizar la base de datos, crear usuario y contraseña, aceptar las políticas de uso, registrar la firma electrónica y el llenado de la declaración juramentada de origen (DJO), ECUAPASS. (ECUAPASS, 2018)

3.5.2. Proceso de exportación

Se realiza la negociación con el cliente o bróker del país de destino con el cual se determina la cantidad y la fecha aproximada de embarque, la empresa procesa y empaqueta el producto, el producto es trasladado por transporte terrestre hasta el puerto de Guayaquil, el comprador recibe la carga en el puerto de Guayaquil a bordo del buque que el comprador designe, se procede con él envío y el comprador recibe la carga en el puerto de Barcelona, y procede a la desaduanización del producto para su comercialización en Madrid España.

- **Certificado de Origen.**

Para obtener este documento la empresa se debe registrar como exportadora en el sistema Ecuapass. Dentro del sistema Ecuapass debe ingresar a “Ventanilla Única” y dar clic en la pestaña que dice “Elaboración DJO” para generar la Declaración Juramentada de Origen. Este documento sirve para determinar de forma sistematizada si el producto cumple con las normas de origen establecidas en cada uno de los acuerdos con España para acceder a los beneficios arancelarios. La DJO dura dos años.

Luego la empresa debe solicitar el certificado de origen en la Ventanilla Única Ecuatoriana dando clic en la opción “Elaboración de CO”, que contará con la opción de asignar a cualquiera de las Entidades Habilitadas designadas por el Ministerio de Comercio Exterior, según el ámbito del universo arancelario y el país de destino de exportación y régimen de origen, adjuntando la factura comercial correspondiente.

Después de esto, conforme el perfil de riesgo establecido mediante resolución de la Subsecretaría de Servicios al Comercio Exterior, se podrá realizar una inspección de procesos productivos a la empresa para confirmar el origen del producto exportado. Posteriormente se emitirá un informe de inspección, que verifica la declaración juramentada de origen, en caso de ser favorable se aprobará el Certificado de origen en el Sistema de Gestión de Certificación de Origen (SIGCO). Finalmente se entrega el Certificado de Origen a la empresa Artesanías J.A en calidad de Exportador.

3.5.3. Requisitos específicos para exportar bolsos a España

- **Etiquetado para el ingreso del producto a España**

En la práctica comercial, el etiquetado de la información para el consumidor sigue habitualmente el siguiente formato:

- En el artículo suele incorporarse el nombre del país donde ha sido fabricado, marca del fabricante, el símbolo de la piel (cuero legítimo) material.
- En el interior, debe indicar los materiales componentes en la parte superior.

3.5.4. Negociación y formas de pago

Para que el producto llegue a España es necesario establecer la negociación de las exportaciones y la forma de pago que se empleará para ello:

- **Incoterm FOB**

Para este caso, las exportaciones se realizarán en término FOB:

Se enviará mediante transporte interno desde Otavalo hasta el puerto marítimo de Guayaquil, con una duración aproximada de trayecto de 1 día a cargo de la compañía de transporte pesado TELSUPREMA S.A. de la ciudad de Quito, con un costo del viaje de 500 dólares. La entrega de la mercancía se la realizará a bordo del buque, designado por el comprador, en el puerto de embarque o convenido. Este se enviará desde el puerto de Guayaquil al puerto de Barcelona con una duración aproximada de 28 días.

Con este Incoterm la empresa no corre con riesgo de pérdida de mercancía, este se transmite al vendedor al momento de que la mercancía esté a bordo del buque, así como también con todos los costos desde ese momento en adelante los únicos pagos que realiza la empresa es hasta dejar el contenedor encima del buque designado por el comprador.

A continuación, se presentan diferentes datos acerca de la logística, la cual no afecta al producto, ya que la negociación se realizará en términos FOB.

- **Acceso logístico desde Ecuador hacia Barcelona**

Costos de exportación

- **Vía marítima**

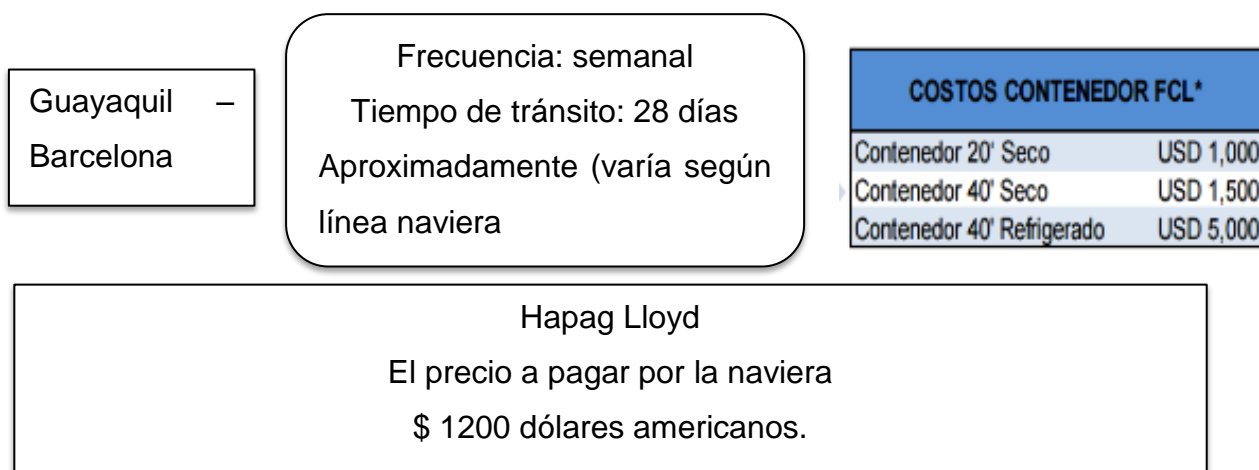


Figura 29. Costos Logísticos Marítimos
Fuente: (ProEcuador, 2010)

- **Formas de pago Internacional**

La forma de pago que la empresa Artesanías J.A utilizará la carta de crédito irrevocable debido a que el pago siempre está asegurado.

- **Carta de crédito confirmada irrevocable**

1. El vendedor empresa embarca la mercancía, obtiene los documentos y prepara una letra a la vista o a plazo girada sobre la plaza y para la firma del comprador en el exterior por el valor de la mercancía,

2. El banco del exportador, es el banco que remite las cobranzas, es decir, el banco recibe los documentos del exportador y prepara una carta con las instrucciones para que se cobre al comprador- importador. El exportador viene siendo la empresa Artesanías J.A, quienes trabajan con el Banco Pichincha en Ecuador.

3. El banco cobrador, se encarga de recibir la documentación y la carta de instrucciones arriba mencionada para efectuar el cobro y solo entrega la documentación al comprador después de recibir el dinero de la exportación o cuando se ha producido la aceptación de la letra por parte del cliente. El banco con el que trabajará la empresa en Barcelona es Novo Banco – Barcelona el cual se encargara de cobrar al comprador.

3.5.5 Plan de marketing (4P)

3.5.5.1. Producto

Artesanías J.A son bolsos eco-amigables hechos a mano con materiales naturales, propios de la región Andina. Son realizados de forma artesanal, se utilizada materiales amigables con el medio ambiente y diseños bajo la cultura de nuestro pueblo.



Figura 30. El producto

a) Envase

Se lo enviará en cajas de cartón las cuales contengan un bolso en cada una:



Figura 31. Empaque del bolso artesanal para exportar

Etiquetado del producto



Figura 32. Etiqueta del producto

b) Logo

Conecta lo tradicional y autóctono en un isotipo, tomando figuras preincaicas pertenecientes a la cultura Sarance, las cuales habitaban en Otavalo en tiempos

anteriores a la conquista, los mismos que se representan en una semi circunferencia que dan un concepto de un “todo”, terminando con el nombre de la marca.



Figura 33. Logo del producto

c) Empaque

Al ser un producto con características frágiles se utilizará cajas de cartones, por lo cual no será necesario otro empaque específico ya que no afectará en su almacenamiento hasta llegar a su punto de destino. Para su exportación es necesario una caja con una capacidad de 4,60 Kg y sus dimensiones de: largo (39.81) cm, ancho (39.81) cm y altura (22.2) cm Peso caja vacía aprox.: 0.60 kg, se enviará una cantidad de 800 bolsos mensuales. Lo que equivale a seis cajas pequeñas dentro de las cajas grandes que van en los pallets.



Figura 34. Caja para productos

d) Embalaje

Se utilizará un embalaje plástico, para evitar cualquier daño al producto, especialmente si hay riesgo de humedad, entre otros. De esta manera el producto llegara en óptimas condiciones para su respectiva distribución y comercialización.



Figura 35. Embalaje del producto

3.5.5.2 Plaza

El canal de distribución de la empresa Artesanías J.A es el siguiente:



Figura 36. Canal de distribución

La empresa en Barcelona se dedica al expendido de bolsos y carteras, es uno de los más grandes distribuidores de bolsos de España.

3.5.5.3 Precio

Tabla 35. Precio

DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO							
	COSTO DE Pro. Mensual	CANTIDAD Mensual	COSTO Unitario	GASTO Unitario	COSTO Unitario	UTILIDAD	Precio de Exportación
Bolsos artesanales	6.603,89	800	8,25	5,43	13,69	40% 5,47	19,16

3.5.5.4 Promoción

Se utilizará la página de Facebook y pagina web de la empresa ARTESANÍAS J.A para dar a conocer el producto, sus beneficios y promociones a los posibles

clientes, debido a que el uso de redes sociales en la actualidad es muy habitual para llamar la atención del consumidor y de esta manera internacionalizar el producto.



Figura 37. Fanpage de Facebook.

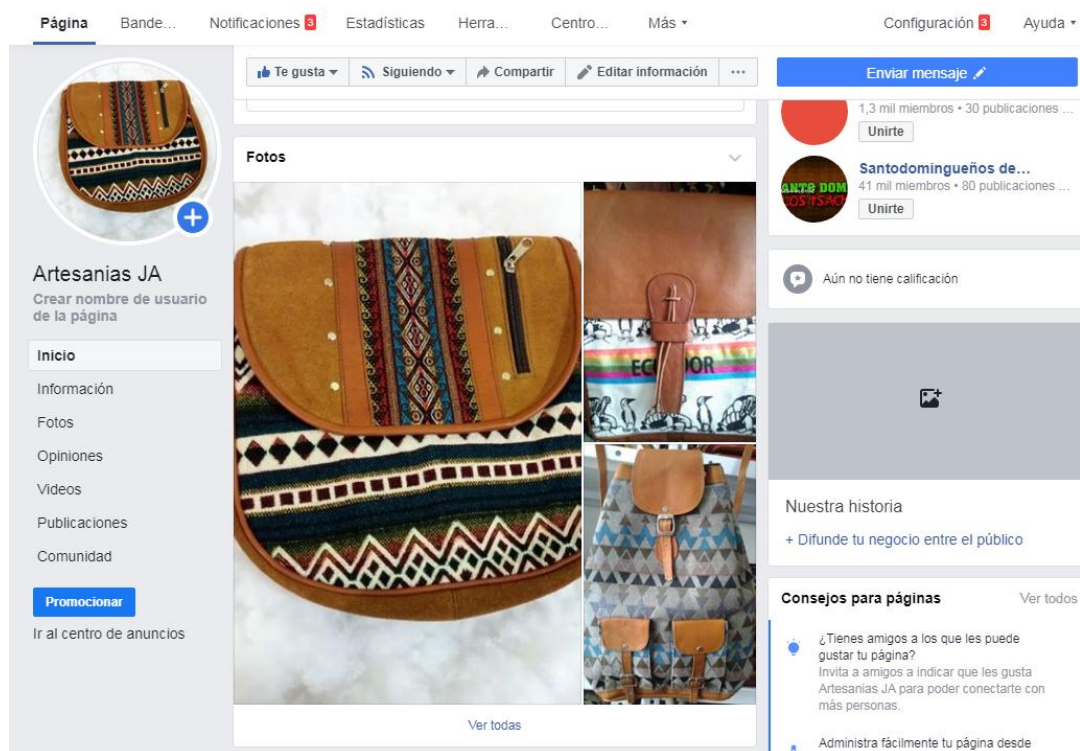


Figura 38. Redes sociales de la empresa ARTESANÍAS J.A



Figura 39. Página web de la empresa

a) Ferias Internacionales

Es necesario que los representantes de la empresa, con información de las Oficinas comerciales o sección comercial de la misión diplomática de Ecuador en España, asistan a ferias internacionales para dar a conocer el producto, a su vez se destaca la ayuda de PRO ECUADOR, para dar a conocer el producto en el mercado objetivo a través de las ferias.

Tabla 36. Ferias Internacionales

Nombre de la feria	Fecha	Lugar	Productos	Modalidad
Feria profesional de artesanías de CÁDIZ	Del 15 al 17 mayo 2020	Zaragoza	Artesanías general	en Presencial
CREARTIVA BARCELONA	Del 10 al 13 Noviembre 2019	Barcelona	Bolsos carteras	y Presencial

CAPÍTULO IV ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Determinación de la inversión inicial

4.1.1 Resumen de la inversión inicial

Tabla 37. Inversión inicial

INVERSION	VALOR
Inversión Fija	36.846,00
Inversión Variable	10.949,83
Capital de trabajo	10.949,83
TOTAL DE INVERSION	47.795,83

4.1.2 Inversión fija

Tabla 38. Resumen inversión inicial

TOTAL INVERSIÓN FIJA	
ACTIVOS	MONTO
Muebles y Enseres	775,00
Equipos de Cómputo	2.840,00
Equipos de Oficina	231,00
Maquinaria	33.000,00
TOTAL	36.846,00

4.1.3 Inversión variable

Tabla 39. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
CUENTA	VALOR MENSUAL	PORCENTAJE
Costos de Producción	6.603,89	100,00%
Gastos Administrativos	2.931,06	26,77%
Gastos de Exportación	1.414,88	12,92%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	10.949,83	100%

4.1.4 Detalle de la inversión fija

Tabla 40. Detalle inversión fija

ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios de 120 x 160	3	180,00	540,00
Sillas giratorias	3	45,00	135,00
Sillas visitantes	5	20,00	100,00
		SUB TOTAL	775,00
EQUIPO DE COMPUTACION			
Computadoras	3	800,00	2.400,00
Impresora	1	380,00	380,00
Reguladores de voltaje	3	20,00	60,00
		SUB TOTAL	2.840,00
EQUIPO DE OFICINA			
Grapadora	3	10,00	30,00
Perforadora	3	12,00	36,00
Bandejas	3	20,00	60,00
Teléfono	3	35,00	105,00
		SUB TOTAL	231,00
MAQUINARIA			
COSEDORA	1	4000	4000
cortadora industrial	1	4000	4000
EMPACADORA y etiquetado	1	15000	15000
selladora de cartones	1	10000	10000
Maquinaria empresa	5	33.000,00	33.000,00
		SUB TOTAL	33.000,00
		TOTAL	36.846,00

En la inversión fija se detallan todos los equipos necesarios para la elaboración de bolsos artesanales siendo el activo más costoso de la empresa la maquinaria para la elaboración del producto.

4.2 Costos de producción

Tabla 41. Costos de producción

Bolsos					
Detalle	C/u	Costo	Cantidad	Total mensual	Anual
Materia prima directa		5,60	800	4.480,00	53.760,00
Acrílico	1,00				
Faja	0,65				
Cuero	3,00				
Sierre	0,25				
Accesorios	0,50				
Tafeta	0,20				
Mano de obra directa	2,02	2,02	800	1.617,22	19.406,64
Jefe de producción	0,87	0,87	800	697,90	
Operarios	1,15	1,15	800	919,32	
Costos indirectos de fabricación		0,63	800	506,67	6.080,00
Caja	0,30				
Etiqueta	0,25				
Energía eléctrica	0,08				
Costo de producción por unidad		8,25			
Total costo bolsos artesanales				6.603,89	79.246,64

Los costos de producción de los bolsos se los calcula en función a la materia prima, la mano de obra, los costos indirectos de fabricación sumando todos estos valores da un costo de \$8.25 por bolso, dándonos los costos totales mensuales de \$6.603,89 en 800 bolsos y anuales de la producción 79.246,64.

4.3. Gastos administrativos

Tabla 42. Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
	MENSUAL	ANUAL
Sueldos administrativos	\$ 930,53	\$ 11.166,40
Agua	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Energía Eléctrica	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Teléfono	\$ 30,00	\$ 360,00
Internet Banda CNT	\$ 35,00	\$ 420,00
Suministros de Oficina	\$ 30,00	\$ 360,00
Gastos Promoción	\$ 75,00	\$ 900,00
Implementos de limpieza	\$ 65,00	\$ 780,00
Arriendo	\$ 1.465,53	\$ 17.586,36
TOTAL	\$ 2.931,06	\$ 35.172,76

4.4 Detalle del sueldo del personal

Tabla 43. Detalle sueldos

Personal	Valor
Asistente de comercio exterior	\$ 465,27
Asistente marketing y ventas	\$ 465,27
Jefe de producción	\$ 697,90
Operario corte	\$ 459,66
Operario ensamblado	\$ 459,66
Total	\$ 2.547,75

4.5 Sueldos y salarios

Tabla 44. Sueldo primer año

ROL DE PAGOS 1ER AÑO										
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos	Total Ingresos (anual)
Asistente comercio exterior	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 0,00	\$ 48,60	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 16,67	\$ 465,27	5.583,20
Asistente marketing y ventas	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 0,00	\$ 48,60	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 16,67	\$ 465,27	5.583,20
Total sueldos administrativos	\$ 800,00	\$ 75,60	\$ 724,40	\$ 0,00	\$ 97,20	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 33,33	\$ 930,53	11.166,40
Jefe de producción	\$ 600,00	\$ 56,70	\$ 543,30	\$ 0,00	\$ 72,90	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 25,00	\$ 697,90	8.374,80
Operario corte	\$ 395,18	\$ 37,34	\$ 357,84	\$ 0,00	\$ 48,01	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 16,47	\$ 459,66	5.515,92
Operario ensamblado	\$ 395,18	\$ 37,34	\$ 357,84	\$ 0,00	\$ 48,01	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 16,47	\$ 459,66	5.515,92
Total sueldos operarios y jefe de producción	\$ 1.390,36	\$ 131,39	\$ 1.258,97	\$ 0,00	\$ 168,93	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 57,93	1.617,22	19.406,64
Remuneración mensual	\$ 2.190,36	\$ 206,99	\$ 1.983,37	\$ 0,00	\$ 266,13	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 91,27	2.547,75	30.573,04
Remuneración anual	\$ 26.284,32	2.483,87	\$ 23.800,45	\$ 0,00	3.193,54	\$ 0,00	\$ 0,00	1.095,18	30.573,04	

Tabla 45. Rol de pagos segundo año

ROL DE PAGOS 2DO AÑO										
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos	Total Ingresos
Asistente comercio exterior	\$ 419,44	\$ 39,64	\$ 379,80	\$ 34,94	\$ 50,96	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 17,48	\$ 522,82	\$ 6.273,82
Asistente marketing y ventas	\$ 419,44	\$ 39,64	\$ 379,80	\$ 34,94	\$ 50,96	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 17,48	\$ 522,82	\$ 6.273,82
Total sueldos administrativos	\$ 838,88	\$ 79,27	\$ 759,61	\$ 69,88	\$ 101,92	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 34,95	\$ 1.045,64	12.547,63
Jefe de producción	\$ 629,16	\$ 59,46	\$ 569,70	\$ 52,41	\$ 76,44	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 26,22	\$ 784,23	\$ 9.410,72
Operario corte	\$ 414,39	\$ 39,16	\$ 375,23	\$ 34,52	\$ 50,35	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 17,27	\$ 516,52	\$ 6.198,22
Operario ensamblado	\$ 414,39	\$ 39,16	\$ 375,23	\$ 34,52	\$ 50,35	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 17,27	\$ 516,52	\$ 6.198,22
Total sueldos operarios y jefe de producción	\$ 1.457,93	\$ 137,77	\$ 1.320,16	\$ 121,45	\$ 177,14	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 60,75	\$ 1.817,26	21.807,16
Remuneración mensual	\$ 2.296,81	\$ 217,05	\$ 2.079,76	\$ 191,32	\$ 279,06	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 95,70	\$ 2.862,90	34.354,79
Remuneración anual	\$ 27.561,74	\$ 2.604,58	\$ 24.957,15	\$ 2.295,89	\$ 3.348,75	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.148,41	\$ 34.354,79	

Tabla 46. Rol de pagos tercer año

ROL DE PAGOS 3ER AÑO										
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos	Total Ingresos
Asistente comercio exterior	\$ 439,82	\$ 41,56	\$ 398,26	\$ 36,64	\$ 53,44	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 18,33	\$ 548,23	\$ 6.578,72
Asistente marketing y ventas	\$ 439,82	\$ 41,56	\$ 398,26	\$ 36,64	\$ 53,44	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 18,33	\$ 548,23	\$ 6.578,72
Total sueldos administrativos	\$ 879,65	\$ 83,13	\$ 796,52	\$ 73,27	\$ 106,88	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 36,65	\$ 1.096,45	13.157,45
Jefe de producción	\$ 659,74	\$ 62,35	\$ 597,39	\$ 54,96	\$ 80,16	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 27,49	\$ 822,34	\$ 9.868,08
Operario corte	\$ 434,52	\$ 41,06	\$ 393,46	\$ 36,20	\$ 52,79	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 18,11	\$ 541,62	\$ 6.499,45
Operario ensamblado	\$ 434,52	\$ 41,06	\$ 393,46	\$ 36,20	\$ 52,79	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 18,11	\$ 541,62	\$ 6.499,45
Total sueldos operarios y jefe de producción	\$ 1.528,79	\$ 144,47	\$ 1.384,32	\$ 127,35	\$ 185,75	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 63,70	\$ 1.905,58	22.866,98
Remuneración mensual	\$ 2.408,44	\$ 227,60	\$ 2.180,84	\$ 200,62	\$ 292,63	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 100,35	\$ 3.002,04	36.024,43
Remuneración anual	\$ 28.901,24	\$ 2.731,17	\$ 26.170,07	\$ 2.407,47	\$ 3.511,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.204,22	\$ 36.024,43	

Tabla 47. Rol de pagos cuarto año

ROL DE PAGOS 4TO AÑO										
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos	Total Ingresos
Asistente comercio exterior	\$ 461,20	\$ 43,58	\$ 417,62	\$ 38,42	\$ 56,04	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 19,22	\$ 574,87	6.898,45
Asistente marketing y ventas	\$ 461,20	\$ 43,58	\$ 417,62	\$ 38,42	\$ 56,04	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 19,22	\$ 574,87	6.898,45
Total sueldos administrativos	\$ 922,40	\$ 87,17	\$ 835,23	\$ 76,84	\$ 112,07	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 38,43	\$ 1.149,74	13.796,90
Jefe de producción	\$ 691,80	\$ 65,38	\$ 626,43	\$ 57,63	\$ 84,05	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 28,83	\$ 862,31	10.347,67
Operario corte	\$ 455,64	\$ 43,06	\$ 412,58	\$ 37,96	\$ 55,36	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 18,99	\$ 567,94	6.815,32
Operario ensamblado	\$ 455,64	\$ 43,06	\$ 412,58	\$ 37,96	\$ 55,36	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 18,99	\$ 567,94	6.815,32
Total sueldos operarios y jefe de producción	\$ 1.603,09	\$ 151,49	\$ 1.451,59	\$ 133,54	\$ 194,77	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 66,80	\$ 1.998,19	23.978,32
Remuneración mensual	\$ 2.525,49	\$ 238,66	\$ 2.286,83	\$ 210,37	\$ 306,85	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 105,23	\$ 3.147,93	37.775,22
Remuneración anual	\$ 30.305,84	\$ 2.863,90	\$ 27.441,94	2.524,48	3.682,16	\$ 0,00	\$ 0,00	1.262,74	\$ 37.775,22	

Tabla 48. Rol de pagos quinto año

ROL DE PAGOS 5TO AÑO										
Empleado	Sueldo	Aporte IESS	Sueldo Mensual	Fondo Reserva	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos	Total Ingresos (anual)
Asistente comercio exterior	\$ 483,61	\$ 45,70	\$ 437,91	\$ 40,29	\$ 58,76	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 20,15	\$ 602,81	\$ 7.233,71
Asistente marketing y ventas	\$ 483,61	\$ 45,70	\$ 437,91	\$ 40,29	\$ 58,76	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 20,15	\$ 602,81	\$ 7.233,71
Total sueldos administrativos	\$ 967,23	\$ 91,40	\$ 875,83	\$ 80,57	\$ 117,52	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 40,30	\$ 1.205,62	\$ 14.467,43
Jefe de producción	\$ 725,42	\$ 68,55	\$ 656,87	\$ 60,43	\$ 88,14	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 30,23	\$ 904,21	\$ 10.850,57
Operario corte	\$ 477,79	\$ 45,15	\$ 432,64	\$ 39,80	\$ 58,05	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 19,91	\$ 595,55	\$ 7.146,55
Operario ensamblado	\$ 477,79	\$ 45,15	\$ 432,64	\$ 39,80	\$ 58,05	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 19,91	\$ 595,55	\$ 7.146,55
Total sueldos operarios y jefe de producción	\$ 1.681,00	\$ 158,85	\$ 1.522,14	\$ 140,03	\$ 204,24	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 70,04	\$ 2.095,31	\$ 25.143,67
Remuneración mensual	\$ 2.648,23	\$ 250,26	\$ 2.397,97	\$ 220,60	\$ 321,76	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 110,34	\$ 3.300,92	\$ 39.611,09
Remuneración anual	\$ 31.778,70	\$ 3.003,09	\$ 28.775,61	\$ 2.647,17	\$ 3.861,11	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.324,11	\$ 39.611,09	

4.6 Gastos de exportación

Tabla 49. Gastos exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN				
	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	ANUAL
Transporte por carretera	\$ 500,00	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Token	\$ 54,88	1	\$ 54,88	\$ 54,88
certificado de origen	\$ 10,00	1	\$ 10,00	\$ 120,00
servicios carga de CONTECON	\$ 350,00	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Servicios de puerto	\$ 500,00	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00
FOB	\$ 1.414,88		\$ 1.414,88	\$ 16.374,88

Los costos de transporte por carretera se lo realiza con TELESUPREMA empresa de transporte pesado de la ciudad de Quito, la cual mediante una cotización vía telefónica supo manifestar que el costo del traslado desde la ciudad de Otavalo al puerto de Guayaquil es de 500 dólares americanos, el certificado del Token de acuerdo a los precios marcados en la registro civil ecuatoriano estipula un valor de 54,88 y tiene una vigencia de dos años, de acuerdo al ministerio de comercio exterior el certificado de origen está fijado en un costo de 10 dólares por viaje que envíe, de igual manera CONTECON se lo contacto para que nos mencione los valores por la carga del contenedor a la naviera de envío manifestando que el costo es de 350 dólares lo que corresponde a la carga del contenedor en la naviera seleccionada para el envío, y los servicios de puerto de igual manera 500 dólares estos servicios consta el valor de traslado en interior de puerto al cuadrante de carga verificación de numeración de contenedor sellos de seguridad, etc., dando como resultado en termino FOB un costo total de 1414, 88 mensuales.

4.7 Determinación gasto unitario

Tabla 50. Determinación gasto unitario

Determinación gasto unitario	
Total mensual	
Gastos administrativos	2.931,06
Gastos de exportación	1.414,88
Total gastos	4.345,94
Unidades producidas mensual	800
gasto por unidad	5,43

4.8 Determinación precio unitario

Tabla 51. Determinación precio unitario

DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO							
	COSTO DE Pro. Mensual	CANTIDAD Mensual	COSTO Unitario	GASTO Unitario	COSTO Unitario	UTILIDAD 40%	Precio de Exportación
Bolsos artesanales	6.603,89	800	8,25	5,43	13,69	5,47	19,16

El costo del producto en mercado internacional se lo aplica al valor local de producción de 13,69 más el 40% de utilidad del producto enviado dando el costo en mercado internacional de 19,16.

4.9 Financiamiento del proyecto

Tabla 52. Financiamiento del proyecto

ESTRUCTURA DEL PRÉSTAMO		
INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Recursos propios	20.000,00	35%
Recursos ajenos	27.795,83	65%
TOTAL	47.795,83	100%

En la parte del financiamiento se lo realiza tanto con recursos propios como financiados, el 65% de la inversión es recursos financiados con una tasa de interés de la Corporación Financiera Nacional- Ibarra del 10,11%, mientras que el 35% son recursos propios.

4.10 Datos financiamiento y tabla de amortización

Tabla 53. Datos financiamiento y tabla de amortización

Datos del financiamiento					
Banco	CFN -IBARRA				
Monto				27795,83	
Interés				10,11%	
Plazo				36 meses	
Periodo	trimestral				
Garantía					
Crédito	05-03629854				

Periodos de pago	Cuota	Pago de intereses	Amortización del principal	Amortización acumulada del principal	Capital pendiente
0					\$ 27.795,83
1	\$ 898,33	\$ 234,18	\$ 664,15	\$ 664,15	\$ 27.131,68
2	\$ 898,33	\$ 228,58	\$ 669,75	\$ 1.333,89	\$ 26.461,94
3	\$ 898,33	\$ 222,94	\$ 675,39	\$ 2.009,28	\$ 25.786,55
I TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 685,71	\$ 2.009,28	\$ 4.007,33	\$ 79.380,16
4	\$ 898,33	\$ 217,25	\$ 681,08	\$ 2.690,36	\$ 25.105,47
5	\$ 898,33	\$ 211,51	\$ 686,82	\$ 3.377,18	\$ 24.418,65
6	\$ 898,33	\$ 205,73	\$ 692,60	\$ 4.069,78	\$ 23.726,05
II TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 634,49	\$ 2.060,50	\$ 10.137,31	\$ 73.250,18
7	\$ 898,33	\$ 199,89	\$ 698,44	\$ 4.768,22	\$ 23.027,61
8	\$ 898,33	\$ 194,01	\$ 704,32	\$ 5.472,54	\$ 22.323,29
9	\$ 898,33	\$ 188,07	\$ 710,26	\$ 6.182,79	\$ 21.613,04
III TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 581,97	\$ 2.113,01	\$ 16.423,55	\$ 66.963,95
10	\$ 898,33	\$ 182,09	\$ 716,24	\$ 6.899,03	\$ 20.896,80
11	\$ 898,33	\$ 176,06	\$ 722,27	\$ 7.621,31	\$ 20.174,52
12	\$ 898,33	\$ 169,97	\$ 728,36	\$ 8.349,67	\$ 19.446,16
IV TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 528,12	\$ 2.166,87	\$ 22.870,01	\$ 60.517,49
13	\$ 898,33	\$ 163,83	\$ 734,50	\$ 9.084,16	\$ 18.711,67
14	\$ 898,33	\$ 157,65	\$ 740,68	\$ 9.824,84	\$ 17.970,99
15	\$ 898,33	\$ 157,65	\$ 740,68	\$ 10.565,53	\$ 17.230,30
V TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 479,13	\$ 2.215,86	\$ 29.474,53	\$ 53.912,96
16	\$ 898,33	\$ 145,17	\$ 753,16	\$ 11.318,69	\$ 16.477,14
17	\$ 898,33	\$ 138,82	\$ 759,51	\$ 12.078,20	\$ 15.717,63
18	\$ 898,33	\$ 132,42	\$ 765,91	\$ 12.844,11	\$ 14.951,72
VI TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 416,41	\$ 2.278,58	\$ 36.241,01	\$ 47.146,49
19	\$ 898,33	\$ 125,97	\$ 772,36	\$ 13.616,47	\$ 14.179,36
20	\$ 898,33	\$ 119,46	\$ 778,87	\$ 14.395,34	\$ 13.400,49
21	\$ 898,33	\$ 112,90	\$ 785,43	\$ 15.180,77	\$ 12.615,06
VII TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 358,33	\$ 2.336,66	\$ 43.192,58	\$ 40.194,91

22	\$ 898,33	\$ 106,28	\$ 792,05	\$ 15.972,82	\$ 11.823,01
23	\$ 898,33	\$ 99,61	\$ 798,72	\$ 16.771,54	\$ 11.024,29
24	\$ 898,33	\$ 92,88	\$ 805,45	\$ 17.576,99	\$ 10.218,84
VIII TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 298,77	\$ 2.396,22	\$ 50.321,35	\$ 33.066,15
25	\$ 898,33	\$ 86,09	\$ 812,24	\$ 18.389,22	\$ 9.406,61
26	\$ 898,33	\$ 79,25	\$ 819,08	\$ 19.208,30	\$ 8.587,53
27	\$ 898,33	\$ 72,35	\$ 825,98	\$ 20.034,28	\$ 7.761,55
IX TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 237,69	\$ 2.457,29	\$ 57.631,81	\$ 25.755,68
28	\$ 898,33	\$ 65,39	\$ 832,94	\$ 20.867,22	\$ 6.928,61
29	\$ 898,33	\$ 58,37	\$ 839,96	\$ 21.707,18	\$ 6.088,65
30	\$ 898,33	\$ 51,30	\$ 847,03	\$ 22.554,21	\$ 5.241,62
X TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 175,06	\$ 2.519,93	\$ 65.128,61	\$ 18.258,88
31	\$ 898,33	\$ 44,16	\$ 854,17	\$ 23.408,38	\$ 4.387,45
32	\$ 898,33	\$ 36,96	\$ 861,37	\$ 24.269,74	\$ 3.526,09
33	\$ 898,33	\$ 29,71	\$ 868,62	\$ 25.138,37	\$ 2.657,46
XI TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 110,83	\$ 2.584,16	\$ 72.816,49	\$ 10.571,00
34	\$ 898,33	\$ 22,39	\$ 875,94	\$ 26.014,31	\$ 1.781,52
35	\$ 898,33	\$ 15,01	\$ 883,32	\$ 26.897,63	\$ 898,20
36	\$ 898,33	\$ 7,57	\$ 890,76	\$ 27.788,39	\$ 7,44
XII TRIMESTRE	\$ 2.694,99	\$ 44,97	\$ 2.650,02	\$ 80.700,32	\$ 2.687,17

4.11 Determinación costo capital

Tabla 54. Determinación costo capital

COSTO DE CAPITAL			
ESTRUCTURA	Porcentaje	PORCENTAJE	PONDERACION
Recursos propios	35,0%	20,00%	7,000%
Recursos financiado	65,0%	10,11%	6,572%
Total			13,57%
El costo de capital de la empresa es del 13,57%			

4.12 Determinación TRM

Tabla 55. Determinación TRM

TASA DE REDESCUENTO O TASA DE RENDIMIENTO MEDIO		
Inflación proyectada anual	Costo Capital	TRM
0,47%	13,57%	14,04%

4.13 Depreciaciones

Tabla 56. Depreciaciones

DETERMINACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN			
CUENTA	VALOR	%DEPRECIACIÓN	VALOR DE DEPREC.
Muebles y enseres	775,00	10%	77,5
Equipos de computación	2.840,00	33,33%	946,572
Equipos de oficina	231,00	10%	23,1
Maquinaria	33.000,00	10%	3300
TOTAL	36.846,00		4347,17

4.14 Presupuesto de ingresos ventas

Tabla 57. Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE INGRESOS			
AÑO	BOLSOS UNIDADES	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$
1	9600	19,16	183.957,15
2	9696	19,35	187.654,69
3	9793	19,55	191.426,55
4	9891	19,74	195.274,22
5	9990	19,94	199.199,23
	TOTAL		957.511,85

La proyección se la realiza en función al porcentaje del crecimiento de las importaciones de España dando como resultado un incremento del 1% de acuerdo a la herramienta TradeMap.

4.15 Presupuestos costos

Tabla 58. Presupuesto de costos

PRESUPUESTO COSTOS			
AÑO	BOLSOS UNIDADES	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$
1	9600	8,25	79.247
2	9696	8,29	80.415
3	9793	8,38	82.032
4	9891	8,46	83.680
5	9990	8,54	85.362
	TOTAL		410.736,52

El presupuesto de costos en cambio se realiza la proyección en función a la inflación.

4.16 Gastos administrativos

Tabla 59. Gastos administrativos

PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos administrativos	11166,40	11218,88	11271,61	11324,59	11377,81
Agua	2400,00	2411,28	2422,61	2434,00	2445,44
Energía Eléctrica	1200,00	1205,64	1211,31	1217,00	1222,72
Teléfono	360,00	361,69	363,39	365,10	366,82
Internet Banda CNT	420,00	421,97	423,96	425,95	427,95
Suministros de Oficina	360,00	361,69	363,39	365,10	366,82
Gastos Promoción	900,00	904,23	908,48	912,75	917,04
Implementos de limpieza	780,00	783,67	787,35	791,05	794,77
TOTAL	35172,76	17669,06	17752,10	17835,54	17919,36

4.17 Gastos exportación

Tabla 60. Gastos exportación

PROYECCIÓN GASTOS DE EXPORTACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Transporte por carretera	\$ 6.000,00	\$ 6.028,20	\$ 6.056,53	\$ 6.085,00	\$ 6.113,60
Token	\$ 54,88	\$ 54,88	\$ 55,14	\$ 55,14	\$ 55,40
Certificado de origen	\$ 120,00	\$ 120,56	\$ 121,13	\$ 121,70	\$ 122,27
Servicios de CONTECON	\$ 4.200,00	\$ 4.219,74	\$ 4.239,57	\$ 4.259,50	\$ 4.279,52
Servicios de puerto	\$ 6.000,00	\$ 6.028,20	\$ 6.056,53	\$ 6.085,00	\$ 6.113,60
FOB	\$ 16.374,88	\$ 16.451,58	\$ 16.528,91	\$ 16.606,33	\$ 16.684,38

4.18 Total presupuesto de gastos

Tabla 61. Total presupuesto gastos

TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS						
CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de Administración	35.172,76	17.669,06	17.752,10	17.835,54	17.919,36	106.348,81
Gastos de Exportación	16.374,88	16.451,58	16.528,91	16.606,33	16.684,38	82.646,09
Depreciación	4347,172	4347,172	4347,172	3.400,60	3.400,60	19.842,72
TOTAL	55.894,81	38.467,81	38.628,18	37.842,47	38.004,35	208.837,62

4.19 Estado de Resultados

Tabla 62. Estados de resultados

ESTADO DE RESULTADOS / FINANCIADO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	\$ 183.957,15	\$ 187.654,69	\$ 191.426,55	\$ 195.274,22	\$ 199.199,23
(-) Costo de Ventas	\$ 79.246,64	\$ 80.415,30	\$ 82.031,64	\$ 83.680,48	\$ 85.362,46
(=) Utilidad Bruta	\$ 104.710,51	\$ 107.239,39	\$ 109.394,91	\$ 111.593,74	\$ 113.836,78
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$ 35.172,76	\$ 17.669,06	\$ 17.752,10	\$ 17.835,54	\$ 17.919,36
Gasto de Exportación	\$ 16.374,88	\$ 16.451,58	\$ 16.528,91	\$ 16.606,33	\$ 16.684,38
Depreciación	\$ 4.347,17	\$ 4.347,17	\$ 4.347,17	\$ 3.400,60	\$ 3.400,60
TOTAL GASTOS	\$ 55.894,81	\$ 38.467,81	\$ 38.628,18	\$ 37.842,47	\$ 38.004,35
(=) Utilidad después de Operaciones	\$ 48.815,69	\$ 68.771,58	\$ 70.766,73	\$ 73.751,28	\$ 75.832,43
(-) Gastos Financieros					
Intereses	\$ 2.430,29	\$ 1.552,63	\$ 568,55		
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores	\$ 46.385,41	\$ 67.218,95	\$ 70.198,17	\$ 73.751,28	\$ 75.832,43
(-) 0% Participación de trabajadores	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(=) Utilidad antes de Impuestos	\$ 46.385,41	\$ 67.218,95	\$ 70.198,17	\$ 73.751,28	\$ 75.832,43
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 11.596,35	\$ 16.804,74	\$ 17.549,54	\$ 18.437,82	\$ 18.958,11
(=) Utilidad Neta	\$ 34.789,05	\$ 50.414,21	\$ 52.648,63	\$ 55.313,46	\$ 56.874,32

El estado de resultados muestra la utilidad neta a percibir en el ejercicio, luego de todos los ingresos y egresos de la empresa, en este caso hay que tomar en cuenta que es artesano por lo que no hay participación de los trabajadores teniendo un 0% participación de estos, otros beneficios son: No están obligados a llevar contabilidad. Están exonerados de impuestos a la exportación de artesanía. (Fabara, 2019). Dicho esto la utilidad para el primer año es de \$ 34.789,05 mientras que para el quinto años se aspira una utilidad de \$ 56.874,32.

4.20. Presupuesto de caja

Tabla 63. Presupuesto caja

	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad neta	34789,05	50414,21	52648,63	55313,46	56874,32
Depreciación	4347,17	4347,17	4347,17	3400,60	3400,60
Amortización capital	8349,67	9227,32	10211,40		
Valor residual					17003,28
Flujo de caja	30.786,56	45.534,06	46.784,40	58.714,06	77.278,21

4.21. Balance inicial

Tabla 64. Balance inicial

ACTIVOS					
				PASIVOS	
ACTIVOS					
CORRIENTES					
Inversión Variable				PASIVOS	
				CORRIENTES	
TOTAL ACTIVOS		10949,83			
CORRIENTES				TOTAL PASIVOS	0,00
				CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS		10949,83			
				PASIVOS L. PLAZO	
Muebles y Enseres	775,00			PRÉSTAMO	27795,83
				BANCARIO	
Equipos de	2840,00			TOTAL PASIVOS L.	27795,83
Cómputo				PLZ	
Equipos de Oficina	231,00				
Maquinaria	33000,00			TOTAL PASIVOS	27795,83
TOTAL ACTIVOS		36846,00			
FIJOS				PATRIMONIO	
-				Capital Social	20000,00
				TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVO		47795,83		TOTAL PASIVO Y	47795,83
				PATRIMONIO	

4.22. Valor presente neto

Tabla 65. Valor actual neto

VALOR ACTUAL NETO			
FINANCIADO			
AÑO	FLUJO NETO DE EFECTIVO	$1/(1+i)^n$	FNE/ $(1+i)^n$
0	-47.795,83		(47.795,83)
1	30.786,56	0,877	26.995,93
2	45.534,06	0,769	35.011,49
3	46.784,40	0,674	31.543,68
4	58.714,06	0,591	34.712,86
5	77.278,21	0,518	40.062,91
		VALOR VAN	168.326,86
		VPN	120.531,03

El Valor Actual Neto que presenta el proyecto dentro de la evaluación es de 168.326,86 el cual representa la utilidad de todo el proyecto, esto debe reflejar un valor superior a cero, mostrando de esta manera que el proyecto es factible y se lo puede realizar.

4.23. Costo beneficio

Tabla 66. Costo beneficio

COSTO BENEFICIO			
Valor actual neto	\$	168.326,86	
Inversión inicial	\$	47.795,83	3,52

El Costo Beneficio es de 3,52 siendo mayor a 1, expresando de esta manera que es factible ejecutar el proyecto.

4.24. Periodo de recuperación der la inversión

Tabla 67. Periodo de recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACUMULADO
0		-47.795,83
1	26.995,93	(20.799,90)
2	35.011,49	14.211,58
3	31.543,68	45.755,26
4	34.712,86	80.468,12
5	40.062,91	120.531,03
PRI	2,59	

La recuperación de la inversión se la realiza en 2 años 7 meses 2 días.

4.25. Tasa interna de retorno

Tabla 68. Tasa interna de retorno

TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO	Flujo de efectivo	INVERSIÓN INICIAL
0	-47795,83	47795,83
1	30786,56	
2	45534,06	
3	46784,40	
4	58714,06	
5	77278,21	
	TIR	81,75%

La tasa interna de retorno muestra un porcentaje del 81,75% dentro del estudio del proyecto, dando a conocer que el dinero que se invertirá al realizar el mismo generará un rendimiento del 81%, especificando claramente que la utilidad será de gran beneficio para la empresa.

4.26 Evaluación económica del proyecto

Tabla 69. Evaluación económica

Evaluación económica del proyecto con financiamiento					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de efectivo	30.786,56	45.534,06	46.784,40	58.714,06	77.278,21
Costo de oportunidad	14,04%				
Valor actual neto	168.326,86				
Costo beneficio	3,52				
Tasa interna de retorno	81,75%				
Periodo de recuperación de la inversión		2 años 7 meses 2 días			

4.27 Determinación punto de equilibrio

Tabla 70. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
CUENTAS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Inversión fija	36.846,00		36.846,00
Capital de trabajo			
Costo del Producto		79.246,64	79.246,64
Gastos Administrativos			
Agua	2.400,00		2.400,00
Energía Eléctrica	1.200,00		1.200,00
Teléfono	360,00		360,00
Internet Banda CNT	420,00		420,00
Suministros de Oficina	360,00		360,00
Gastos Promoción	900,00		900,00
Implementos de limpieza	780,00		780,00
Depreciación	4.347,17		4.347,17
Gastos de Exportación			
Transporte por carretera		6.000,00	6.000,00
Token	54,88		54,88
servicios básicos de CONTECON	4.200,00		4.200,00
Servicios básicos naviera	6.000,00		6.000,00
TOTAL	57.868,05	85246,64	143.114,70

4.28 Margen de contribución

Tabla 71. Margen contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN			
PRODUCTO	PRECIO	CV. UNIT.	% VENTAS
Bolsos artesanales	19,16	8,25	100%
Margen de contribución ponderado			10,91

4.29 Punto de equilibrio unidades físicas

PUNTO DE EQUILIBRIO	<u>Costo Fijo Total</u>	\$	<u>57.868,05</u>
	Margen de contribución		10,91
	UNIDADES	\$	5.305

Tabla 72. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES FISICAS			
Producto	P.E unid.	% ventas	P.E unidades Físicas
Bolso artesanal	5.305	100%	5.305
Punto de equilibrio unidades monetarias			
Producto	Cantidad	Precio	P.E unidades Monetarias
Bolso artesanal	5.305	19,16	101.663,55

CONCLUSIONES

- Los procesos de producción del bolso artesanal la fábrica realiza el trabajo de forma eficiente brindando un producto final de calidad para los consumidores, teniendo en cuenta que la empresa no produce al 100% de su capacidad. Actualmente la capacidad de producción de bolsos artesanales es de 700 semanales por lo que permite empezar a exportar el producto a mercados internacionales
- La herramienta TradeMap permitió determinar la demanda en el estudio de mercado, la cual facilito la información de las importaciones y exportaciones mundiales del producto bolsos de acrílico artesanales.
- La promoción se la utiliza con la finalidad de dar a conocer el producto a nivel internacional aumentando la demanda del mismo mediante el uso de redes sociales y el portal web de la empresa y realizar la visita a ferias internacionales para dar a conocer el producto en el mercado internacional.
- Al analizar la demanda y competencia nacional del mercado potencial se pudo conocer que existe elaboración de este tipo de producto en España, hay que seguir potenciando a un más el marketing del producto y generando más ventas con otros compradores para dar a conocer de forma eficiente el producto en el mercado y aumentar la demanda del mismo a nivel internacional.
- Luego de realizar el estudio financiero se puede determinar que el proyecto es factible de acuerdo a los indicadores obtenidos en el VAN 168.326,86; TIR 81,75% Y PRI 2,59 del proyecto dando como resultado que la capacidad de inversión en el proyecto es viable.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda la adquisición de nueva maquinaria para la producción de bolsos artesanales, para mejorar la calidad del producto lo que permita producir al 100% de su capacidad y llegar a más mercados.
- Aumentar la capacidad de producción para satisfacer la demanda local, nacional e internacional del producto con el objetivo de seguir ampliándose a más países con el producto con la finalidad de aumentar las ventas del producto.
- Implementar estrategias de promoción eficientes mediante redes sociales y portales web que permitan dar a conocer el producto en ferias internacionales lo que ayudará a conseguir una amplia cartera de clientes y no depender del mercado local, así también realizar estrategias comerciales para el bolso artesanal cuente con mayor reconocimiento a nivel internacional.
- Se recomienda a la empresa ARTESANÍA J.A adquirir un crédito con el fin de aumentar la producción, debido a que es favorable el resultado obtenido con lo que respecta al financiamiento realizado, el cual tiene el mayor porcentaje y el capital propio el menor porcentaje con la finalidad de no arriesgar el capital propio de acuerdo a las políticas económicas del país.
- Aprovechar los beneficios de los acuerdos multipartes con la Unión Europea para exportar con mayor frecuencia a menor costo los bolsos artesanales a mercados potenciales ya que el arancel de ingreso es 0%, consiguiendo de esta manera la internacionalización comercial de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Afi Guías. (2017). *Consultoría y formación independiente en economía, finanzas y tecnología*. Obtenido de https://azure.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/incoterms/contenido_sidN_1052425_sid2N_1052384_cidIL_1264369_ctylL_139_scidN_1264369_utN_3.aspx
- Asamblea Nacional. (2012). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión*. Quito - Ecuador: Talleres de la Corporación de Estudios y Publicaciones.
- Banco Central de Reservas del Perú. (2011). *Banco Central de Reserva del Perú*. Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Glosario/Glosario-BCRP.pdf>
- Banco GNB Perú. (2017). *Banco GNB pERÚ*. Obtenido de <http://www.bancognb.com.pe/inicio/banca-negocios/mediano-plazo#!>
- Biblioteca Luis Ángel Anrango. (2015). *Banco de la República Actividad Cultural*. Obtenido de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/carta_de_credito
- Blas Jiménez, P. E. (2013, 2014). *Diccionario de Administración y Finanzas*. Estados Unidos: Palibrio LLC.
- Burbano, G. R., & Meztanza, M. P. (1995). *Diccionario de Terminos Usuales en el Comercio Exterior Ecuatoriano*. Quito - Ecuador: PUDELECO Editores S.A.
- Cámara de Comercio Internacional. (2010). *Incoterms 2010*. Barcelona - España: AGPOGRAF, S.A.
- Cámara de Industrias Guayaquil. (s.f.). *Cámara de Industrias Guayaquil*. Obtenido de https://www.google.com.ec/search?rlz=1C1PRFI_esEC766EC766&q=que+es+el+copci&oq=que+es+el+copci&gs_l=psy-ab.3..0I2j0i10k1j0i22i30k1.611232.615769.0.616076.19.17.2.0.0.0.227.2038.0j11j2.13.0....0...1.1.64.psy-ab..4.15.2044...0i67k1j0i131k1j0i22i10i30k1.0.-T
- Carla, M. (2011). *PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE BOLSOS Y BOLSAS DE TELA ECOLÓGICOS DESDE ECUADOR A MIAMI*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8103/1/44872_1.pdf

- Castellanos Ramírez, A. (2015). *Logística Comercial Internacional*. Barranquilla - Colombia: Editorial Universal del Norte.
- Comercio Exterior. (2016). *Pro Ecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/comercio-exterior/>
- CreceNegocios. (2017). *Crece Negocios*. Obtenido de es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.
- Czinkota, M. R., & Ronkainen, I. A. (2013). *Marketing Internacional*. México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Desarrollos Certificados. (2011). *Grupo de Promoción y Evaluación Desarrollos Certificados*. Obtenido de <http://www.duis.gob.mx/proceso/Pages/Evaluacion-Financiera.aspx>
- Dulacs. (2018). *Misión y visión*. Obtenido de <http://inprolac.com.ec/>
- EduFiemp. (2017). *Portal de Educación Financiera para Empresarios y Emprendedores*. Obtenido de http://www.edufinet.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1410&Itemid=377
- Enríquez, C., & Astudillo, G. (15 de 12 de 2017). *Líderes*. Obtenido de <https://www.revistalideres.ec/lideres/exportacion-tradicional-gano-acuerdo-ue.html>
- Estrada H., P. (2012). *Como Hacer Importaciones*. Quito - Ecuador: Empresdane Gráficas Cía Ltda.
- Estrada Heredia , P., & Estrada Cevallos, R. (2013). *Cómo Hacer Exportaciones*. Quito - Ecuador: Empresdane Gráficas Cía Ltda.
- Google Maps. (s.f.). https://www.google.com/maps/vt/data=XzvPvVlr9yLxL-g05jr6QAd4-AwFMmtgogf1C4xr56IB1YTWUWyVCIO7fuF_ .
- Hector. (2017). *10tipos.com*. Obtenido de <http://10tipos.com/tipos-de-financiamiento/>
- Josúe. (09 de 12 de 2014). *Financiamiento.org.mx*. Obtenido de <http://financiamiento.org.mx/tipos-de-financiamiento/>
- La enciclopedia de las Inversiones. (2014). *La enciclopedia de las Inversiones*. Obtenido de <http://www.inversion-es.com/acciones.html>

- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2002). *Marketing*. International Thomson Editores.
- Lerma Kirchner, A. E., & Márquez Castro, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. México: Cengage Learning.
- Martínez Rueda, H. (19 de 12 de 2010). *Web del Profesor* . Obtenido de <http://webdelprofesor.ula.ve/economia/mendezm/analisis%20l/IndicadoresFinancieros.pdf>
- Nvindi. (26 de 01 de 2016). *Financiamiento*. Obtenido de <http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto/>
- Pro Ecuador. (23 de 04 de 2013). *Guía de Certificaciones Internacionales* . Obtenido de <file:///C:/Users/ArtesaniasJA/Downloads/GuiaCertificaciones.pdf>
- Pro Ecuador. (15 de 09 de 2016). *Guía Logística Internacional*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-logistica-internacional-2/>
- Real Academia Española. (10 de 2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=EsuT8Fg>
- Thompson, I. (08 de 2007). *Promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/precio/estrategias-precios.html>
- Trade Map. (03 de 2019). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c420291%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1
- Trade Map. (03 de 2019). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c420291%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1
- Trade Map. (03 de 2019). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c420291%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1
- Trade Map. (03 de 2019). Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c420291%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1

Trade Map. (03 de 2019). Obtenido de

https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c420291%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1

Trade Map. (04 de 2019). Obtenido de Trade Map:

https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c420291%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1

Ventura, S. (2016). *Gestion.org*. Obtenido de Estrategia de Productos:

<https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/productos-servicios/4340/estrategia-de-productos/>

Wells Fargo. (2017). *Wells Fargo Bank NA*. Obtenido de

<https://handsonbanking.org/adults/planning-future/investing-basics/types-of-investments/?lang=es>

ANEXOS

Anexo 1. Anteproyecto



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
“ENCI”

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:
EXPORTACIÓN DE BOLSOS ACRÍLICOS DE LA EMPRESA “ARTESANÍAS J.A”
DE LA CIUDAD DE OTAVALO, HACIA EL MERCADO DE MADRID - ESPAÑA

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
NEGOCIOS INTERNACIONALES E.1

AUTORA: VERÓNICA LIZBETH DE LA TORRE SARABINO

IBARRA, SEPTIEMBRE – 2017

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. NOMBRE DEL PROYECTO.....	109
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES).....	109
3. JUSTIFICACIÓN	111
4. OBJETIVOS	114
4.1 OBJETIVO GENERAL	114
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	114
5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	114
5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS	116
6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	117
6.1. METODOS GENERALES	117
6.3 INSTRUMENTOS.....	120
6.4 MATRIZ DE RELACIÓN.....	122
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	123
8. RECURSOS	125
8.1. FINANCIAMIENTO.....	126
9. FUENTES DE INFORMACIÓN	126

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Figura 1 Árbol de Problemas 4

Foto 1 Productos Elaborados por la Empresa Artesanías J.A..... 23

 Foto 2 Propietario de la Empresa en su taller 24

Tabla 1 Matriz de Relación 16

 Tabla 2 Cronograma de Actividades 17

 Tabla 3 Recursos 20

 Tabla 4 Matriz de Selección de Mercado 25

1. NOMBRE DEL PROYECTO

EXPORTACIÓN DE BOLSOS ACRÍLICOS DE LA EMPRESA “ARTESANÍAS J.A” DE LA CIUDAD DE OTAVALO, HACIA EL MERCADO DE MADRID –ESPAÑA.

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

La empresa “Artesanías J.A” alrededor de 30 años ha estado inmersa en el sector artesanal y textil, produciendo bolsos, maletines, mochilas, entre otros, teniendo la capacidad para abastecer el mercado nacional, dándose a conocer por distintas ciudades del país como productor y proveedor a intermediarios, y en cuanto a nivel local se dedica a la venta directa con el consumidor final. Destacándose así por promocionar y ofrecer productos de calidad.

Sin embargo, se presenta el problema que la empresa no cuenta con un mercado potencial para la internacionalización de sus productos, ya que se encuentra direccionada al mercado nacional, pero este mercado ya se encuentra saturado por una alta cantidad de competidores, en vista de que las ventas de la competencia al mes oscilan de 500 a 650 unidades, mientras que la empresa “Artesanías J.A” vende alrededor de 400 a 525 unidades mensuales, por lo que uno de los factores afectados ha sido el precio, el mismo que en la actualidad ha disminuido considerablemente, donde se ha perdido gran porcentaje de utilidad.

Debido a esto, muchos de los productos de bolsos han optado por cerrar sus actividades comerciales. En algunos casos se han dedicado al sector de servicios y en casos extremos optan por salir del país, generando el incremento de la migración. La falta de equilibrio contra la entrada de competidores en el mercado interno ha ocasionado que en la balanza comercial exista un déficit de 189 millones de dólares en enero del año 2017, según datos en los boletines de Pro-Ecuador. Mediante el desarrollo de los procesos de exportación se espera analizar el perfil del consumidor, gustos y preferencias, como también la búsqueda y selección de mercados objetivos mediante herramientas útiles.

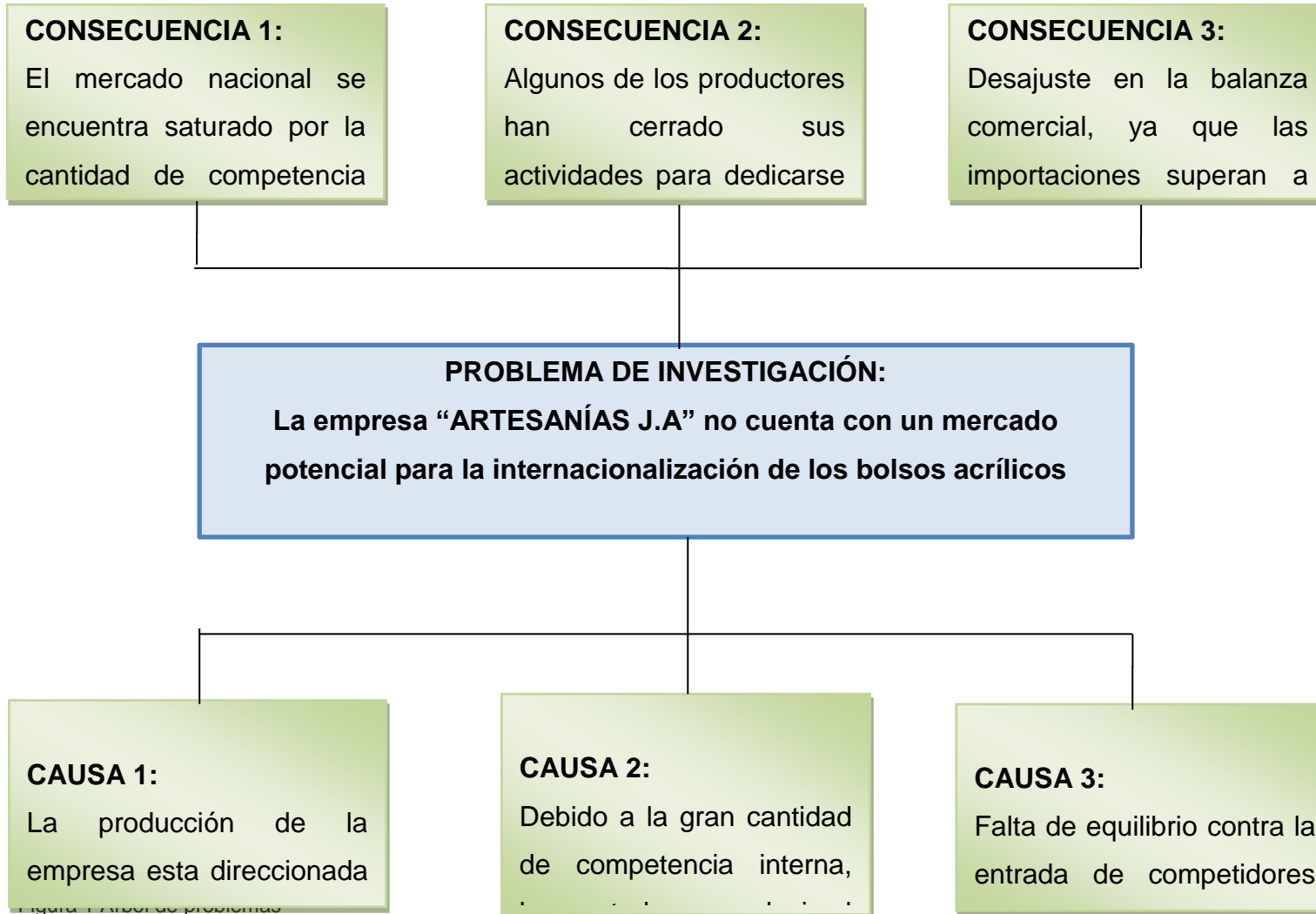


Figura 1. Árbol de problemas

Elaborado por: La autora

3. JUSTIFICACIÓN

Las exportaciones en todos los ámbitos, han ayudado a tener un mejor nivel de vida, debido a que se con esto se puede desarrollar plazas de empleo para las familias del sector local, ayudándoles no solo a los que se les brinda trabajo, sino también a sus familias, contribuyendo así a la estabilidad económica. Al realizar transacciones comerciales fuera del país, no solo se está dando a conocer una marca o empresa; sino que, con esto se crea un mayor dinamismo en el comercio internacional. Teniendo de este modo importantes avances a nivel regional ya que se da a conocer la ciudad en sí, con sus costumbres, tradiciones, turismo del sector y sobre todo los productos que se ofrecen en el mismo.

Desde hace 30 años, la empresa “Artesanías J.A” de la ciudad de Otavalo se dedica a la producción y comercialización de bolsos artesanales, los cuales son confeccionados con telas elaboradas en la región, las mismas que han sido conocidas con el nombre de telas de pescado, también se realiza la producción de bolsos de algodón, estas materias primas son específicamente elaboradas en los talleres de la parroquia Miguel Egas Cabezas, cuyos diseños reflejan las tradiciones de la cultura indígena otavaleña, estos productos han sido aceptados por los clientes ya que están elaborados en el sector local. Durante los últimos cuatro años se ha venido incrementando el desarrollo de nuevos diseños con la tela acrílica, la misma que es fabricada en la ciudad de Otavalo, esta tela es elaborada en una maquina eléctrica, y con este material se puede elaborar varios artículos como: ponchos, cobijas, entre otros (ver anexo 10.1).

En la confección de estos productos intervienen varias personas, como proveedores, obreros de corte y confección, personal de supervisión. Teniendo de este modo beneficiarios directos e indirectos. Los beneficiarios directos serán: la empresa “Artesanías J.A” que será el exportador directo y por otra parte quien redacta este proyecto. Mientas que los beneficiarios indirectos son los distintos proveedores de la materia prima, el personal que se dedica al corte y confección

de los productos, mayoristas, intermediarios, hasta llegar a los consumidores finales.

La partida arancelaria para los bolsos acrílicos es la 4202.91.90. Investigando datos en el TradeMap sobre las exportaciones que se han realizado desde Ecuador hacia otros países con esta partida, se pudo observar que el principal mercado es Estados Unidos, con un valor exportado en el año 2016 de ciento noventa mil dólares, lo que representa el 23.1% de las exportaciones para Ecuador, en segundo lugar está el mercado de España, con un valor de ciento setenta y ocho mil dólares, lo que nos da el 21.6% de participación en las exportaciones, tercer lugar el mercado de Panamá con un valor de setenta y tres mil dólares, que representa el 8.9% de participación en las exportaciones, cuarto lugar el mercado de Guatemala con un valor de sesenta mil dólares, que representa el 7.3% de las exportaciones, quinto lugar el mercado de Bahamas con un valor de treinta y nueve mil dólares, que representa el 4.7% de las exportaciones.

El TradeMap ha sido una herramienta útil para la selección del mercado, y una vez analizado los porcentajes de participación de las exportaciones para Ecuador, se puede definir a España como el potencial mercado, en vista de que en la actualidad contamos con el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea, lo que favorece el país para poder ingresar al mercado sin muchas complicaciones, claro está que se debe cumplir con los requisitos, reglamentos, certificaciones que requiere el producto para poder ingresar al mercado, de igual manera respetando la normativa que rige el país a donde se pretende internacionalizar (ver anexo 10.2).

Otro aspecto importante para seleccionar a España como el mercado potencial para la exportación de bolsos acrílicos, es la facilidad del idioma que se presenta, por lo que en la negociación no habrá mayor dificultad para llegar a un acuerdo con las partes contratantes, ya que se puede tener a este factor como una ventaja a favor, facilitando de ese modo la comunicación entre ambas partes. Otro factor

es que, la inflación anual de España es del 2.6%, 0.4% mayor al de Estados Unidos, por lo que este porcentaje no es tan relevante en su comparación. Tomando en cuenta como otro aspecto importante que no presenta barreras sanitarias o fitosanitarias en el lugar de destino (ver anexo 10.2).

Dentro del país de destino España, se pretende comercializar a la ciudad de Madrid, pues tiene mayor acogida de productos artesanales, y por ser la capital se concentra la mayor diversidad de artículos de Ecuador, como de otros países, también porque es la ciudad más poblada con alrededor de 3165.541 habitantes, además cuenta con un poder adquisitivo de 1.933 euros, según datos de Europa press. Las nuevas tendencias, nuevos estilos de bolsos llaman la atención especialmente en la época de verano, donde las mujeres específicamente buscan un bolso acorde su necesidad, ya sea bolsos de mano, con asa, grandes, pequeños, o ya sea para acompañarlo con un look casual, pero siempre buscan usar lo último que sale en el mercado, por lo que Madrid es un mercado potencial para este tipo de productos, también cuenta mucho que sean colores llamativos.

Al exportar estos productos se está diversificando mercados, abriendo plazas de empleo en el sector local, poniendo como prioridad a las familias de bajos recursos ubicados en el mismo sector, pero con conocimientos en la elaboración de los bolsos, ya sea en corte o confección, también se genera un equilibrio en la balanza comercial frente a las importaciones, lo que beneficia al sector industrial y artesanal, generando un mayor desarrollo y avance en el sector local.

Aprovechando de esta manera los incentivos que el gobierno ha estado promoviendo en los últimos años, dejando de exportar materia prima y en lugar de eso creando nuevos productos, con lo que se contribuye al cambio de la matriz productiva, enfocándose exclusivamente en el objetivo 10 del plan nacional del buen vivir, donde lo que se busca es impulsar la transformación de la matriz productiva, de tal manera que no se deba depender únicamente de productos tradicionales. Para tener el acercamiento con los posibles clientes se requiere aplicar un régimen de muestras de las mercancías hacia el mercado español.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Efectuar la exportación de bolsos acrílicos de la empresa “Artesanías J.A” de la ciudad de Otavalo con la finalidad de expandir las ventas hacia Madrid – España.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Demostrar la capacidad de oferta exportable de la empresa “Artesanías J.A” y establecer su volumen y calidad de producción para satisfacer el mercado español.

Determinar el mercado de Madrid - Español para la comercialización de los bolsos acrílicos con el propósito de identificar la demanda insatisfecha.

Aplicar los procesos de exportación de los bolsos acrílicos hacia España, con la finalidad de cumplir con los requerimientos de internacionalización.

Establecer los beneficios económicos que resultaran de la exportación por parte de la empresa “Artesanías J.A” hacia el mercado español.

5. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para el diseño del presente proyecto enfocado en la exportación de bolsos acrílicos por parte de la empresa “Artesanías J.A” de la ciudad de Otavalo, se desarrollará la aplicación de cuatro objetivos específicos, los mismos que tienen la finalidad de cumplir con el objetivo general, analizando medios o métodos para internacionalizar sus productos y la empresa, a fin de llegar al mercado español. A continuación, se describen estos objetivos

Establecer como primer objetivo la demostración la capacidad de oferta exportable por parte de la empresa Artesanías J.A, demostrando disponibilidad del producto, donde se pueda asegurar que el volumen de pedido solicitado va a poder tener continuidad, tomando en cuenta como antecedentes el abastecimiento que se ha podido obtener en el mercado interno. De igual manera cumpliendo con las exigencias y requerimientos que el mercado pide. Para demostrar la calidad del producto, se realizará el cumplimiento de las normas y estándares establecidos para los bolsos acrílicos, tomando en cuenta factores de calidad como: tamaños, colores, diseños, precio, entre otros.

Después de haber determinado la oferta exportable, se determinará la situación de demanda insatisfecha que existe, esto se realizara tras desarrollar una segmentación de mercado, realizando también un análisis de la competencia de empresas locales como un punto principal dentro de este objetivo, ya que dichas empresas conocen a los consumidores por lo que los productos ofertados son dirigidos a un mercado meta. Dichos datos obtenidos ayudara al desarrollo de la oferta y demanda de la empresa Artesanías J.A.

Para la ejecución del tercer objetivo, donde se debe aplicar los procesos de exportación, es necesario información de fuentes secundarias de ministerios como PRO ECUADOR, INEN, MIPRO, COMEX, para poder desarrollar la documentación necesaria al momento de la exportación, previa a la obtención del RUC, registro en el ECUAPASS, certificado de origen, entre otros. Esto se realizará con la finalidad de cumplir con los requerimientos de internacionalización, tomando en cuenta que se debe conocer la normativa vigente en España para la introducción de mercancías, tales como son los bolsos acrílicos, también conocer las normas de etiquetado.

Posterior al desarrollo de los objetivos anteriores, se indicara los beneficios económicos al realizar la exportación de los bolsos acrílicos, donde una vez analizado los costos incurridos en la elaboración del producto, cadena de suministros, costos logísticos, trámites de exportación, se pretende indicar la

utilidad generada para la empresa. En base a información otorgada por la empresa, se espera observar que las ventas realizadas en el mercado exterior representan mayor porcentaje de ganancias a favor de la empresa que vender en el mercado nacional. De esta manera también se diversifica riesgos.

5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS

Índice de figuras y tablas

1. CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

1.1 Exportación

1.1.1 Definición

1.1.2 Tipos de Exportación

1.1.3 Logística de Exportación

1.1.4 Documentación de Exportación

1.1.5 Certificaciones de Exportación

1.1.6 Incoterms

1.1.7 Medios de Pago

1.2 Estrategia de Mercadeo

1.2.1 Estrategia de Producto

1.2.2 Estrategia de Precio

1.2.3 Estudio de Plaza

1.2.4 Estudio de Promoción

1.3 Estudio Financiero

1.3.1 Tipos de Inversión y Financiamiento

1.3.2 Índices e Indicadores

1.3.3 Evaluación Financiera

2. CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO Y/O ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Antecedentes

2.2 Objetivos

2.3 Variable Diagnostica

- 2.4 Indicadores
- 2.5 Matriz de Relación
- 2.6 Información Secundaria
- 2.7 Información Primaria
- 2.8 Matriz FODA
- 2.9 Cruce Matriz FODA
- 2.10 Determinación del Problema Diagnóstico

3. CAPÍTULO III PROCESO DE EXPORTACIÓN

- 3.1 Proceso de exportación
- 3.2 Resumen Ejecutivo
- 3.3 Perfil de la Empresa
- 3.4 Aplicación de la Exportación

4. CAPÍTULO IV ANÁLISIS FINANCIERO

- 4.1 Inversión
- 4.2 Estructura del Financiamiento del Proyecto
- 4.3 Estados Financieros
- 4.4 Evaluación Financiera

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

6. ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

6.1. METODOS GENERALES

6.1.1. Método Inductivo

Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya

aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría. (Torres, 2006)

Usando este método, se pretende obtener datos claros, los mismos que aporten a la construcción de este proyecto, donde al conocer ciertos datos arrojados se pueda llegar a una conclusión de manera general, los cuales puedan brindar resultados sobre la oferta y demanda insatisfecha que aún existen en el mercado español, a partir de este punto se podrá desarrollar todos los procesos para la internacionalización.

6.1.2. Método Deductivo

Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (Torres, 2006)

En el proyecto este método aporta con conclusiones más concretas en cuanto a la aceptación del producto, para analizar la factibilidad en el desarrollo de la exportación de los bolsos acrílicos al mercado español, lo que ayudara a saber si la empresa cuenta con la oferta exportable necesaria, y como se mencionó antes, analizar las conclusiones obtenidas, pero de una manera más detenida en cada factor influyente del proyecto.

6.1.3. Método analítico – sintético

Este método estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera histórica e integral (síntesis). (Torres, 2006)

Este método ayudara a estudiar detenidamente las situaciones a las que se deba enfrentar al momento de exportar, revisando fenómenos internos y externos de la empresa, aplicando en cierta medida lo que se refiere la matriz FODA, la misma que ayudara al estudio de cada factor que está inmerso en la empresa, permitiendo un desarrollo y mejoramiento con síntesis correctas.

6.2 TÉCNICAS

6.2.1 Observación

Es la acción mediante la cual consideramos, con una atención sostenida e incondicional, los hombres o las cosas, con el fin de conocerlas mejor y teniendo siempre presente un objetivo muy concreto. De aquí que la observación sea un proceso activo y voluntario gracias a la atención prestada y teniendo siempre presente el objetivo que se pretende conseguir mediante esta, es por tanto un proceso activo que exige por parte del observador un espíritu despierto, en estado de alerta, con el fin de poder hacer una observación minuciosa. (Valencia, 2005)

Esta técnica se usará para analizar el comportamiento del mercado, saber los gustos y preferencias de los posibles clientes, sin la necesidad de tener un acercamiento directo. Al aplicar esta técnica se puede desarrollar estratégicamente objetivos concretos que ayuden en las variables establecidas en el presente proyecto, para realizar minuciosamente la observación y de este modo hacer una herramienta útil este instrumento.

6.2.2. Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario. (Valencia, 2005)

Las encuestas se utilizarán para saber los cambios al que debe adaptarse el producto, estos cambios pueden ser en el diseño, dependiendo de la cultura y gustos del mercado, tamaño, colores, entre otras variables. Las mismas que se analizarán previo a la realización de un cuestionario dirigido a los potenciales clientes, consumidores de bolsos, ya que son ellos quienes imponen de cierta forma las características que les gustaría que tenga el producto.

6.2.3 Entrevista

Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas. El entrevistador “investigador” y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. (Valencia, 2005)

Para tener una idea más concreta de cómo se debe desarrollar una adaptación del producto conforme las exigencias del mercado, esta técnica de entrevista es importante, ya que se tiene la opinión de un experto, en este caso la entrevista será dirigida a propietarios de tiendas de bolsos, pues ellos conocen en cierta manera los gustos de los consumidores. Se espera que la información proporcionada sea pertinente para una mejor oferta del producto.

6.3 INSTRUMENTOS

6.3.1 Ficha de Observación

Son instrumentos de la investigación de campo. Se usan cuando el investigador debe registrar datos que aportan otras fuentes como son personas, grupos sociales o lugares donde se presenta la problemática. (Herrera, 2011)

Con este instrumento lo que se pretende es tener una investigación un tanto más detallada, utilizando diferentes fuentes secundarias, estos pueden ser registros contables de la empresa, pero también se utilizara el aporte de diferentes

indicadores, los cuales brindan datos cuantitativos para poder realizar de una manera más eficiente la investigación de campo, evitando mayores complicaciones.

6.3.2 Cuestionario

Un cuestionario es un conjunto de preguntas que se confecciona para obtener información con algún objetivo en concreto. Existen numerosos estilos y formatos de cuestionarios, de acuerdo a la finalidad específica de cada uno. (Pérez Porto & Gardey, 2014)

El cuestionario va servir de instrumento para poder analizar cierta información que se necesita, la misma que será útil para obtener conclusiones pertinentes de ciertos ítems o preguntas que fueron previamente elaboradas. Con estas conclusiones se podrá analizar de una mejor manera los cambios que requiere el producto, conforme a la adaptación del mercado y a las exigencias de los clientes.

6.3.3 Cámara Fotográfica

La cámara fotográfica es un dispositivo tecnológico que tiene como objetivo o función principal el tomar imágenes quietas de situaciones, personas, paisajes o eventos para mantener memorias visuales de los mismos. (S.A, 2017)

La cámara fotográfica es el dispositivo que va ayudar a tomar las evidencias de los distintos procesos que se van a llevar a cabo en el trascurso de la elaboración del proyecto. También con este dispositivo se podrá observar el producto que va ser comercializado por parte de la empresa, lo que es de gran utilidad, por el mismo hecho de que el cliente necesita conocer lo que se le está ofertando.

6.4 MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la capacidad de producción de la empresa.	Oferta exportable	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Cantidad • Modelos • Infraestructura • Experiencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Entrevista • Entrevista • Observación • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresa • Propietario de la empresa • Propietario de la empresa • Empresa • Propietario de la empresa
Determinar la oferta de la materia prima para la elaboración de los productos	Materias primas	<ul style="list-style-type: none"> • Colores • Diseños • Volumen • Calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Entrevista • Entrevista • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Proveedores • Proveedores • Proveedores
Identificar la competencia de los bolsos acrílicos de la empresa	Competencia	<ul style="list-style-type: none"> • Precio • Calidad • Garantías • Capacidad producción • Formas de pago 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta • Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia • Competencia • Competencia • Competencia • Competencia

Tabla 1 Matriz de relación

Elaborado por: La autora

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				RESPONSABLE
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
CAPÍTULO: MARCO TEÓRICO																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Definición																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Tipos de Exportación																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Logística de Exportación																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Documentación de Exportación																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Certificaciones de Exportación																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Incoterms																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Medios de Pago																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Estrategia de Mercadeo																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Estrategia de Producto																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Estrategia de Precio																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Estudio de Plaza																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Estudio de Promoción																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino
Estudio Financiero																					Verónica Lizbeth De la Torre Sarabino

Subtotal	355.00
-----------------	---------------

b) Otros

-Viáticos	30
-Alimentos	60
Subtotal	90
Subtotal	445.00
Imprevistos (10%)	44.50
TOTAL	489.50

Tabla 3 Recursos
Elaborado por el autor

8.1. FINANCIAMIENTO

El total de los recursos invertidos para la elaboración del presente proyecto será la suma de 489.50 USD (cuatrocientos ochenta y nueve dólares con cincuenta centavos), que serán financiados en un 100% por la autora.

9. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Ajrota, L. M., & Gutierrez, J. C. (27 de 12 de 2008). *Blogspot*. Obtenido de <http://comerciointernacionalfaca.blogspot.com/2008/12/comercio-internacional-la-oferta.html>
- Cet. (10 de 05 de 2017). *Europa press*. Obtenido de *Mercadofinanciero*: <http://www.europapress.es/economia/laboral-00346/noticia-poder-adquisitivo-salarios-cae-24-ultimo-lustro-suba-cantabria-madrid-20170510092944.html>
- Economics, T. (2016). *Trading Economics*. Obtenido de <https://es.tradingeconomics.com/spain/indicators>
- Ecuador, P. (24 de 10 de 2013). *Pro Ecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-obtener-certificados-de-origen/>
- Ecuador, P. (23 de 04 de 2013). *Pro Ecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-de-etiquetado-para-alimentos-y-productos-textiles/>

- Exterior, M. d. (2017). *Ministerio de Comercio Exterior* . Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdo-comercial-ecuador-union-europea/>
- Gershtein, S., & Gershtein, A. (1996). *Convert me*. Obtenido de <https://www.convert-me.com/es/convert/currency/USD.html?u=USD&v=1>
- Herrera, A. (19 de 10 de 2011). *Blogspot.com*. Obtenido de CÓMO APRENDER A SER INVESTIGADOR: <http://comoaprenderaserinvestigador.blogspot.com/2011/10/fichas-de-observacion.html>
- Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). *Administración estratégica*. México: 8Ed. Mexico. MacGraw Hill.
- Itc. (2016). *Trade Map*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218|||4202||4|1|1|2|1|1|2|1|1
- Mosquera, A. (2016). *Comite empresarial ecuatoriano* . Obtenido de <http://cee.org.ec/2013/07/20/acuerdos-comerciales-de-ecuador-vigentes/>
- Muñiz, R. (s.f.). *Marketing XXI* . Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/analisis-del-mercado-para-la-exportacion-151.htm>
- Pérez Porto, J., & Gardey, A. (2014). *DEFINICION DE*. Obtenido de DEFINICION DE CUESTIONARIO: <http://definicion.de/cuestionario/>
- S.A. (2017). *Definición ABC*. Obtenido de Definición de Cámara Fotográfica: <http://www.definicionabc.com/tecnologia/camara-fotografica.php>
- SARZOSA, S. C. (01 de ENERO de 2015). GERENTE PROPIETARIO COMERCIALIZADORA FASAPIC CIA. LTDA. (A. M. SÁNCHEZ, Entrevistador)
- Thompson Arthur, Stricland A.J. Gamble John (2008); . (2008). *Administración estratégica, Teoría y Casos* . Mexico: 15 Ed. Mexico. MacGraw Hil.
- Torres, C. A. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: PEARSON EDUCACIÓN .
- Valencia, E. H. (2005). *MANUAL DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN Conceptos y Aplicaciones* . Lima - Perú: IPLADEES S.A.C.

Anexo 2. Instrumentos de investigación

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA
ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL
FICHA DE OBSERVACIÓN

La presente ficha de observación tiene como objetivo evaluar la infraestructura del propietario Artesanías J.A

Nombre de la empresa	
Nombre del encargado	
Cargo	
Antigüedad en el puesto	
Edad	

N°	ASPECTOS A EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
1.	Infraestructura adecuada			
2.	El lugar de trabajo se encuentra limpio y ordenado			
3.	Presenta seguridad a los trabajadores			
4.	Existe salidas de emergencia en caso de siniestros			
5.	Señaléticas o extintores en el lugar adecuado			
6.	Iluminación del lugar de trabajo adecuada			

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

La presente entrevista al propietario de la empresa Artesanías J.A tiene como objetivo determinar la capacidad de producción de la empresa.

Instrucciones:

- Leer bien y contestar de acuerdo a lo pedido.

Cuestionario:

1. ¿Cómo surgió la idea de establecer este negocio?
2. ¿Cuál es la estimación del volumen de producción y de ventas mensuales?
3. ¿Con cuántos diseños de bolsos cuenta la empresa?
4. ¿Cuántos años de experiencia necesitan las personas para trabajar en el área de confección?
5. ¿Los diseños de sus productos son innovados de acuerdo a las tendencias?
6. ¿Cree que el precio de los productos es el adecuado?
7. ¿Cuál es el número de obreros y maquinarias con la que cuenta actualmente?
8. ¿Con qué frecuencia adquiere materia prima y cuál es el monto?
9. ¿Cómo realiza la comercialización de sus productos?
10. ¿Considera que su capacidad de producción le permita vender sus productos hacia mercados internacionales?
11. De la capacidad de producción de la empresa. ¿Qué porcentaje destinaría para la exportación?

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

La presente encuesta al propietario de la empresa Artesanías J.A tiene como objetivo determinar la capacidad de producción de la empresa.

Instrucciones:

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

Cuestionario:

1. Indique el tiempo que lleva en la producción y venta de bolsos acrílicos

- Menos de un año ()
1 a 5 años ()
6 o más años ()

2. ¿Quiénes son sus mayores clientes?

- Nacionales ()
Extranjeros ()

3. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de sus clientes por la calidad de sus productos?

- Alto ()
Medio ()
Bajo ()

4. ¿Cuáles son las principales exigencias de sus clientes?

- Nuevos Diseños ()
Variedad de Color ()
Calidad ()
Otros

5. ¿Cuál es el precio de comercialización de sus productos?

Precio de Bolso Acrílico	\$
Bolso con fleco	
Bolso con tapa	
Bolso con tapa y faja	
Bolso de mano	

6. ¿Existen garantías en sus productos?

Si ()

No ()

Siendo la respuesta afirmativa, ¿Qué tipos de garantías ofrece a sus clientes por sus productos en caso de tener alguna avería o daño en los mismos?

El consumidor podrá exigir la rebaja del precio ()

Reparación o sustitución del producto ()

Reembolso del efectivo ()

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

Giro directo ()

Tarjeta de crédito ()

Efectivo ()

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

8 días ()

15 días ()

30 días ()

Más de 30 días ()

9. ¿Qué cantidad de bolsos acrílicos produce mensualmente?

Nro. De Producción	
100 - 200	

201 – 300	
301 – 400	
401 – 500	
501 – 600	
601 - 700	
701 o más	

10. ¿Qué porcentaje de su producción destinaria para la exportación?

20% ()

30% ()

40% ()

Más de 40% ()

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

La presente encuesta tiene como objetivo identificar cuál es el nivel de producción y comercialización de los competidores de bolsos acrílicos la empresa Artesanías J.A, en

Instrucciones:

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

Cuestionario:

1. ¿Qué tipo de bolsos elabora usted?

2. Indique el tiempo que lleva en la venta de bolsos acrílicos

Menos de un año ()

1 a 5 años ()

6 o más años ()

3. ¿Quiénes son sus mayores clientes?

Nacionales

Extranjeros

4. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de sus clientes por la calidad de sus productos?

Alto ()

Medio ()

Bajo ()

5. ¿Cuál es el precio de comercialización de sus productos?

Precio de Bolso Acrílico	\$
Bolso con fleco	
Bolso con tapa	
Bolso con tapa y faja	
Bolso de mano	

6. ¿Qué cantidad de bolsos acrílicos produce mensualmente?

Nro. De Producción	
100 - 200	
201 - 300	
301 - 400	
401 - 500	
501 - 600	
601 - 700	
701 o más	

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

- Giro directo ()
Tarjeta de crédito ()
Efectivo ()
Crédito ()

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

- 8 días ()
15 días ()
30 días ()
Más de 30 días ()

9. ¿Existen garantías en sus productos?

- Si ()
No ()

¿Siendo la respuesta afirmativa, que tipos de garantías ofrece a sus clientes por sus productos en caso de tener alguna avería o daño en los mismos?

El consumidor podrá exigir la rebaja del precio ()

Reparación o sustitución del producto ()

Reembolso del efectivo ()

10. ¿Usted exporta bolsos acrílicos?

Si ()

No ()

11. ¿Usted ha considerado incursionar en nuevos mercados?

Si ()

No ()

12. ¿Para la exportación de bolsos acrílicos que porcentaje de su producción estaría en capacidad de aumentar?

15% ()


25% ()

35% ()

45% ()

Más de 45% ()

Anexo 3. RUC de la empresa



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES



NUMERO RUC: 1001038569001
APELLIDOS Y NOMBRES: DE LA TORRE CONEJO JOSE ALONSO
NOMBRE COMERCIAL: ARTESANIAS JA
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL: JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO **NUMERO:** 070698

FEC. NACIMIENTO:	20/10/1958	FEC. ACTUALIZACION:	31/05/2019
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	21/10/1997	FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:	
FEC. INSCRIPCION:	21/10/1997	FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

FABRICACIÓN DE ESTATUILLAS, ARTESANIAS Y OTROS.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: IMBABURA Cantón: OTAVALO Parroquia: JORDAN Calle: AV. 31 DE OCTUBRE Número: 5-29 Intersección: SALINAS Y QUIROGA Referencia: A UNA CUADRA DE LA PLAZA CENTENARIO Teléfono: 062922469 Email: artesanasja@hotmail.com Celular: 0994019052

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

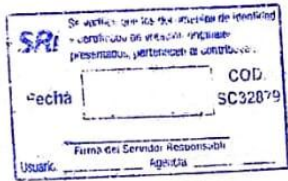
* DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA

San derechos de los contribuyentes: Derechos de trato y confidencialidad, Derechos de asistencia o colaboración, Derechos económicos, Derechos de información, Derechos procedimentales. Para mayor información consulte en www.sri.gob.ec. Las personas naturales cuyo capital, ingresos anuales o costos y gastos anuales sean superiores a los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno están obligados a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE) y sus declaraciones de IVA deberán ser presentadas de manera mensual. Recuerde que sus declaraciones de IVA podrán presentarse de manera semestral siempre y cuando no se encuentre obligado a llevar contabilidad, transfiera bienes o preste servicios únicamente con tarifa 0% de IVA y/o sus ventas con tarifa diferente de 0% sean objeto de retención del 100% del IVA.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
JURISDICCION:	\ ZONA 1\ IMBABURA	CERRADOS:	0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

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

Usuario: LEHT040814 **Lugar de emisión:** IBARRA/FLORES 6-59 ENTRE **Fecha y hora:** 31/05/2019 16:05:59

Página 1 de 2

www.SRI.gob.ec

Anexo 4. Fotografías



