



UNIVERSIDAD DE OTAVALO

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS

TÍTULO DEL PROYECTO DE GRADO:

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE BLUSAS OTAVALEÑAS BORDADAS A
MANO PARA LA EMPRESA SINAÍ ARTESANÍAS DE OTAVALO-
ECUADOR HACIA EL MERCADO ESPAÑOL**

TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS

AUTOR:

GLADYS ROCÍO FUERES FUERES

TUTOR:

MSC. OSCAR OMAR ALBÁN VILLENA

OTAVALO, AGOSTO 2017

AUTORÍA

Yo, Fures Fures Gladys Rocío, portador de la cedula de ciudadanía ecuatoriana N° 1004460745, declaro bajo juramento que la presente investigación es de mi autoría, también he consultado las referencias bibliográficas existentes en este proyecto.

A través de esta declaración, cedo mis derechos como autor de este trabajo, a la Universidad de Otavalo, según lo establecido en el reglamento y normativa institucional vigente.

Fures Fures Gladys Rocío
CI: 100446074-5

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Certifico que el proyecto de investigación titulado “Plan de exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano para la empresa Sinaí Artesanías de Otavalo-Ecuador hacia el mercado español”, está bajo mi dirección y supervisión, constituye el trabajo para aspirar al título de Ingeniería en Comercio Exterior y Finanzas de la estudiante Gladys Rocío Fueres Fueres y el mismo cumple con las condiciones requeridas por el Reglamento de trabajos de titulación (Art 16 y 25)

Msc. Oscar Omar Albán Villena

Director de tesis

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis de manera especial a:

Dios porque ha sido el pilar fundamental en mi vida, ha guiado cada uno de mis pasos y me ha dado fuerzas para continuar en todo tiempo; a mis padres y hermanos quienes me han brindado su apoyo moral y económico, y se han esforzado en gran manera para la formación de mi vida profesional; a mi tía Cecilia Fures quién me ha brindado su amor y apoyo incondicional considerándose en mi segunda madre.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de la manera más sincera al Msc. Oscar Albán por haber permitido que realice mi trabajo de investigación bajo su direccionamiento. Su apoyo incondicional ha sido un factor muy importante en el proceso de investigación, ya que en todo momento supo facilitarme con la información necesaria y sustentar mis ideas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORÍA.....	ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	12
ANTECEDENTES.....	12
SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	14
PROBLEMA CIENTÍFICO.....	15
OBJETIVOS.....	15
GENERAL.....	15
ESPECÍFICOS.....	15
HIPÓTESIS.....	15
DECLARACIÓN DE VARIABLES.....	15
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	16
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	17
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	17
APORTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
ESTRUCTURA CAPITULAR.....	18
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO O ESTADO DEL ARTE.....	19
1. ANTECEDENTES Y TENDENCIAS DE LA EXPORTACIÓN DE BLUSAS.....	19
1.1. ANÁLISIS DE LAS BLUSAS.....	19
1.2. ANÁLISIS DEL SECTOR TEXTIL Y LA COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS.....	21
1.3. ANTECEDENTES DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y EL COMERCIO EXTERIOR.....	24
1.4. SISTEMA DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	27
1.5. INCOTERMS.....	28
1.6. CONOCIMIENTO Y SELECCIÓN DE LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN.....	31
1.7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	33
1.8. SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS.....	33
1.9. CÓMO INGRESAR A LOS MERCADOS INTERNACIONALES.....	34
1.10. TRÁMITES Y PROCEDIMIENTOS PARA EXPORTAR.....	35
1.11. EMBALAJES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.....	36

1.12. LA EXPORTACIÓN COMO RÉGIMEN	37
1.13. LOGÍSTICA INTERNACIONAL Y EL SISTEMA DE TRANSPORTE.....	39
1.14. ANÁLISIS DE LOS PLANES DE EXPORTACIÓN	41
CAPÍTULO II: DESARROLLO METODOLÓGICO.....	44
INTRODUCCIÓN.....	44
2.1. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA AL DUEÑO DE SINAÍ ARTESANÍAS	44
2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO EXTRANJERO A TRAVÉS DE LA MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO	47
2.2. ENCUESTA A LAS MUJERES INDÍGENAS OTAVALEÑAS RESIDENTES EN EL MERCADO ESPAÑOL.....	48
2.4. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LAS MUJERES INDÍGENAS OTAVALEÑAS RESIDENTES EN EL EXTERIOR.....	49
2.6. METODOLOGÍA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE BLUSAS OTAVALEÑAS BORDADAS A MANO.....	56
2.7. METODOLOGÍA PARA VALIDAR LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN..	57
CONCLUSIONES PARCIALES DEL CAPÍTULO II	57
CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	59
3. PLAN DE EXPORTACIÓN A TRAVÉS DEL MODELO DANIELS	59
3.1. FASE I. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	59
3.2. FASE II. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	61
3.3. FASE III. ANÁLISIS DEL MERCADO EXTRANJERO (INTELIGENCIA DE MERCADO).....	65
3.4. FASE IV. ESTRATEGIAS DE INGRESO AL MERCADO (NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL)	71
3.5. ANÁLISIS FINANCIERO	80
3.6. VALIDACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	81
3.7. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE VALIDACIÓN	82
CONCLUSIONES	84
RECOMENDACIÓN.....	84
BIBLIOGRAFÍA	85
ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Grado de importancia de mantener la vestimenta otavaleña.....	49
Tabla 2. Prioridad de las mujeres indígenas otavaleñas a la hora de elegir las blusas	49
Tabla 3. Frecuencia de compra de blusas otavaleñas bordadas a mano.....	50
Tabla 4. Gasto anual en la compra de blusas otavaleñas bordadas a mano	50
Tabla 5. Preferencia de modelos de blusas otavaleñas bordadas a mano.....	51
Tabla 6. Colores preferidos para la elaboración de blusas otavaleñas bordadas a mano.....	52
Tabla 7. Preferencia de colores en los diseños de blusas otavaleñas bordadas a mano.....	52
Tabla 8. Tela preferida para el bordado manual de blusas otavaleñas	53
Tabla 9. Hilo preferido para el bordado manual de blusas otavaleñas	53
Tabla 10. Precio que las mujeres indígenas otavaleñas estarían dispuestas a pagar por una blusa bordada a mano.....	54
Tabla 11. Aceptación de blusas bordadas a máquina por parte de las mujeres indígenas otavaleñas.....	54
Tabla 12. Ficha Técnica	63
Tabla 13. Mayores Importadores de camisas, blusas y blusas	66
Tabla 14. Datos macroeconómicos de España	69
Tabla 15. Matriz de exportación	79
Tabla 16. Pronóstico de Ventas.....	80
Tabla 17. Resultados de la encuesta de validación.....	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Grado de importancia de mantener la vestimenta otavaleña	49
Gráfico 2. Prioridad de las mujeres indígenas otavaleñas a la hora de elegir las blusas.....	49
Gráfico 3. Frecuencia de compra de blusas otavaleñas bordadas a mano	50
Gráfico 4. Gasto anual en la compra de blusas otavaleñas bordadas a mano	50
Gráfico 5. Preferencia de modelos de blusas otavaleñas bordadas a mano	51
Gráfico 6. Colores preferidos para la elaboración de blusas otavaleñas bordadas a mano.....	52
Gráfico 7. Preferencia de colores en los diseños de blusas otavaleñas bordadas a mano.....	52
Gráfico 8. Tela preferida para el bordado manual de blusas otavaleñas.....	53
Gráfico 9. Hilo preferido para el bordado manual de blusas otavaleñas.....	53
Gráfico 10. Precio que las mujeres indígenas otavaleñas estarían dispuestas a pagar por una blusa bordada a mano.....	54
Gráfico 11. Aceptación de blusas bordadas a máquina por parte de las mujeres indígenas otavaleñas.....	54
Gráfico 12. Incoterms.....	78
Gráfico 13. Pronóstico de Ventas	80

RESUMEN

El presente proyecto de investigación consiste en una propuesta de diseño de un plan de exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías, vestimenta cultural dirigida a las mujeres indígenas residentes en la ciudad de Barcelona-España.

Sinaí Artesanías se encuentra legalmente constituida como una empresa natural obligada a llevar contabilidad, conformada en el año 2004 por una pareja de esposos, y cuyo objetivo principal es ofrecer trajes típicos otavaleños de excelente calidad diseñados por la propia empresa e incluso personalizados, y con ello captar como clientes fieles a muchas personas indígenas del pueblo otavaleño.

Los productos más sobresalientes de la empresa en cuanto a la vestimenta femenina son: camisas, anacos, rebosos, fachalinas, fajas, cintas, gualcas, manillas y alpargates; mientras que en la vestimenta masculina se encuentran: ponchos, pantalones y camisas blancas, alpargates y sombreros, los cuales se elaboran con la mejor calidad de materia prima y por personas artesanas expertas en esta labor.

La consistencia del proyecto abarca un estudio minucioso de los aspectos teóricos que intervienen dentro de un plan de exportación, sustentadas con sus respectivas citas bibliográficas; consta también del desarrollo metodológico utilizado para la obtención de información; de igual manera muestra los resultados de la investigación, y por último arroja las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

La investigación realizada presenta como resultado el diseño de un plan de exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano que permita a la empresa Sinaí Artesanías internacionalizar uno de sus productos más cotizados e incrementar sus ingresos económicos.

ABSTRACT

The present research project consists in a design proposal for a plan of export of otavaleñas embroidered blouses of the Sinaí Artesanías Company, clothing cultural addressed to indigenous women resident in the city of Barcelona-Spain.

Sinaí Artesanías is legally constituted as a company natural obliged to carry out accounting, formed in the year 2004 by a married couple, and whose main objective is to offer typical dresses otavaleños of excellent quality designed by the company itself and even custom, and thus capture how loyal customers to many indigenous people of the village otavaleños.

The most outstanding products of the company are: female dress shirts, anacos, overflow, fachalinas, strips, tapes, necklace, handles and espadrilles; while in the male dress are: ponchos, white pants and shirts, hats and espadrilles, which are elaborated with the best quality of raw material and by expert artisans in this work.

The consistency of the project includes a thorough study of the theoretical aspects involved in an export plan, supported by their respective citations; it consists also of methodological development used for the collection of information; in the same way, displays the results of the research, and finally threw the conclusions and recommendations of the project.

The investigation has resulted in the design of a plan of export of otavaleñas embroidered blouses that enables the company to Sinaí Artesanías internationalize one of the most sought-after products and increase their income.

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Todas aquellas personas y empresas que quieren extender su negocio más allá de sus fronteras nacionales y ser más competitivos con su producto, ven al mundo como una oportunidad positiva de crecimiento económico gracias a las negociaciones comerciales existente con otros países.

Por tal razón la exportación viene a jugar un papel muy importante dentro de la economía de un país, ya que es un medio indispensable por el cual se inician las actividades de internacionalización de bienes y servicios a cambio de la atracción de divisas internacionales.

El Ecuador es caracterizado como un país netamente rico en la producción agrícola, posee variedad de climas y una extensión grande de tierras laborables. (MAGAP, 2016, pág. 1)

Situación que permite que, a pesar de ser un país no industrial, el crecimiento y desarrollo del Ecuador sea beneficiado con las exportaciones de este tipo de productos pertenecientes al sector manufacturero debido a que son altamente competitivos y tienen gran acogida en muchos mercados externos.

Sin embargo, es importante señalar que la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPORT) manifiesta que hasta octubre de 2016 los rubros de exportaciones ecuatorianas no petroleras que experimentaron mayor crecimiento fueron madera con el 91.7%, harina de pescado con el 25.6%, neumáticos con el 18,2%, y camarón con el 12,9%. (FEDEXPOR, 2016, pág. 3)

Mientras que para Estrada los rubros de exportación más tradicionales son: “banano y plátano, café y elaborados, camarón, cacao y elaborados, atún y pescados, mientras que entre las principales exportaciones no tradicionales se encuentran las flores naturales, abacá, madera, productos mineros, fruta y tabaco en rama”. (Estrada, 2016, pág. 167)

Cada vez el Ecuador va evolucionando, a través de la incorporación de nuevas tecnologías a los procesos de producción, hoy en día se están produciendo infinidad

de productos que a través de su comercialización a nivel internacional aportan en gran manera a la economía del país.

La mayoría de los rubros de exportación ya mencionados anteriormente tienen preferencias arancelarias, entran con mayor facilidad a mercados internacionales y se encuentran totalmente posicionados en cada uno de ellos. (EL COMERCIO , 2016)

Existe una lista emitida por Fedexpor en la que se detallan los diez principales rubros de exportación ecuatoriana registradas durante el periodo 2016, entre ellos están: el camarón, otros productos agrícolas, harina de pesado, madera, demás frutas, etc. (FEDEXPOR, 2016, pág. 3)

Pero dentro de los productos que se encuentran como primeros de la lista no se observa ningún producto perteneciente al sector textil a pesar de que también contribuyen a la economía del país. Es decir que las exportaciones textiles de Ecuador en la actualidad son muy escasas y se encuentran en una posición inferior, por lo cual es necesario buscar estrategias que incentiven y ayuden al artesano a la comercialización internacional de sus productos.

De acuerdo a la información obtenida de Trademap se puede observar que por el momento aquellos productos que representan la cultura ecuatoriana, precisamente las blusas de las mujeres del pueblo kichwa Otavalo aún no ha salido del país, pero si se ha estado exportando un producto muy similar con partida arancelaria 61.06.10.00 correspondiente a camisas, blusas y blusas camiseras de punto para mujeres o niñas, y los principales países importadores de este producto han sido: Estados Unidos de América, Panamá y España. (Trademap, 2016)

De acuerdo a Morales (2013) en la actualidad los productos textiles similares a las blusas otavaleñas que se pretende exportar si tiene acogida en mercados exteriores principalmente en los países de la Unión Europea. (pág. 77)

España, un país en donde actualmente habitan muchas mujeres indígenas otavaleñas que consideran que el poseer su vestimenta cultural tiene un valor sagrado y muy significativo, y a pesar del fenómeno de la globalización en donde

todo cambia constantemente siguen manteniendo su forma de auto identificarse alrededor del mundo.

Por tal razón el plan de exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano servirá en gran manera a la ciudad de Otavalo, directamente a la empresa Sinaí Artesanías, debido a que será una guía para conocer la situación actual del producto mencionado, de alguna manera solucionar los principales problemas detectados que impiden su exportación como son: desconocimiento de los procesos para exportar, limitados recursos económicos y la insuficiente promoción que tiene la asociación acerca de las blusas, de manera que se pueda establecer las posibles estrategias de comercialización internacional y con el tiempo pueda llegar a las mujeres indígenas otavaleñas que hoy en día residen en mercado español, y aportar significativamente también al país atrayendo divisas de un país exterior.

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

La empresa Sinaí Artesanías está ubicada en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, ha formado parte de la cultura del pueblo kichwa desde el año 2004 hasta la actualidad a través de la confección y comercialización de todo tipo de prendas de vestir para hombres, mujeres y niños otavaleños, entre las principales prendas se destacan las blusas o camisas, anacos, fachalinas, fajas, cintas, pantalones, ponchos y sombreros diseñados con diversidad de bordados que representan su cultura indígena.

Es necesario recalcar que en la actualidad ciertos artesanos de éste cantón se atreven a exportar sus productos a otros países pero a través de la contratación de intermediarios lo cual aumenta su costo de exportación, en cambio hay otras empresas pequeñas como la Sinaí Artesanías que desde su constitución hasta la actualidad comercializan sus productos tan solo a nivel local debido a que presentan varias dificultades que le impiden extender su negocio hacia un mercado internacional, entre las principales causas está el desconocimiento de los procesos de exportación, cuentan con recursos económicos escasos, y existe insuficiente promoción de este tipo de vestimentas.

Los problemas antes mencionados representan las principales barreras que impiden a la empresa Sinaí iniciar la actividad de exportación de uno de sus productos, en

este caso las blusas otavaleñas bordadas a mano, una vestimenta cultural de la cual muchos turistas nacionales e internacionales quedan enamorados por su diversidad de diseños y elegancia que resalta en la mujer que la usa. Por ello se proponen estrategias de capacitación al personal en temas de exportación, y realizar una promoción más potente para que las blusas sean más reconocidas y puedan penetrarse de una forma más fácil en el mercado meta.

PROBLEMA CIENTÍFICO

¿Cómo contribuir a la exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías de Otavalo-Ecuador hacia el mercado español?

OBJETIVOS

GENERAL

Diseñar un plan de exportación para las blusas otavaleñas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías de Otavalo-Ecuador hacia el mercado español.

ESPECÍFICOS

- Analizar los antecedentes y tendencias de la exportación de blusas.
- Diagnosticar la situación que presenta la empresa Sinaí Artesanías para la exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano.
- Diseñar el plan de exportación.
- Validar los resultados de investigación

HIPÓTESIS

El diseño de un plan de exportación contribuye a la comercialización internacional de blusas otavaleñas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías de Otavalo-Ecuador hacia el mercado español.

DECLARACIÓN DE VARIABLES

- **VARIABLE INDEPENDIENTE:** Plan de exportación
- **VARIABLE DEPENDIENTE:** Comercialización internacional de blusas otavaleñas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variables	Dimensiones	Indicadores	Medios de verificación
Plan de exportación	Diagnóstico empresa	-Empresa -Producto -Precio -Plaza -Promoción	Investigación y entrevista
	Procedimientos de exportación	-Pasos para exportar	Existencia de un documento del proceso de exportación
	Formalidades aduaneras para la exportación	-Barreras arancelarias -Barrera no arancelarias	Investigación
Comercialización internacional de blusas otavaleñas bordadas a máquina	Análisis de mercado internacional	-Tendencia de consumo -Identificación de mercados -Preferencias del producto	Matriz de selección de mercados
	Estrategias de comercialización internacional	-Modalidades de exportación -Implantación de canales de distribución -Marketing mix	Modelo de negocios de John Daniels

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación utilizado en esta tesis está basada a la metodología de la investigación de César Bernal, donde cita que en la investigación científica han predominado varios métodos como: el Inductivo, deductivo, inductivo-deductivo, hipotético-deductivo, analítico, sintético, analítico-sintético, histórico-comparativo, cualitativos y cuantitativos; de los cuales de acuerdo a los propósitos de la presente investigación se considera que se utilizaran.

- **MÉTODO HISTÓRICO LÓGICO:** es el método a partir del cual se analizaron los antecedentes y tendencias que permitieron fundamentar el marco teórico de la investigación.
- **MÉTODO DEDUCTIVO:** consiste en realizar una investigación que parte de lo general a lo particular; es decir recolectando información existente de las exportaciones de blusas a nivel mundial para conocer la situación que presenta ésta prenda y cómo ésta situación representa una oportunidad para la empresa Sinaí Artesanías.
- **MÉTODO INDUCTIVO:** parte con la recopilación de información a través de la observación directa del entorno, es decir se analizó los precios de las blusas otavaleñas en la empresa Sinaí Artesanías para poder establecer los precios a utilizar a nivel internacional.
- **MÉTODO ANALÍTICO SINTÉTICO:** se inicia a través de un análisis de la situación actual que presenta la empresa Sinaí Artesanías, es decir analizando las principales causas que le impiden realizar exportaciones, para luego de conocer el estado actual buscar posibles soluciones a tales causas y lograr la comercialización de blusas otavaleñas en un mercado internacional.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

La recolección de datos es juntar toda la información que sea necesaria para realizar la investigación y abarca principalmente tres aspectos importantes: seleccionar un método de recolección de datos, aplicar ese método y preparar las observaciones, registros y mediciones obtenidas,

En este proyecto para la recolección de información se aplicaron técnicas o instrumentos de investigación como: una encuesta y una entrevista.

De la misma manera como instrumento para verificar la validación de la investigación se aplicó el método de expertos, a través de la opinión de personas que tengan trayectoria en el tema y puedan informar si es o no aplicable el plan de exportación.

APORTES DE LA INVESTIGACIÓN

Los principales aportes de la investigación son:

- **ECONÓMICO:** Debido a que se diseñó un plan de exportación que posibilita la comercialización internacional de las blusas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías, y otras empresas podrán tomarlo como referencia para la exportación de sus productos, mejorando su desarrollo económico sobre los antecedentes y tendencias del objetivo de la investigación.
- **TEÓRICO:** Ya que a través de un estudio se presenta la fundamentación teórica del plan de exportación para blusas.
- **METODOLÓGICO:** Debido a que se presenta la propuesta de la metodología de los procesos necesarios para la exportación de blusas.

ESTRUCTURA CAPITULAR

INTRODUCCIÓN: Antecedentes principales, diseño y justificación de la investigación.

CAPÍTULO I: Antecedentes y principales tendencias de la exportación de blusas otavaleñas.

CAPÍTULO II: Desarrollo metodología de la investigación, métodos científicos y técnicas para la recolección de información

CAPÍTULO III: Propuesta del plan de exportación y validación de resultados.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: Principales resultados de la investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO O ESTADO DEL ARTE

1. ANTECEDENTES Y TENDENCIAS DE LA EXPORTACIÓN DE BLUSAS

En el presente capítulo se desarrollan los fundamentos teóricos para el plan de exportación.

1.1. ANÁLISIS DE LAS BLUSAS

En épocas antiguas, las blusas no formaban parte de la vestimenta para mujeres, siendo en la era victoriana alrededor de los años 1810 cuando empezaron a ser poco comunes, algún tiempo después fueron inmensamente populares y llegaron a ser muy usadas durante el día e incluso para cierto uso informal en la noche. (Instituto Vital, 2011)

Las blusas generalmente eran de color blanco y se les consideraba como una prenda interior ya que su función principal consistía en proteger y mantener limpia la indumentaria externa al operar como intermediario entre ésta y el cuerpo. A través de la incorporación de nuevos diseños y modelos empezaron a tener mayor protagonismo y a sustituir a otras prendas de vestir, llegando a constituirse hoy en día como un elemento que la mujer usa de manera formal. (El Diario, 2015)

Ecuador es un país ubicado en la región andina, rodeado de una diversidad etnológica, culturas y tradiciones, cada pueblo posee su identidad que lo diferencia de los demás grupos, lo conservan y lo defienden puesto que a través de ello pueden ser reconocidos y hacer valer sus derechos de seres humanos. Una manera de que los diferentes pueblos ecuatorianos puedan ser reconocidos en cualquier lugar del mundo es por su forma de vestir y los significados que representan cada una de las prendas. Ante ello se detalla a continuación las principales vestimentas de algunos pueblos pertenecientes a este país y que son su carta de representación. (Roldán, 2016)

Tal es el caso de la vestimenta de la región andina de Saraguro, una tradición cultural en la que se puede encontrar el uso de ponchos, los cuales cuentan con tonos oscuros que representan la preponderancia del negro y es símbolo de poder, lo cual contrasta con el uso de sombreros blancos y correas de cuero de amplio tamaño. (Roldán, 2016)

De igual manera la región selvática donde su vestimenta cultural se caracteriza por el uso de taparrabos o vestidos, su mayor detalle está en los gráficos que se le realizan encima, y por la presencia de collares coloridos con plumas enormes. (Roldán, 2016)

Mientras que en la vestimenta de las mujeres indígenas Otavaleñas se puede apreciar una blusa blanca, dos anacos: uno blanco y otro azul o negro, una faja en la cintura que sostiene los anacos, los collares dorados conocidos como huallicas, las manillas, la fachalina anudada en los hombros, un rebozo que cubre del frío, y las alpargatas.

Actualmente se puede mencionar que el país no dispone de una vestimenta nacional única y exclusiva que la caracterice totalmente, sin embargo, el atuendo de las personas indígenas de Otavalo principalmente la vestimenta femenina es considerada como una de las más bellas del Ecuador ya que conserva en gran manera la esencia del significado cultural y podría decirse que es muy reconocida alrededor del mundo.

Dentro del atuendo que más resalta la vestimenta otavaleña está la camisa o blusa, “una prenda que fue introducida en el Ecuador en los años 50 como influencia española”. De acuerdo a sus colores, modelos, diseños, precios, etc., representan grandes significados y que ha permitido que se la siga tomando como parte de esta identidad. (Lema, 2015)

Pese a que el cambio de la ropa tradicional por la de la moda es notoria en varias comunidades indígenas, aún quedan muchas mujeres otavaleñas que localmente e incluso en países exteriores aún siguen usando este atuendo tan hermoso y llamativo, logrando que sean muy conocidas alrededor del mundo.

La investigación realizada anteriormente permite analizar los antecedentes y tendencias de la comercialización de las blusas a nivel mundial, nacional y local, y a través de este estudio poder evidenciar que ésta prenda tiene gran acogida y satisface las necesidades de vestuario de sus consumidores, puesto que es considerada una prenda de vestir muy formal alrededor del mundo entero.

1.2. ANÁLISIS DEL SECTOR TEXTIL Y LA COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS

1.2.1 Análisis Mundial

La industria textil es una de las actividades más antiguas del mundo desarrollada a principios del siglo XVIII y se considera como las primeras ocupaciones del hombre dentro de la Revolución Industrial. (Ruiz, 2012)

La comercialización internacional de productos textiles se ha desarrollado desde la existencia de las primeras civilizaciones, y en la actualidad se constituye como un sector de gran relevancia ya que aporta significativamente al crecimiento económico de todos los países mundiales, principalmente a los que están en vías de desarrollo.

Según Ordóñez (2015) “El sector textil está integrado por los subsectores de la fabricación textil (hilos y telas) y la confección, engloba gran variedad de actividades y productos que van desde la hilatura y confección, hasta el de calzado, la marroquinería, la bisutería, etc.” (pág. 2)

Considerándose por lo tanto como un sector que a través de su producción textil logra satisfacer en gran cantidad la demanda masiva que tienen otros mercados, de igual manera considerándose como una de las principales fuentes de ingresos económicos para todas las personas que operan en esta actividad.

Al pasar de los años, el avance tecnológico dentro de la industria textil ha ocupado un lugar muy importante debido a que en sus procesos de producción se han introducido máquinas computarizadas, tornos de hilar, telares, entre otras, y ha hecho que el sector textil se convirtiera en una industria organizada en comparación con la actividad que se realizaba antes de la incorporación de la tecnología a los procesos de manufactura.

Esta información se puede comprobar en una publicación realizada por Diario El País, en la cual afirma que “recientes tecnologías para el procesamiento de prendas y textiles le aportan valor agregado al sector con las más recientes tendencias de la moda” (Diario El País, 2016)

De acuerdo al contexto emitido por Trademap, uno de los productos pertenecientes a la industria textil que se está comercializando a nivel mundial es la que se clasifica dentro de la partida arancelaria 61.06.10.00 correspondiente a camisas, blusas y

blusas camiseras de punto para mujeres y niñas, que durante el periodo 2012-2016 las exportaciones han sido de \$ 12.745 millones, mientras que las importaciones registran un total de \$ 13.240 millones, dando como resultado en la balanza comercial un saldo negativo de \$ -495 millones de dólares, el cual representa el -4% de déficit comercial mundial. (Trademap, 2016)

Pese a que actualmente la comercialización de variedad de blusas a nivel mundial representa un déficit en la balanza comercial del sector textil, ésta actividad llega a considerarse una labor que satisface las necesidades básicas de vestimenta para las mujeres alrededor del mundo y tomando en cuenta que es una fuente de generación de recursos económicos para las personas, empresas y países, se observa la oportunidad de implementar el comercio internacional de una prenda de vestir similar al de la partida arancelaria 61.06.10.00 que se encuentra en el mercado mundial. (Espín, 2016)

1.2.2. Análisis Nacional

El origen de la industria textil ecuatoriana se remonta a la época de la colonia, cuando se utilizaba la lana de oveja para la fabricación de los tejidos, y cuando aparecieron las primeras industrias empezaron el procesamiento de las mismas, lo cual permitió que un tiempo después se logre introducir el algodón y nuevas fibras para la manufactura. (Jaimes, 2015)

De acuerdo a una publicación realizada por la Revista Ekos se observa que el sector textil a través de sus exportaciones contribuye significativamente a la economía del país, se establece como un sector dinámico debido a que en 2014 registra un crecimiento de 4,30% respecto al año anterior y representa el 0,9% del PIB nacional y el 7,24% del PIB manufacturero y se constituye como uno de los sectores más influyentes dentro del mercado laboral generando alrededor de 50.000 plazas de empleo directas y más de 200.000 indirectas lo que lo ha llevado a ser un sector manufacturero que emplea gran cantidad de mano de obra. (Díaz, 2015, pág. 1)

Uno de los sectores más beneficiados en el Ecuador a causa de la industria textil ha sido el mercado laboral de la confección y el bordado, ya que representa la principal fuente de generación de empleo para todas aquellas personas artesanas que día a día luchan por sustentar sus hogares a través de sus habilidades manuales.

Actualmente, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda, se constituye el tercer sector manufacturero más grande del país y las instalaciones de las principales empresas dedicadas a esta actividad están ubicadas principalmente en las provincias del Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. (AITE, 2017)

1.2.3 Análisis Local

Otavalo es un sector que hace varios años no era tan reconocido y la actividad artesanal era elaborado generalmente por pequeños productores de textiles, quienes elaboraban infinidad de productos textiles de una forma artesanal, pero con el pasar del tiempo, nuevas técnicas se han ido incorporando en los procesos de producción textil en Otavalo, la implementación de tecnologías que han favorecido a que la producción se realice de una manera más fácil, rápida y en mayores cantidades, sin embargo muchos productores prefieren mantener su producción artesanal elaborados a mano.

Hoy en día los habitantes de la ciudad de Otavalo y sus alrededores están involucrados en su mayoría en la producción textil, ya sea la venta de materia prima, en los procesos de hilado, de teñido, tejido, en la costura, el bordado, el estampado y la comercialización de los productos textiles, muchos de los productos textiles como: camisas, camisetas, sacos, pantalones, mantelería, entre otros, además de ser comercializados a nivel nacional, por medio de un intermediario también se encuentran en mercados externos. (Urwin, 2016)

Los otavaleños son personas expertas en la producción de un sin número de artículos artesanales, son muy reconocidos debido a que trascienden con su música y sus artesanías alrededor del mundo, a través de sus manualidades representan a la sociedad, costumbres y herencias culturales de sus antepasados, son capaces de elaborar productos inimaginables pero atractivos en gran manera.

En una investigación realizada por Morales (2013) se pudo concretar que:

El 94,58% de artesanos otavaleños no realizan ninguna exportación ya que están dedicados en su mayoría a comercializar sus productos artesanales

en la plaza de ponchos y tan solo el 5.42% de artesanos realizan exportaciones, de los cuales el 45,45% lo hace en España, un 27,27% en Alemania y Estados Unidos, en tanto que en Venezuela, Chile, Inglaterra, Francia e Italia se comercializa un 18,18%, y el 9,09% de los comerciantes también venden a República Dominicana, Colombia, Panamá, Portugal y Canadá. (pág. 76)

Al observar que alrededor del 95% de la producción artesanal de Otavalo están destinadas a satisfacer las necesidades de consumo interno de la ciudad, implica que localmente exista mucha competencia del mismo producto, perjudicando esta situación en la fijación de precios ya que al existir su oferta en cantidades excesivas ocasiona que disminuya su precio, y muchas veces logran cubrir tan solo el costo de producción y no representan una utilidad tan significativa en sus negocios.

Representa una oportunidad muy grande para Otavalo el realizar la producción de artesanías en cantidades mayoritarias y destinarlas no solo para su comercialización local sino también en el exterior.

La investigación realizada anteriormente permite analizar y determinar un mercado objetivo para la exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano.

1.3. ANTECEDENTES DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y EL COMERCIO EXTERIOR

El comercio internacional tiene un origen muy antiguo que se remonta a las primeras civilizaciones organizadas, donde los primeros pueblos agrícolas del Mediterráneo a través de la incorporación de nuevos medios como el arado rudimentario y el uso de animales empezaron a tener excedentes en su producción agrícola, excedentes que eran intercambiados por productos de otros pueblos, utilizando como medio de pago para esas transacciones el trueque, tiempo después apareció la moneda como medio de pago.

El autor Estrada (2016) en su libro Comercio Exterior y Negocios Internacionales manifiesta que “el comercio internacional es tan antiguo como cualquier otra actividad económica y desde el siglo pasado ha contribuido a la industrialización de numerosos países en virtud del principio de la división internacional del trabajo”. (pág. 19)

Es decir que el comercio internacional ha existido desde hace mucho tiempo y ha ido adquiriendo enorme trascendencia y ha contribuido significativamente a la economía local, regional y mundial debido a que permite la comercialización de bienes y servicios entre dos o más países de una manera más fácil, y ha permitido que los países en vías de desarrollo compitan en los mismos mercados que los países desarrollados.

Larrea (2013) en el libro Elementos del Comercio Internacional define al comercio internacional como “la actividad económica en permanente desarrollo y crecimiento, que permite a los residentes de un país intercambiar bienes y servicios con los residentes del resto del mundo, dentro de un marco jurídico y en el contexto de las formalidades comerciales. (pág. 19)

De acuerdo a De la Hoz (2014) “el comercio internacional estudia las causas y leyes que gobiernan los intercambios de bienes y servicios entre los habitantes de los diferentes países en su interés por satisfacer sus necesidades de bienes escasos”. (pág. 15)

Evidentemente hoy en día un país necesita de la ayuda de otros países para cubrir las necesidades insatisfechas dentro de la zona, dando origen a negociaciones comerciales a nivel internacional y teniendo en cuenta que al momento de realizar el intercambio comercial de bienes y servicios es necesario que pasen por el proceso de control por parte de la aduana y así verificar que se cumplan las normas legales que cada país exige.

1.3.1 El comercio exterior ecuatoriano

Estrada (2016) manifiesta que “se puede hablar de comercio exterior sólo desde el momento en que las sociedades humanas se establecen en un territorio determinado”. (p. 19)

Es decir, surge después del comercio internacional al identificar las necesidades insatisfechas que tenían las personas de un territorio por lo cual debía realizar acuerdos con personas de otros territorios para intercambiar los productos necesarios, de igual manera en aquel entonces era muy común el trueque de

productos obtenidos en escasez, y a medida que transcurría el tiempo se fue introduciendo la moneda como medio de pago de todas aquellas transacciones.

Y define el concepto de comercio exterior como:

La actividad mercantil que trasciende las fronteras de un país y que por lo mismo queda sujeta a legislaciones, normas, usos y costumbres de los países que involucre, así como a los medios de transporte que utilice, a las fuentes de financiamiento que aproveche y a las instituciones y convenios internacionales en cuyo campo quede incluida. (p. 19)

Mientras que González (2014) en su libro *Gestión del Comercio Exterior de la empresa* define “el comercio exterior es el que se desarrolla entre un país determinado y el resto de los países del mundo. Por lo tanto, es una parte del comercio mundial”. (pág. 22)

El comercio exterior se enfoca en la relación comercial entre dos países, bloques o regiones económicas, permite satisfacer las necesidades de demanda interna de un país a través de las importaciones, y de demanda externa con las exportaciones, aporta al mejoramiento de la productividad y competitividad de los negocios mediante el intercambio de tecnología y de recursos, y se regula mediante acuerdos entre los gobiernos y empresas privadas aprobados por las legislaciones respectivas de cada país.

Las exportaciones de productos ecuatorianos hacia el resto del mundo contribuyen a las personas y empresas a fomentar su productividad, eficiencia, mejorar los precios y a incrementan mercados, de igual forma aporta a la economía y desarrollo del país dando cumplimiento al objetivo del cambio de la matriz productiva. Las exportaciones de los principales productos primarios se encuentran en la costa y representan el motor de la economía nacional, mientras que los productos de la agricultura de la sierra representan el consumo interno del país.

Estrada (2016) expresa que entre las principales exportaciones ecuatorianas están las petroleras y las no petroleras, dentro de las no petroleras están las exportaciones tradicionales y no tradicionales. (pág. 166)

Todas las operaciones comerciales en el Ecuador están amparadas por el Ministerio de Comercio Exterior (COMEX), ya que es la institución rectora de la política de comercio exterior e inversiones, encargada de formular, planificar, dirigir, gestionar y coordinar la política comercial, la promoción comercial, la atracción de inversiones, las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales, la regulación de importaciones y la sustitución selectiva y estratégica de importaciones. (COMEX, 2017)

1.4. SISTEMA DE COMERCIO INTERNACIONAL

1.4.1. Barreras Comerciales

La Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (2015) expresa que:

Las barreras comerciales corresponden a las medidas adoptadas por los países con el objetivo de proteger las economías nacionales, y que bloquean de cierta forma las importaciones de otros países, busca apoyar al exportador nacional permitiéndole competir de manera igualitaria en los mercados internacionales; resguardar la seguridad pública regulando o prohibiendo el ingreso de productos que signifiquen un peligro; permitir la recaudación de ingresos para los programas o proyectos de gobierno; e incentivar la producción nacional. (pág. 2)

Estrada & Estrada (2013) define que las barreras comerciales “son aquellas medidas, situaciones y disposiciones que obstaculizan el intercambio de productos, bienes y servicios entre los países”. (pág. 27)

Y manifiesta que existen tres grandes grupos de barreras comerciales:

- **Barreras arancelarias:** Son las tarifas oficiales establecidas que los importadores y exportadores pagan a los agentes de aduana de un país por concepto de salida o entrada de una mercancía. En el Ecuador no se pagan tarifas por la exportación de ningún producto.

Entre éstas tarifas se encuentran los aranceles e impuestos, ad valorem específicos o mixtos asignado a cada producto.

- **Barreras no arancelarias:** Son requisitos gubernamentales no cuantitativos que a través de reglas y características determinadas impiden el ingreso libre

de mercancías a un país. Dentro de este grupo están las barreras técnicas y sanitarias.

Las barreras sanitarias impiden el ingreso al país de mercancías con alto contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico que puedan afectar la salud de los habitantes, mientras que las barreras técnicas se refieren a los requisitos necesarios que debe reunir un producto para que pueda ingresar al país designado.

- **Barreras proteccionistas:** Son obstáculos al comercio internacional que imponen los gobiernos asignándoles cuotas de importación, boicot, bloqueo y embargo.

Dentro de estas barreras proteccionistas se detalla las cuotas que se refieren a los límites que establece el gobierno en cuanto a cantidades de productos que un importador puede ingresar al país, el boicot consiste en una forma extrema que toma el gobierno para restringir totalmente el ingreso de un producto al país, los bloqueos aíslan las relaciones comerciales de un país con otro para que no reciba suministros o productos vitales para su industria, comercio y subsistencia, mientras que los embargos son acciones que toman el gobierno con las mercancías que se han encontrado en abandono tácito para destinarlos hacia lugares que realmente lo necesitan. (Estrada & Estrada, 2013, pag. 27)

Con el objetivo de reducir el flujo de importación tanto de bienes como de servicios en un determinado país, los gobiernos de cada país aplican mecanismos proteccionistas como son las barreras comerciales, controlando el ingreso excesivo de ciertas mercancías para incentivar la producción nacional y aportar al cambio de la matriz productiva a través de las exportaciones de productos originarios del país.

Esta información contribuye al proyecto de investigación determinando la barrera comercial no arancelaria técnica al que se hará énfasis para la exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano hacia el mercado objetivo.

1.5. INCOTERMS

Estrada & Estrada (2013) en su libro *Cómo Hacer Exportaciones* define:

Los Incoterms 2010 (apócope de international commercial terms), términos internacionales de comercio, son un conjunto de términos establecidos por la Cámara de Comercio Internacional (CCI). Estos términos son compuestos por tres letras y nos indican hasta donde es responsable el vendedor y desde dónde es responsable el comprador al momento de realizar una transacción o una compra-venta internacional. (pág. 35)

Los incoterms son reglas de negociación internacional, establecidos por la CCI a partir del año 1936, a los cuales se les fueron introduciendo nuevas enmiendas y adiciones en años posteriores, siendo la última adición en el año 2010 y entrando en vigencia el 01 de enero del año 2011.

Clasifica a los incoterms 2010 en dos grandes grupos:

Primer grupo: Reglas para cualquier modo o modos de transporte

- EXW-Ex Works (En Fábrica): El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en sus instalaciones o un lugar establecido.
- FCA-Free Carrier (Franco Porteador): El vendedor entrega la mercancía al transportista en las instalaciones del vendedor o punto convenido.
- CPT-Carriage Paid To (Transporte Pagado Hasta): El vendedor corre con los costos de transporte interno de la mercancía hasta entregárselo al transportista en el lugar establecido.
- CIP-Carriage And Insurance Paid To (Transporte y Seguros Pagados Hasta): El vendedor corre con los costos de transporte interno más los costos del seguro de la mercancía hasta entregárselo al transportista en el lugar establecido.
- DAT-Delivered At Terminal (Entregada en Terminal): El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en la terminal de destino.
- DAP-Delivered At Place (Entregada en lugar): El vendedor pone a disposición del comprador la mercancía en el medio de transporte de llegada, siendo el vendedor el encargado de descargarla en el punto establecido.

- DDP-Delivered Duty Paid (Entregada Derechos Pagados): El vendedor entrega la mercancía en las instalaciones del comprador, cubriendo todos los costos por los trámites aduanero e impuestos arancelarios.

Segundo grupo: Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores

- FAS-Free Alongside Ship (Franco al Costado del Buque): El vendedor entrega la mercancía al costado del buque designado, no es responsable de cargar la mercancía.
- FOB-Free On Board (Franco a Bordo): El vendedor se encarga de entregar la mercancía cargada en el buque.
- CFR-Cost And Freight (Costo y Flete): El vendedor tiene toda la responsabilidad hasta que la mercancía esté cargada en el buque.
- CIF-Cost, Insurance And Freight (Costo Seguro y Flete): El vendedor tiene la responsabilidad de cargar la mercancía al buque de y de pagar los costos de seguro de la mercancía.

Mientras que Carpintero (2013), autora del libro Políticas de Marketing Internacional afirma que los incoterms “son unas siglas aceptadas internacionalmente que deben aparecer a continuación del precio de exportación e indican las obligaciones de cada una de las partes en relación a todas las actividades relacionadas con el envío de la mercancía”. (pág. 110)

Ciertamente, los incoterms son reglas de negociación internacional modificables cada diez años que permite al comprador y vendedor conocer hasta qué punto van sus obligaciones y responsabilidades en cuanto a la fijación de precios, en la determinación de los responsables para cubrir los riesgos de la mercancía, el lugar establecido para su entrega, encargados de contratar y pagar el seguro, y quienes cubren los costos por la tramitación de documentos necesarios en toda compra-venta internacional de mercancías.

De las once reglas antes mencionadas y que son aplicables tanto para el comercio nacional como para el comercio internacional, el primer grupo se refiere a reglas

aplicables para el transporte multimodal, mientras que el segundo grupo se refiere exclusivamente al medio de transporte marítimo.

El análisis realizado de los incoterms permite establecer el término de negociación internacional que se requerirá para la exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano.

1.6. CONOCIMIENTO Y SELECCIÓN DE LOS MERCADOS DE EXPORTACIÓN

1.6.1. La decisión de exportar

Según Estrada & Estrada (2013), para intentar ingresar un producto a un mercado exterior es necesario que el exportador cumpla con varios requisitos de gran importancia, puesto que se trata de mercados que exigen bienes de alta calidad, rodeados de competidores muy potentes que ofrecen muchas veces precios más estables, por tal motivo es necesario que tanto la empresa como el producto cumplan con los puntos siguientes:

- Una calidad diferente a la competencia, si es posible excepcional, que incluso supere las expectativas de los posibles clientes.
- Una calidad tal que cumpla con todos los requisitos de las normas técnicas aplicables del país de destino; y además, con todos los códigos, reglamentos y disposiciones sanitarias o de comercio que le sean aplicables, incluyendo las que se refieren a su presentación y empaque. (pág. 49)

Aspecto muy importante a considerar en el momento de introducir un producto a un mercado exterior, ya que el ofrecer calidad no es una opción sino una obligación si desea posicionarse en aquel mercado.

1.6.2. Criterios de selección de mercados de exportación

Según Estrada & Estrada (2013), para lograr la segmentación de posibles mercados de exportación es necesario que el exportador cumpla con la investigación varios criterios, con la finalidad de conocer el lugar en el cual el producto tiene aceptabilidad y facilidad de ingresar, ante ello se detallan los siguientes criterios considerados como los más importantes:

- Estudie las posibilidades que tiene dentro de la Comunidad Andina, en ALADI, en los convenios bilaterales de comercio, con otros países sudamericanos luego en Estados Unidos, Europa y Asia. A continuación, concéntrese en un solo país, si es posible una ciudad o en una región de características similares.
- Considere también los mercados menos conspicuos; tal vez ciudades pequeñas con necesidades insatisfechas, pueden representar mercados interesantes y con posibilidad de expansión.
- Dedique tiempo y esfuerzo al estudio personal de los mercados posibles.
- No trabaje sobre fantasías, sea realista, atégase a su capacidad efectiva para servir al posible cliente; no busque pedidos que no pueda satisfacer en los plazos previstos y a los precios convenidos.
- Con base en hechos comprobables, haga números, asegúrese desde el principio de que su actividad de exportación será provechosa considerando todos los gastos y eventualidades.
- Identifique necesidades reales y procure satisfacerlas mediante características de su producto.
- No trate de penetrar desde el principio en mercados extranjeros muy competitivos, a menos de que disponga de una ventaja real, evidente, permanente y medible, con la que pueda competir y ganar.
- Desconfíe de las experiencias de otros, critíquelas, trate de usar su propio criterio, sobre todo si este se encuentra basado en experiencia práctica, no trasplante experiencias, lo que fue bueno en Ecuador tal vez no sea aconsejable para Alemania.
- Asegúrese de investigar y conocer todas las implicaciones que puedan tener para sus exportaciones, las barreras arancelarias o no arancelarias, los cupos y otras limitaciones o regulaciones al comercio. (págs. 52-53)

1.6.3. Acceso al Mercado

Al momento de tener la idea de exportación de cierto producto es muy importante realizar una investigación y conocer los documentos que permita su legalización, las imposiciones de los derechos de aduana y otros tributos de importación, métodos de aforo aplicables, normas técnicas vigentes en el país de destino, normas de etiquetado, reglamentos o códigos de construcción, reglamentaciones de manejo de

divisas, disposiciones de certificados de origen, etc, aspectos considerados entre los más importantes para no tener inconvenientes al momento de ingresar a tal mercado. (Estrada & Estrada, 2013).

1.6.4. Requisitos del mercado

Para poder llevar a cabo una relación comercial es de gran importancia saber de qué manera se realizará la misma, entre los aspectos que intervienen en los requisitos de mercado están: conocer cuál es el método a utilizar para llevar a cabo la cotización de los precios; la forma de pago, el plazo, y medios para realizar la transacción correctamente; conocer los gustos y preferencias de los consumidores internacionales; y por último el embalaje adecuado a utilizar dependiendo de que producto se trata. (Estrada & Estrada, 2013).

1.7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La Universidad (ICESI) afirma que canales de distribución “Es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor”. (pág. 2)

Los canales de distribución es un conjunto de personas o empresas que en la mayoría de los casos son ajenos al fabricante e intervienen para transferir cierto producto desde el productor hasta llegar al consumidor final, muy pocas veces se realizan negociaciones directamente entre ambas partes, por lo que aparecen estos intermediarios que efectivamente realizan esta labor de una manera más eficiente, pero de la misma manera requiere de un costo más elevado para la exportación.

1.8. SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS

La OMC expresa que el sistema armonizado es:

Nomenclatura internacional establecida por la Organización Mundial de Aduanas, basada en una clasificación de las mercancías conforme a un sistema de códigos de 6 dígitos aceptado por todos los países participantes. Éstos pueden establecer sus propias subclasificaciones de más de 6 dígitos con fines arancelarios o de otra clase. (OMC, 2017)

Cada uno de los productos existentes tienen su clasificación arancelaria a través de un código aplicable a nivel mundial, el mismo que permite reconocer al producto de una manera muy fácil y de la misma manera saber cuáles son las tarifas, preferencias arancelarias, impuestos y restricciones.

1.9. CÓMO INGRESAR A LOS MERCADOS INTERNACIONALES

1.9.1. Exportación

El SENA define que la exportación “es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente”. (SENA, 2016)

Estrada & Estrada, (2013) en su libro *Cómo Hacer Exportaciones* define que “la exportación es la acción o actividad que permite sacar libremente un producto o mercancía de un país a cualquier otro país para su venta o consumo”. (pág. 99)

ProMéxico en su publicación titulada *Decídete a Exportar Guía Básica* define que “la exportación es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero”. (ProMéxico, 2015)

La exportación genera muchos beneficios a una persona, una empresa y por ende al país, a través de la venta de los bienes y servicios producidos en un país y que son comercializados hacia países externos a cambio de un beneficio económico o comercial, para lo cual es necesario realizar también un análisis de los tipos de exportación existentes, los pasos y los requisitos más importantes que se necesitan para llevar a cabo la exportación del producto.

1.9.2. Formas de Exportación

Estrada & Estrada (2013), expresa que:

Para ingresar a los mercados internacionales, el empresario exportador tiene que comercializar haciendo un serio análisis del ¿por qué? Le gustaría vender en un mercado desconocido. Cada una de las alternativas de exportación que menciona requiere una determinada inversión, un compromiso serio con el mercado y un grado de control exhaustivo sobre

la estrategia exportadora. Casi todas las alternativas de acceso implican la colaboración de un intermediario en algún momento del negocio internacional, bien sea un agente, distribuidor, socio, colaborador o aliado estratégico. (pág. 100)

Las cinco formas de ingresar a un mercado internacional son:

- Indirecta
- Directa
- Concertada
- Compensada
- Productiva

1.10. TRÁMITES Y PROCEDIMIENTOS PARA EXPORTAR

1.10.1 Procedimientos para la exportación

Una vez ya determinado el producto a exportar, la cantidad, cómo y las veces que se exportará es muy importante conocer los procedimientos que se requieren para la exportación del mismo, y el régimen al cual estará sometido, de la misma manera es necesario conocer las normas y regulaciones del país de destino.

1.10.2. Trámites para una exportación definitiva

La exportación definitiva es aquella que permite la salida de mercancías en libre circulación del territorio aduanero con la finalidad de ser consumidos definitivamente en el exterior.

1.10.2.1. Pasos para exportar

Estrada & Estrada (2013) plantea los siguientes pasos para realizar una exportación.

Calificarse como exportador

- Obtener el RUC, a través de la cedula de ciudadanía e identificación de la actividad económica a la cual se dedica en el Servicio de Rentas Internas.
- Obtener la firma digital, dispositivo que permite legalizar los documentos digitalmente, puede solicitarlo en el Banco Central del Ecuador y en Security Data.

- Registrarse en la SENA, una vez obtenido el token deberá registrarse en el portal del SENA para adquirir las claves de acceso y regularizar sus operaciones.
- Calificar el origen del producto completando los módulos de calificar el producto en el ECUAPASS, registrar los precios ante un notario, elaborar la factura comercial, aprobar la DAE electrónicamente en el SENA, determinar el tipo de embarque a utilizar ya sea marítimo, aéreo o terrestre, presentar el certificado de origen, y dependiendo el país al cual se realizará la exportación deberá presentar otros documentos adicionales como los certificados de calidad, normalización, fitosanitarios, zoonosanitarios, entre otros. (pág. 129)

1.10.2.2. Documentos para legalizar una Exportación

En toda relación comercial se debe mostrar los documentos que respalden la obtención de las mercancías, y evitarse cualquier tipo de problemas, tal como lo detalla Estrada & Estrada (2013) para sustentar el origen de las mismas se requiere:

- Documentos de transporte
- Factura comercial
- Lista de empaque
- Certificado de origen
- Otros certificados
- Fitosanitarios (productos vegetales)
- Zoonosanitarios (productos pecuarios)
- Hictiosanitarios (productos de mar). (pág. 130)

1.11. EMBALAJES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

Dentro de las estrategias del marketing internacional los envases y embajales son de vital importancia puesto que en necesario saber vestir al producto, embalarlo correctamente y captar al cliente a traves de la presentacion del producto

1.11.1. Envase

Estrada & Estrada (2013) define al envase “Es un material o un recipiente que permite proteger, mantener sus características y oresentar el producto al consumidor final”. (pág. 135)

1.11.2. Embalaje

Estrada & Estrada (2013) define al embalaje como el “material que permite contener o envolver temporalmente los productos que han sido envasados, los protege y a la vez permite su manipulación, transporte y almacenamiento o presentación”. (pág. 136)

1.12. LA EXPORTACIÓN COMO RÉGIMEN

Los regímenes aduaneros de exportación están determinados en los Art. 154, 155 y 156 del capítulo VII, sección II del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

1.12.1. Exportaciones Definitivas

El Art. 154 del COPCI (2016) afirma que:

Este régimen aduanero permite la salida definitiva de mercancías que están en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico establecida dentro del territorio aduanero ecuatoriano, sujetas a las disposiciones establecidas en el presente Código y otras normas vigentes. (pág. 49)

El reglamento COPCI (2016) expresa que:

Este régimen está relacionado con el Art. 158 del Reglamento en el cual manifiesta que la salida de mercancías se establecerá dentro de los 30 días posteriores a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), para lo cual deberá realizar el registro electrónico tanto del ingreso a la zona primaria como la salida de las mercancías hacia el exterior, y en caso de no cumplir con el plazo establecido las autoridades aduaneras podrán prorrogarlo por una sola vez con la debida justificación. (pág. 51)

Las exportaciones definitivas son el principal destino de las mercancías nacionales o nacionalizadas que salen del territorio aduanero de un país, debido a que no regresarán nuevamente porque consumo final será en el exterior. La salida de dichas mercancías deberá ejecutarse a través del registro de entrada y salida de la zona primaria en un periodo no mayor a los 30 días después de la aceptación de la DAE.

Este régimen beneficia económicamente al exportador ya que le permite extender sus mercancías a un país internacional que ofrece mejores oportunidades.

1.12.2. Exportación temporal para reimportación en el mismo estado

El Art. 155 del COPCI (2016) determina:

Éste régimen aduanero permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías que estén en libre circulación, con un propósito en un periodo establecido, durante el cual deberán ser reimportadas sin ninguna modificación, con excepción del deterioro normal por el uso correspondiente. (pág. 49)

El reglamento COPCI (2016) expresa que:

Éste régimen aduanero está relacionado con el Art. 159 del Reglamento, en el cual expresa que aquellas mercancías que salieron del territorio aduanero deben ser susceptibles de identificación, de manera que la Autoridad Aduanera pueda comprobar que la mercancía que salió al exterior es la misma que será reimportada al país, pueden ser ejecutados en cualquier distrito aduanero exceptuándose del cumplimiento de defensa comercial, de la presentación de los documentos de acompañamiento y los documentos de soporte, salvo el de transporte. (pág. 51)

El régimen aduanero antes mencionado es una opción que beneficia a un exportador ya que por un tiempo definido pueden sacar sus mercancías nacionales o nacionalizadas hacia un país externo con la finalidad de que puedan ser utilizados allá en proyectos definidos, y al culminar aquel periodo pueden ser reimportados nuevamente en las mismas condiciones en las que salieron del país, salvo el desgaste por su uso. Estas mercancías deben ser fáciles de identificación para que, al momento de ser reimportada del exterior, el propietario se evite conflictos con la autoridad aduanera, y tan solo debe presentar el documento de transporte de dicha mercancía.

1.12.3. Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo

En el Art. 156 del COPCI (2016) manifiesta:

Que las mercancías que están en libre circulación en la región aduanera pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, ubicada dentro de esta zona para su transformación, elaboración o reparación y después volverlas a importar como productos compensadores con la exención de los tributos procedentes. (pág. 49)

El reglamento COPCI (2016) pronuncia que:

Este régimen está relacionado con el Art. 164 del Reglamento donde detalla que podrá autorizarse para el cumplimiento de los siguientes fines en el exterior:

- a) La reparación de mercancías, incluidas su restauración o acondicionamiento
- b) La transformación de las mercancías
- c) La elaboración de las mercancías, incluidos su montaje, incorporación, ensamble o adaptación a otras mercancías. (pág. 51)

El régimen aduanero mencionado beneficia a los exportadores ya que cuando necesiten que sus mercancías nacionales o nacionalizadas cumplan con un proceso productivo de transformación, elaboración o reparación en el exterior tienen la facultad de sacarlas del territorio aduanero del país, y pueden dentro de un tiempo determinado ser reimportadas nuevamente como un producto compensador con la exención de los tributos.

El análisis realizado anteriormente permite analizar y determinar el régimen de exportación que se aplicará en la comercialización internacional de blusas otavaleñas bordadas a mano, es decir el régimen 40 debido a que el producto será enviado para su consumo definitivo en el exterior.

1.13. LOGÍSTICA INTERNACIONAL Y EL SISTEMA DE TRANSPORTE

1.13.1. Logística Internacional

Estrada (2016) expresa que:

La Logística Internacional, se refiere a todo movimiento y almacenamiento que facilita el flujo de los productos e información desde que se fabrica hasta que el comprador recibe o adquiere los productos en el exterior. Entonces, inicialmente vamos a decir que la logística es la producción, envase, almacenaje, embalaje, distribución y transporte de mercaderías y servicios que van desde el productor hasta el consumidor final. (pág. 337)

La logística internacional es una manera que determinan los procesos en cadena e interrelacionada para a llevar a cabo la negociación internacional, es decir desde que se produce hasta que llegue al comprador en el exterior.

1.13.2. Transporte Internacional

Estrada (2016) expresa que:

Es un elemento muy visible en la logística del comercio exterior. Los clientes están acostumbrados a ver buques, contenedores, aviones, camiones y trenes, transportando productos, estacionados en las terminales aéreas, de contenedores o en las plantas industriales o de negocios. Pero, pocas son las personas que comprenden el poder económico que tiene un transporte confiable, accesible y seguro. (pág. 348)

Es un conjunto de transacciones al que son sometidas las mercancías, desde el momento que parte de la terminal del país de origen hasta llegar a la terminal del país de destino convenido entre el importador y el exportador.

Es muy importante determinar cuál es el medio de transporte adecuado a aplicar en toda negociación comercial dependiendo del producto que se esté negociando puesto que una mala utilización del medio de transporte puede conllevar a la perfectibilidad, daños, infecciones y la pérdida total de la misma.

Estos medios de transporte que pueden ser:

- Marítimo
- Aéreo
- Por carretera
- Ferroviario

- Fluvial
- Multimodal

1.14. ANÁLISIS DE LOS PLANES DE EXPORTACIÓN

El Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas define a un plan de exportación como “un requisito que permite realizar la exportación correctamente, ya que asiste en la planeación de la viabilidad del negocio, en la determinación de mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación”. (INCEA, 2015)

La plataforma online Connect Americas, dedicada a promover el comercio exterior y la inversión internacional define a un plan de exportación como:

Una herramienta útil que le permite al empresario conocer cómo está parado frente a los mercados externos, sirve como instrumento para analizar con qué riesgos puede llegar a encontrarse y permite conocer mejor los mercados de destino, no es más que una forma organizada de exponer: lo qué queremos exportar, a dónde queremos exportar, cómo lo vamos hacer y con qué recursos contamos para hacerlo. (Connect Americas , 2015)

Un plan de exportación no tiene una estructura determinada debido a que puede variar dependiendo del producto, servicio y características de cada empresa.

A continuación, se presenta la estructura del plan de exportación establecida por Connect Americas que cita los elementos básicos:

- Descripción del negocio
- Análisis de mercado
- Recursos humanos
- Operativa
- Riesgos
- Proyecciones financieras
- Sumario

Castaño, E., & Juan, B. en una investigación realizada propone un modelo de plan de exportación que consta de los siguientes puntos: (Castaño, E., & Juan, B., 2010)

- Diagnostico empresarial
- Inteligencia de mercados
- Plan estratégico.

John Daniels (2010) plantea la siguiente estructura en su plan de exportación:

- Resumen ejecutivo
- Descripción de la empresa
- Descripción del producto o servicio
- Análisis del mercado extranjero
- Estrategias de ingreso al mercado
- Derecho internacional
- Análisis financiero
- Administración de riesgos
- Asistencia externa
- Programa de puesta en marcha. (Daniels, 2010)

Mientras que en una investigación realizada por Juan Carlos García cita los siguientes aspectos que debe tener un plan de exportación:

- Objetivo del plan de exportación
- Gestión administrativa
- Formalidades administrativas
- Marketing mix de exportación
- Factores de negociación
- Incoterms
- Contrato internacional de compra-venta de mercancías
- Registro de exportación
- Procesos de exportación
- Comercialización del producto
- Análisis financieros
- Estudios financieros. (García, 2015)

Evidentemente un plan de exportación es un documento que muestra de forma detallada la planificación de cada una de las actividades que una persona o empresa debe realizar para que pueda integrarse con su producto en un mercado internacional, a través de su aplicación se puede comprobar si el proyecto de exportación es viable y si es conveniente realizar la inversión.

Los puntos anteriormente mencionados referentes a la estructura de cualquier plan de exportación son informaciones que toda empresa posee y muchas veces tan solo hace falta organizarlas mejor, lo cual a través de la elaboración de un plan de exportación les ayudaría comercialmente, también para que la empresa se autoevalúe a sí misma y pueda mejorar en algunas falencias que puede presentar.

En base a todos los análisis de los planes de exportaciones, en este proyecto de investigación se tomará de referencia el modelo planteado por John Daniels, que constará de los siguientes puntos:

- Descripción de la empresa
- Descripción del producto
- Análisis del mercado extranjero
- Estrategias de ingreso al mercado
- Análisis financiero

CONCLUSIONES PARCIALES DEL CAPÍTULO I

El marco teórico de la presente investigación, a través del análisis del estado del arte concluye que:

- La empresa Sinaí Artesanías debe tomar en cuenta las tendencias actuales de la comercialización de blusas.
- Para realizar el diseño del plan de exportación tome de referencia el modelo planteado por John Daniels, debido a que abarca aspectos que todas las pequeñas empresas están en condiciones de efectuar, con el fin que la empresa Sinaí Artesanías pueda expandirse en mercados exteriores con las blusas otavaleñas bordadas a mano para las mujeres indígenas.

CAPÍTULO II: DESARROLLO METODOLÓGICO

INTRODUCCIÓN

En éste capítulo se presenta el desarrollo metodológico del proyecto de investigación, que contempla los siguientes aspectos:

- Entrevista dirigida al dueño de la empresa Sinaí Artesanías con la finalidad de diagnosticar la situación actual de la empresa y determinar la oferta exportable de las blusas otavaleñas bordadas a mano.
- Matriz de selección de mercados internacionales con el objetivo de conocer el país objetivo.
- Encuesta dirigida a las mujeres indígenas otavaleñas residentes en el mercado español con la finalidad de recolectar información que permita diseñar un plan de exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano.
- Plan de exportación tomado de referencia a través del modelo planteado por John Daniels.
- Encuesta realizada para la validación de los resultados de la investigación a través del método de expertos.

2.1. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA AL DUEÑO DE SINAÍ ARTESANÍAS

El instrumento de investigación se realizó a través de secciones de trabajo con expertos en el tema, los cuales fueron los mismos docentes y expertos de la Universidad de Otavalo, entre ellos está la PHD Lidia Díaz, PHD. Antonio Romillo, Msc. Oscar Albán, Msc. Santiago Núñez, y la Msc. Johana Morocho.

Los resultados de la encuesta fueron los siguientes:

1. ¿Cuál es la misión, visión y objetivos estratégicos de su empresa?

La empresa Sinaí Artesanías tiene como objetivo principal personalizar trajes otavaleños de calidad para su venta, sin embargo, en la actualidad realiza sus operaciones de una manera muy empírica ya que no dispone del direccionamiento estratégico de su misión, visión y estructura organizacional, motivo por el cual se realizará una propuesta de los aspectos que carece.

2. ¿Le interesaría exportar las blusas bordadas a mano?

La empresa Sinaí Artesanías manifiesta que el mercado actual que tiene es pequeño y muy saturado, por lo que consideran que la exportación de las blusas otavaleñas le beneficiaría económicamente, ya que por su belleza y al ser bordada manualmente tendría un precio muy conveniente; de la misma manera generaría más empleo a otras personas.

3. ¿Qué cantidad de blusas bordadas a mano ha producido durante el año 2015 y 2016? (unidades)

La cantidad de producción durante los dos años no varió mucho ya que el periodo 2015 la empresa logró confeccionar 60 blusas otavaleñas bordadas a mano y en el periodo 2016 alcanzó producir 65 unidades, esto se debe a que por tratarse del bordado manual para su producción requiere bastante tiempo. Pese a ello, afirman que al finalizar el presente año están en la capacidad de producir hasta 110 unidades.

4. ¿Cuál ha sido el promedio del costo de producción de las blusas bordadas a mano en el año 2015 y 2016?

El costo de producción de las 60 blusas otavaleñas bordadas a mano durante el periodo 2015 fue alrededor de \$2400, mientras que para las 65 unidades durante el periodo 2016 fue de \$2.600. Estos costos de producción no han variado ya que tienen la ventaja de contar con proveedores con los cuales han trabajado varios años y que conservan los mismos costos de la materia prima.

5. ¿Cuál es la cantidad de blusas bordadas a mano que se proyecta producir para el año 2017 y 2018? (unidades)

La propietaria de la empresa pronuncia que, debido al constante cambio de la moda, al costo de producción elevado que tiene cada blusa bordada a mano, y a la competencia local manifiesta que al finalizar el 2017 aspira tener una producción alrededor de unas 85 blusas, y en caso del 2018 afirma que si se tiene un requerimiento elevado de esta vestimenta se encuentran en capacidad de producir hasta 150, lo cual permitiría la generación de empleo a más personas.

6. ¿En relación al año 2016 ha variado el costo de producción de las blusas bordadas a mano en el año 2017? (unitario)

Debido a que los proveedores de la materia prima y las mujeres encargadas del bordado de las blusas otavaleñas son personas con las que trabajan desde el año 2004, han logrado formar un vínculo de cooperación mutua hasta la actualidad disminuyendo en lo más posible y no variando mucho los costos de producción unitario, ubicándose hasta la actualidad en los \$40 cada blusa.

7. ¿Cuál es el tiempo para elaborar las blusas bordadas a mano? (unidad)

En cuanto al tiempo para elaborar una blusa otavaleña se debe tomar en cuenta que es bordada manualmente, desde el inicio hasta obtener el producto final requiere mucha habilidad, dedicación y paciencia, llegando a ocupar un tiempo de alrededor de tres semanas.

8. ¿Cuáles son los modelos de las blusas bordadas a mano que usted produce?

Actualmente ofertan modelos de blusas al cuerpo con formas de cuello redondo, cuadrado y en V, mangas de 18 cm y 12 cm similares a los bividís, y con flores multicolores variados en sus diseños.

9. ¿Cuántas personas bordadoras de blusas otavaleñas laboran en su empresa?

La elaboración de una blusa bordada a mano requiere de tres semanas, y considerando que actualmente existe poca cantidad de producción por el mismo hecho de la enorme competencia local, la empresa dispone de tan sólo cinco mujeres artesanas de diferentes comunidades de Otavalo dedicadas a esta labor, a las cuales se distribuye esta actividad y ellas se dedican a eso en sus propios hogares sin dejar de lado sus familias, sus quehaceres domésticos y sus terrenos.

10. ¿Las blusas bordadas a mano tiene algún certificado de calidad?

Debido a que es una prenda de vestir que en el mercado local no ha exigido estos componentes, en la actualidad las blusas otavaleñas bordadas a mano no dispone de ningún certificado de calidad.

11. ¿Cuáles son las vías que utiliza para promocionar sus blusas?

Anteriormente contaban con un catálogo de ventas, pero debido a que la moda cambia constantemente y requiere actualizaciones constantes se perdió esta costumbre. Hoy en día los medios de comunicación que utilizan para promocionar todos los trajes otavaleños son: publicaciones en Facebook, entrega de tarjetas de presentación y por las recomendaciones personales de los propios clientes.

2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO EXTRANJERO A TRAVÉS DE LA MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO

Para la selección del mercado se tomaron datos estadísticos de la página oficial de Trademap, para conocer los tres países que importa en mayor cantidad el producto ecuatoriano perteneciente a la partida arancelaria 61.06.10.00.00 que contempla a las camisas, blusas y blusas camiseras de punto para mujeres o niñas.

Países a los cuales se realizó la investigación de tres aspectos muy importantes: accesibilidad al mercado (barreras arancelarias, barreras no arancelarias y normas técnicas), la potencialidad del mercado (factores físicos, factores económicos-políticos y la participación del producto ecuatoriano en cada país). Por último, se analizaron los indicadores cualitativos entre los cuales están (riesgos de confiscación, problemas de financiamiento y los retrasos en los pagos) que puedan presentar.

Con el siguiente formato que se presenta a continuación, se eligió como mercado meta el país que mayor ponderación tuvo.

MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADO

Crterios	Ponderación	Calificación	EE.UU	Calificación	Panamá	Calificación	España
Barreras arancelarias							
Barreras para-arancelarias							
Normas Técnicas							
ACCESIBILIDAD DEL MERCADO							
Datos macroeconómicos							
Factores económico-políticos							
Participación de productos ecuatorianos							
POTENCIALIDAD DEL MERCADO							
Sistema cambiario							
Problemas de financiamiento							
Idioma							
INDICADORES CUALITATIVOS							
Totales							

	Ponderaciones	EE.UU	Panamá	España
ACCESIBILIDAD DEL MERCADO				
POTENCIALIDAD DEL MERCADO				
INDICADORES CUALITATIVOS				

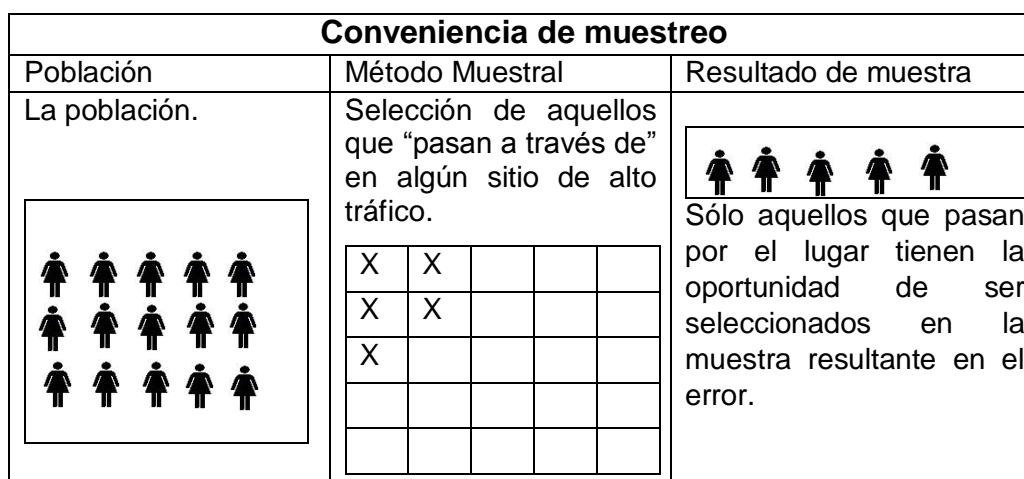
A través de la matriz de selección de mercados se logró determinar el país más adecuado para la exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano.

2.2. ENCUESTA A LAS MUJERES INDÍGENAS OTAVALEÑAS RESIDENTES EN EL MERCADO ESPAÑOL.

Para la selección de la muestra a la cual se realizó la encuesta se utilizó uno de los tipos de muestreo planteado por Murcia *et al* (2009), es decir se aplicó el muestreo de conveniencia que es una técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador, y debido a que se carece de una población determinada y sólo se dispone de una muestra que se encuentra en otro país, resulta imposible realizar una investigación de campo.

De las mujeres indígenas otavaleñas residentes en el exterior, a través del muestreo por conveniencia se tomó una muestra de 40 personas conformada por voluntarias, familiares, amigas y conocidas que se han ofrecido aportar a la investigación respondiendo la encuesta, permitiéndole conocer los gustos y preferencias de las blusas otavaleñas bordadas a mano.

A continuación, se presenta una gráfica del muestreo por conveniencia planteado por Murcia *et al* (2009).

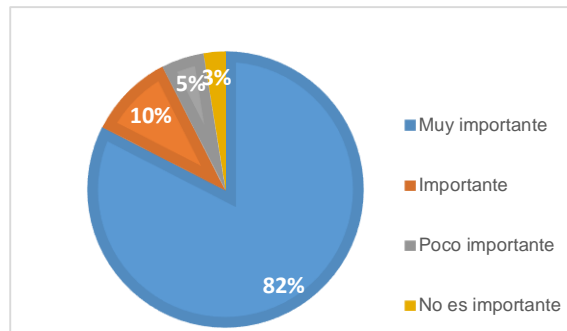


2.4. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LAS MUJERES INDÍGENAS OTAVALEÑAS RESIDENTES EN EL EXTERIOR

Tabla 1. Grado de importancia de mantener la vestimenta otavaleña

Opciones de respuestas	Respuestas	
Muy importante	33	82%
Importante	4	10%
Poco importante	2	5%
No es importante	1	3%
Total	40	100%

Gráfico 1. Grado de importancia de mantener la vestimenta otavaleña



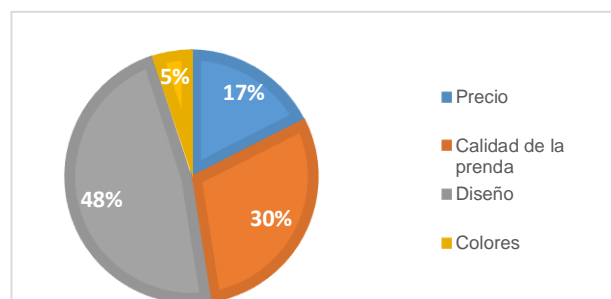
Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
Autor: Autoría propia

Según los datos del gráfico N°1 el 82% de las mujeres indígenas residentes en el exterior consideran que es muy importante mantener la vestimenta otavaleña, ya que es una manera de conservar la cultura ancestral del pueblo indígena otavaleño, el 10% le dan un valor categórico de importante, un 5% expresan que es poco importante, y el 3% consideran que no es importante debido a que van adquiriendo modas y culturas nuevas. De lo anterior se puede concluir que resulta importante la exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano.

Tabla 2. Prioridad de las mujeres indígenas otavaleñas a la hora de elegir las blusas

Opciones de respuestas	Respuestas	
Precio	7	17%
Calidad de la prenda	12	30%
Diseño	19	48%
Colores	2	5%
Total	40	100%

Gráfico 2. Prioridad de las mujeres indígenas otavaleñas a la hora de elegir las blusas



Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
Autor: Autoría propia

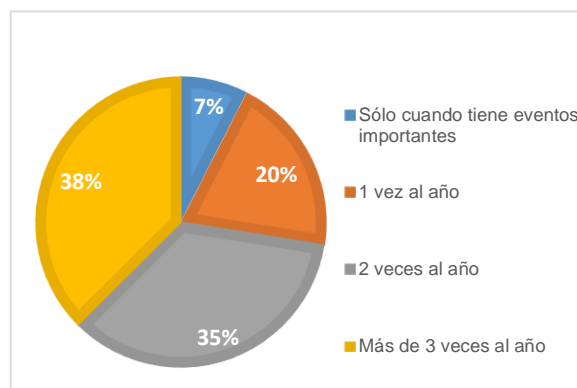
El gráfico N°2 refleja que el 48% de las mujeres indígenas otavaleñas que actualmente habitan en el exterior, al momento de elegir una blusa bordada a mano toman como

prioridad los diseños debido a que reflejan mucha hermosura, el 30% priorizan la calidad de la prenda, mientras que el 17% manifiestan que dan prioridad al precio. Por lo que para la exportación los elementos más importantes a tomar en cuenta son el diseño y la calidad de la prenda.

Tabla 3. Frecuencia de compra de blusas otavaleñas bordadas a mano

Opciones de respuestas	Respuestas	
Sólo cuando tiene eventos importantes	3	7%
1 vez al año	8	20%
2 veces al año	14	35%
Más de 3 veces al año	15	38%
Total	40	100%

Gráfico 3. Frecuencia de compra de blusas otavaleñas bordadas a mano



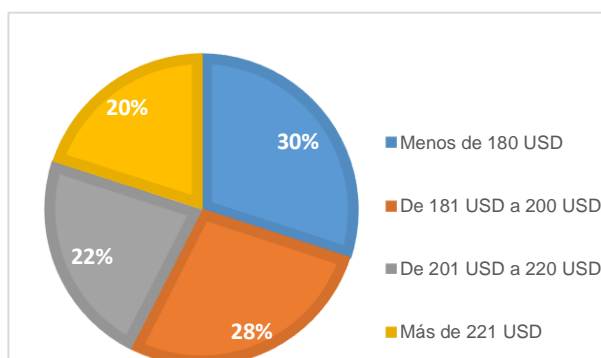
Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
Autor: Autoría propia

Como se puede apreciar en el gráfico N°3 las personas encuestadas manifiestan que el 38% adquieren las blusas otavaleñas bordadas a mano más de tres veces al año a través de los familiares o conocidos que vienen al país por un periodo determinado y se encargan de llevar los pedidos que solicitan, el 35% expresan que compran dos veces al año y el 20% dicen que lo hacen tan solo una vez al año.

Tabla 4. Gasto anual en la compra de blusas otavaleñas bordadas a mano

Opciones de respuestas	Respuestas	
Menos de 180 USD	12	30%
De 181 USD a 200 USD	11	27%
De 201 USD a 220 USD	9	23%
Más de 221 USD	8	20%
Total	40	100%

Gráfico 4. Gasto anual en la compra de blusas otavaleñas bordadas a mano



Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
Autor: Autoría propia

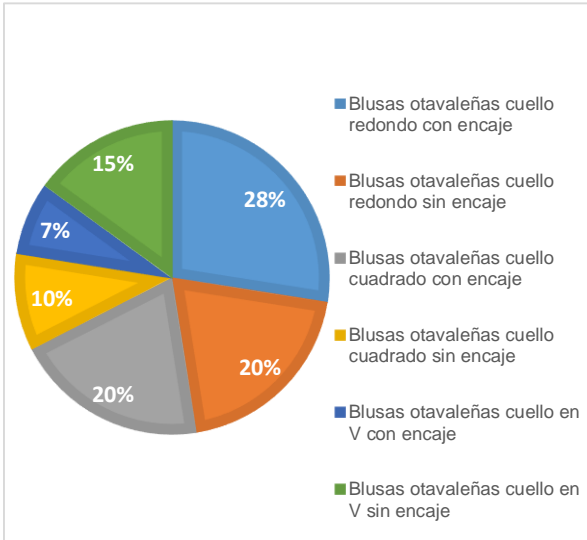
En el gráfico N°4 se observa que la encuesta a las mujeres indígenas otavaleñas que actualmente se encuentran en países exteriores, tal es el caso de Colombia, Chile, Argentina, España, entre otros, el 30% manifiestan que gastan en la compra de blusas bordadas a mano menos de 180 USD anuales debido a que adquieren de una a tres cantidades a lo máximo, el 27% declaran que anualmente gastan de un rango de 181 USD a 200 USD, mientras que el 20% expresan que tienen las condiciones y gastan más de 221 USD al año.

El análisis de los gráficos N°3 y N°4 refleja que existe una fuerte demanda para la exportación de las blusas bordadas a mano.

Tabla 5. Preferencia de modelos de blusas otavaleñas bordadas a mano

Opciones de respuestas	Respuestas	
Blusas otavaleñas cuello redondo con encaje cortas	11	28%
Blusas otavaleñas cuello redondo sin encaje	8	20%
Blusas otavaleñas cuello cuadrado con encaje cortas	8	20%
Blusas otavaleñas cuello cuadrado sin encaje	4	10%
Blusas otavaleñas cuello en V con encaje cortas	3	7%
Blusas otavaleñas cuello en V sin encaje	6	15%
Total	40	100%

Gráfico 5. Preferencia de modelos de blusas otavaleñas bordadas a mano



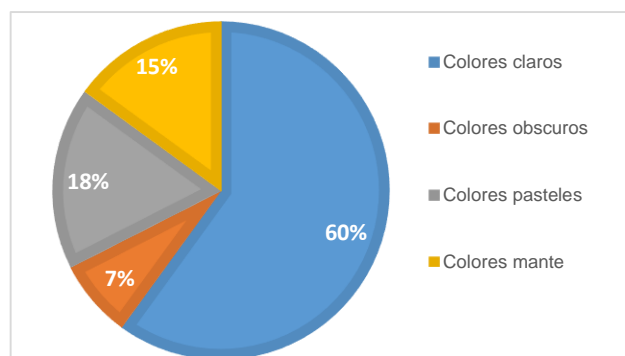
Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
Autor: Autoría propia

Como se puede observar en el gráfico N°5 el 28% de las mujeres indígenas otavaleñas encuestadas prefieren las blusas bordadas a mano con cuello redondo y mangas cortas, existe una igualdad de porcentajes en cuanto a las blusas con cuello redondo sin encaje y las de cuello cuadrado con encaje cortas debido a que los dos modelos son preferidos en un 20% por las personas encuestadas.

Tabla 6. Colores preferidos para la elaboración de blusas otavaleñas bordadas a mano

Opciones de respuestas	Respuestas	
Colores claros	24	60%
Colores oscuros	3	7%
Colores pasteles	7	18%
Colores mate	6	15%
Total	40	100%

Gráfico 6. Colores preferidos para la elaboración de blusas otavaleñas bordadas a mano



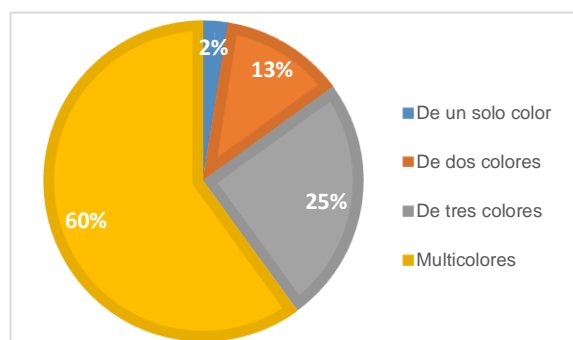
Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
 Autor: Autoría propia

El 60% de las mujeres indígenas encuestadas residentes en el mercado exterior han manifestado que las blusas bordadas a mano prefieren que estén elaboradas con colores claros ya que se relacionan más con éstos, el 18% en cambio se relacionan más con colores pasteles y tan sólo el 7% prefieren colores oscuros.

Tabla 7. Preferencia de colores en los diseños de blusas otavaleñas bordadas a mano

Opciones de respuestas	Respuestas	
De un solo color	1	2%
De dos colores	5	13%
De tres colores	10	25%
Multicolores	24	60%
Total	40	100%

Gráfico 7. Preferencia de colores en los diseños de blusas otavaleñas bordadas a mano



Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
 Autor: Autoría propia

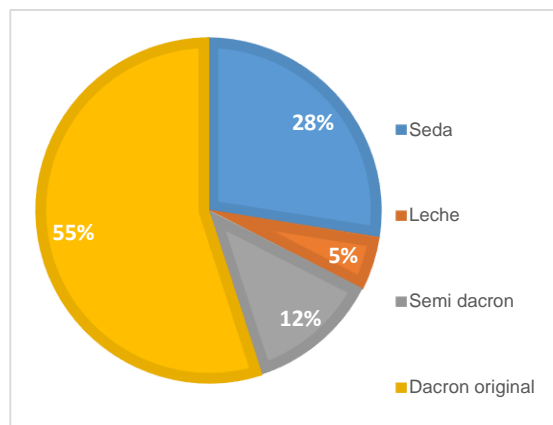
En el gráfico N° 7 se puede apreciar que en la encuesta realizada a las mujeres indígenas otavaleñas que actualmente radican en el exterior el 60% ha expresado que los diseños de las blusas bordadas a mano sean multicolores ya que las combinaciones son minuciosas y más llamativas, el 25% en cambio prefieren que sean confeccionadas con tres colores, y mientras que el 13% desearían que sean de

dos colores. De lo anterior se puede concluir que para la exportación debe predominar la confección de más tres colores.

Tabla 8. Tela preferida para el bordado manual de blusas otavaleñas

Opciones de respuestas	Respuestas	
Seda	11	28%
Leche	2	5%
Semi dacron	5	12%
Dacron original	22	55%
Total	40	100,00%

Gráfico 8. Tela preferida para el bordado manual de blusas otavaleñas



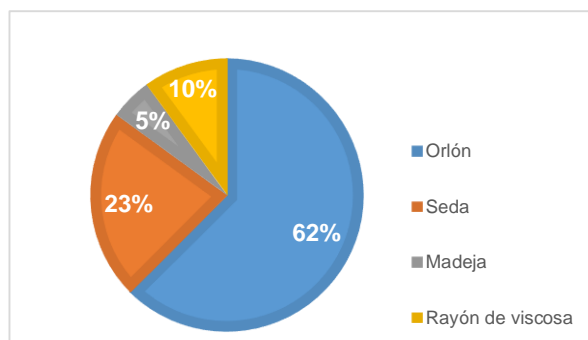
Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
 Autor: Autoría propia

De las mujeres indígenas otavaleñas encuestadas, el 55% prefieren que las confecciones de sus blusas sean hechas con la tela dacron original debido a que es más resistente de las demás telas y es la más utilizado para este tipo de bordados, el 28% prefiere la tela de seda ya que también es otra de las más utilizadas, y tan sólo el 5% prefieren que sean elaboradas con la tela leche puesto que es menos resistente. Deberá predominar por tanto la tela dacron original y la de seda en la producción que se realice para exportar.

Tabla 9. Hilo preferido para el bordado manual de blusas otavaleñas

Opciones de respuestas	Respuestas	
Orlón	25	63%
Seda	9	22%
Madeja	2	5%
Rayón de viscosa	4	10%
Total	40	100%

Gráfico 9. Hilo preferido para el bordado manual de blusas otavaleñas



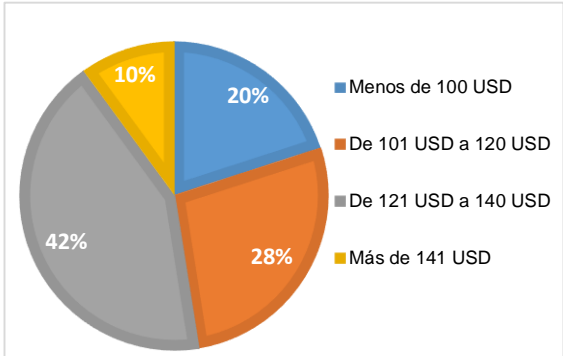
Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
 Autor: Autoría propia

El 63% de las mujeres indígenas otavaleñas que hoy en día se encuentran en el exterior manifiestan que debido a la resistencia y calidad del hilo preferirían el orlón, mientras que el 22% desean que sean hechas con hilo de seda, y el 10% con el hilo rayón de viscosa. Por lo que la mayoría de la producción para la exportación deberá ser sobre la base del hilo orlón.

Tabla 10. Precio que las mujeres indígenas otavaleñas estarían dispuestas a pagar por una blusa bordada a mano

Opciones de respuestas	Respuestas	
Menos de 100 USD	8	20,00%
De 101 USD a 120 USD	11	27,50%
De 121 USD a 140 USD	17	42,50%
Más de 141 USD	4	10,00%
Total	40	100,00%

Gráfico 10. Precio que las mujeres indígenas otavaleñas estarían dispuestas a pagar por una blusa bordada a mano



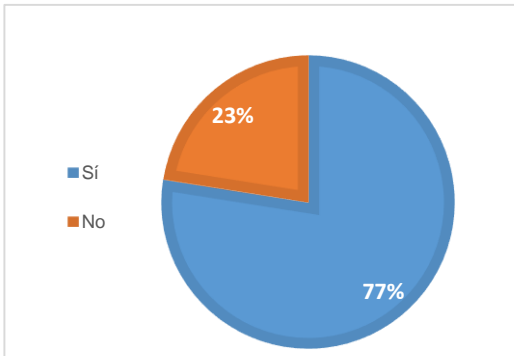
Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
 Autor: Autoría propia

En la encuesta realizada a las mujeres indígenas otavaleñas residentes en el mercado exterior tan solo el 4% estarían dispuestas a pagar más de 141 USD por una blusa, el 42.50% han manifestado que estarían dispuestas a pagar un rango de 121 USD a 140 USD en el país en el que se encuentran, el 27.50% tienen las condiciones de pagar un rango de 101 USD a 120 USD, un 20% podrían pagar 100 USD por una sola blusa.

Tabla 11. Aceptación de blusas bordadas a máquina por parte de las mujeres indígenas otavaleñas

Opciones de respuestas	Respuestas	
Sí	31	77%
No	9	23%
Total	40	100%

Gráfico 11. Aceptación de blusas bordadas a máquina por parte de las mujeres indígenas otavaleñas

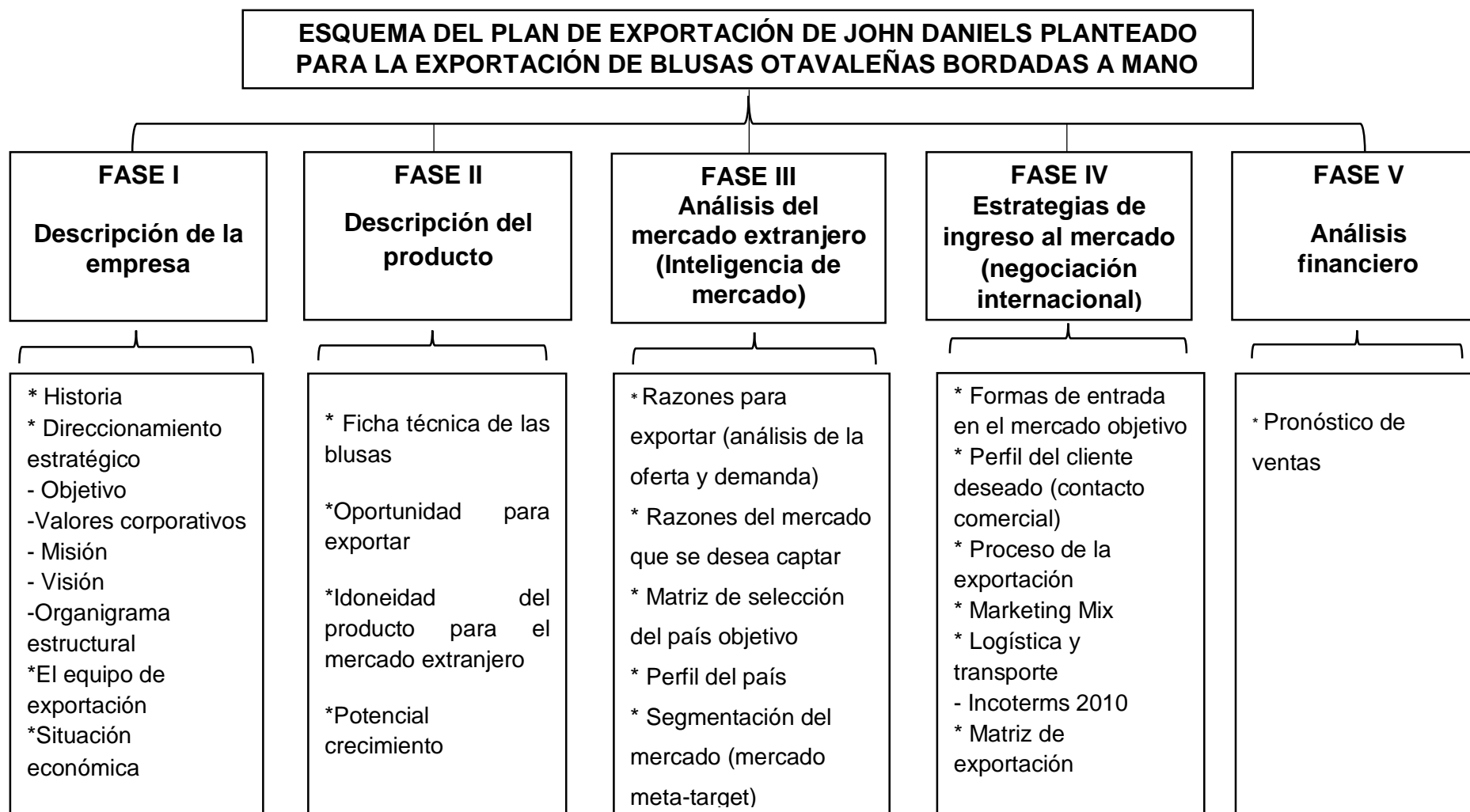


Fuente: Mujeres indígenas otavaleñas
 Autor: Autoría propia

En la encuesta que se aplicó a las mujeres indígenas otavaleñas que viven fuera del Ecuador, tal como se ve en el gráfico N° 11 el 77% opinan que en el exterior también sería factible adquirir las blusas que sean bordadas en máquina, puesto que éstas también se presentan muy hermosas y llamativas, de igual forma ayuda a mantener esta vestimenta cultural.

2.6. METODOLOGÍA DEL PLAN DE EXPORTACIÓN DE BLUSAS OTAVALEÑAS BORDADAS A MANO

Para el desarrollo metodológico del plan de exportación se tomó como referencia el método de John Daniels, que presenta el siguiente esquema.



2.7. METODOLOGÍA PARA VALIDAR LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para validar los resultados de la investigación se aplicó una encuesta a un grupo de seis personas, de los cuales dos son los propietarios de la empresa Sinaí Artesanías, tres son mujeres bordadoras artesanales y una persona encargada de las ventas del producto.

En la siguiente tabla se presenta el formato del instrumento que se aplicó con la finalidad de que las personas involucradas en la empresa opinen cuán conveniente ven el diseño del plan de exportación. En cada pregunta los encuestados deben seleccionar un número de acuerdo a su consideración del grado de importancia.

Escala					Marcar con una X según su criterio				
1	2	3	4	5					
Muy Inadecuado	Inadecuado	Regular	Adecuado	Muy Adecuado					
TEMAS PLANTEADOS					1	2	3	4	5
Plan de exportación propuesto para las blusas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías									
La misión planteada para la empresa Sinaí Artesanías es:									
La visión planteada para la empresa Sinaí Artesanías es:									
Los objetivos propuestos para la empresa Sinaí Artesanías son:									
Valores corporativos propuestos para la empresa Sinaí Artesanías son:									
Organigrama funcional propuesto para la empresa Sinaí Artesanías son:									
Ficha técnica del producto propuesto para la empresa Sinaí Artesanías es:									
La segmentación de mercado propuesto para Sinaí Artesanías me parece									
El medio de transporte a utilizar me parece									
El mercado meta planteado me parece									
La proyección de ventas realizada a un lapso de 5 años me parece									
Valoración total del proyecto									

CONCLUSIONES PARCIALES DEL CAPÍTULO II

- A través de la entrevista realizada al dueño de la empresa Sinaí Artesanías se concluyó que en la actualidad realizan ventas de las blusas otavaleñas a nivel

local, y cuentan con capacidad de oferta exportable para realizar la comercialización internacional.

- En la encuesta realizada a las mujeres indígenas otavaleñas residentes en el extranjero se pudo concluir que prefieren que las blusas bordadas a mano sean confeccionadas con tela dacron original e hilos orlón, con hilos multicolores claros en sus diseños y que los modelos sean de cuello redondo y encajes cortas. Por los cuales las mujeres indígenas otavaleñas están dispuestas a pagar un precio cuyo rango va desde los de 121 USD a 140 USD.

Notas:

- Por medio de la matriz de selección de mercados se puede determinar el país al cual se pretende llegar con el producto.
- El modelo de negocios de exportación de John Daniels permite determinar todos los procesos que se requieren para ingresar con las blusas al mercado español.

CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presentan los resultados de la investigación para la exportación de blusas o camisas otavaleñas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías, que comprende los puntos siguientes:

3. PLAN DE EXPORTACIÓN A TRAVÉS DEL MODELO DANIELS

3.1. FASE I. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

3.1.1. Historia:

La empresa Sinaí Artesanías inició sus actividades de producción y comercialización de la vestimenta indígena otavaleña por una pareja de esposos en el año 2004, confeccionaban principalmente las blusas o camisas de forma manual, en cantidades limitadas y a precios no muy representativos en comparación con el tiempo que requería para terminar el bordado del producto.

Pero con el pasar del tiempo la empresa ha ido penetrándose satisfactoriamente en el mercado local, llegando hoy en día a generar empleo a una persona en el área de ventas y a cinco mujeres más dedicadas a la actividad del bordado manual de las blusas.

Situación que le ha permitido incrementar su producción, comercialización y ha adquirido una mejor estabilidad económica debido a sus precios.

3.1.2. Direccionamiento estratégico

3.1.2.1. Objetivo planteado:

Ofertar trajes típicos otavaleños de excelente calidad diseñados por la propia empresa e incluso personalizados, y con ello captar como clientes fieles a las personas indígenas del pueblo otavaleño.

3.1.2.2. Valores corporativos planteados

La empresa trabajará en equipo al poner en práctica los siguientes valores corporativos (puntualidad, responsabilidad, calidad del servicio, seriedad y honestidad)

3.1.2.3. Misión planteada

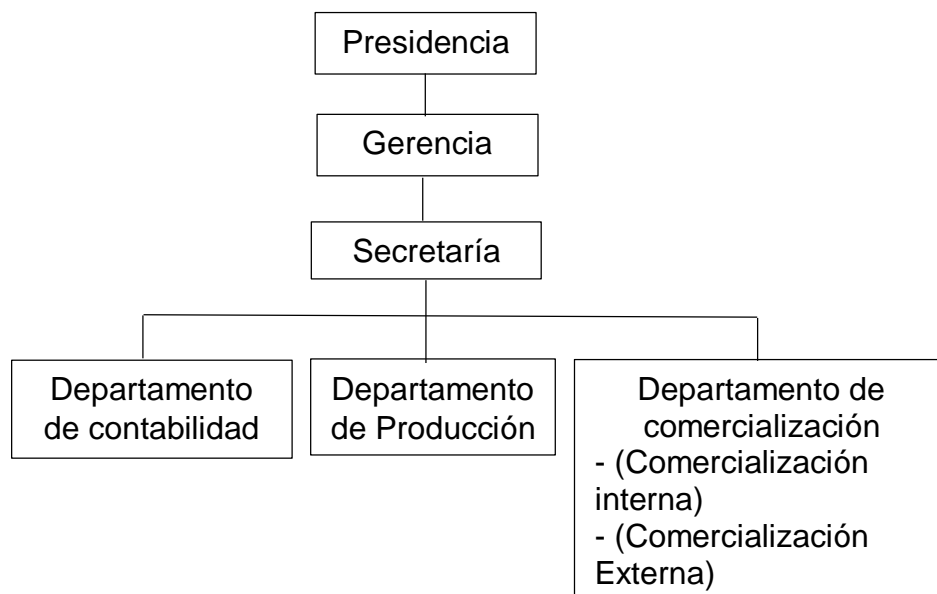
Somos una empresa que produce y comercializa hermosos trajes típicos otavaleños, una diversidad de modelos, diseños e incluso personalizados de acuerdo a las preferencias del consumidor.

3.1.2.4. Visión planteada

Ser para el año 2020 una empresa reconocida por el pueblo otavaleño local, y por aquellos que se encuentran en mercados exteriores a través de la comercialización de trajes típicos otavaleños con diversidad de modelos, diseños y e incluso personalizados de acuerdo a los constantes cambios de las preferencias del consumidor.

3.1.2.5. Organigrama estructural planteado

Se propone el siguiente organigrama estructural con la finalidad de que la empresa Sinaí Artesanías tenga una mejor organización interna y pueda desempeñar sus funciones de una forma más correcta.



3.1.2.6. El equipo de exportación

El equipo de exportación de las camisas, blusas y blusas camiseras de punto para mujeres o niñas está conformado por el departamento de comercialización de la empresa Sinaí Artesanías, y le beneficiaría de forma directa

3.1.2.7. Estado económico de la empresa

Sinaí Artesanías es una empresa artesanal calificada por la Junta Nacional del Artesano, se encuentra inscrita en el Servicio de Rentas Internas con número de RUC 1003127881001.

Está obligado a llevar contabilidad debido a que realiza una actividad económica, y cumple con los tres requerimientos generales solicitados por el SRI para calificarse como tal, es decir opera con un capital propio que al 1 de enero de cada ejercicio impositivo supera las 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta, los ingresos brutos anuales del ejercicio fiscal inmediato anterior son superiores a 15 fracciones básicas desgravadas, y los costos y gastos anuales imputables a la actividad empresarial del ejercicio fiscal inmediato anterior son superiores a 12 fracciones básicas desgravadas. (SRI, 2017)

Actualmente la empresa requiere la contratación de la firma de un contador legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), que maneje todo el sistema financiero de la empresa a través del sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

De la misma manera emite y entrega los comprobantes de venta autorizados por el SRI para sustentar sus transacciones y presenta todas las declaraciones de impuestos de forma puntual y correcta.

En la investigación no se pudo obtener datos económicos de la empresa, debido a que consideran que son datos confidenciales y guardan mucho cuidado con esa información.

3.2. FASE II. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

3.2.1. Producto

La blusa o camisa otavaleña es una prenda artesanal de color blanco bordada a mano por muchos artesanos del cantón Otavalo y sus alrededores, sus componentes principales son la tela dacron e hilos multicolores de orlón o seda, sus bordados a la altura del pecho, la espalda y las hombreras son únicos y existen un sin fin de combinación de colores que representan las flores, las plantas de la madre naturaleza y la comunión íntima entre el pueblo indígena otavaleño y su medio ambiente espiritual.

El proceso de producción de las blusas se realiza de la manera siguiente: empieza con el corte de un metro de tela, el trazado de los moldes, el diseño de los dibujos, la tela diseñada con sus dibujos se dirige a la máquina de coser o al bordado manual, sigue el corte de las piezas ya bordadas, prosigue el proceso de darle forma a la blusa a través de la unión de las diferentes piezas y como último paso está el decorado final de la blusa.

En la tabla N° 12 se muestra la ficha técnica de las blusas otavaleñas bordadas a mano.

Tabla 12. Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA DE LAS BLUSAS OTAVALEÑAS	
	Nombre Blusa o camisa otavaleña
	Normas de etiquetado <p style="text-align: center;">REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 013 Etiquetas permanentes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Talla: M • Dimensiones: 50 x 50 cm • Porcentajes de fibras textiles: <ul style="list-style-type: none"> - Tela dacron original 100% - Hilos orlón 90% - Encaje de dacron 100% • Razón social: <ul style="list-style-type: none"> - Fabricante: Empresa Sinaí Artesanías RUC: 1003127881001 - Importador: Primark • País de origen: Otavalo-Ecuador • Instrucciones de cuidado y conservación: <ul style="list-style-type: none"> - Lavar a mano, no usar blanqueador, no lavar en seco, plancha tibia.
	Técnica Bordada a mano
	Artesanía típica del: Pueblo indígena de Otavalo
	Categoría Camisa de mujer
	Descripción de las blusas Es una prenda artesanal de color blanco, con bordados a la altura del pecho, la espalda y las hombreras.
	Modelos <ul style="list-style-type: none"> • Cuello redondo, cuello en v y cuello cuadrado • Mangas cortas y mangas largas.
	Colores Multicolor
	Partida Arancelaria 61.06.10.00.00
	Precio referencial USD 60,00 USD A 80,00 USD en el mercado local (Otavalo)

Fuente: Investigación propia

Autor: Autoría propia

3.2.2. Oportunidad para exportar

Ecuador y la Unión Europea disponen de un acuerdo comercial que facilita la comercialización de blusas otavaleñas bordadas a mano en cualquier país miembro del bloque comercial. Por tal razón se ve a España como un posible escenario para la exportación del producto, debido a la gran cantidad de migrantes indígenas otavaleños que residen en ese país, principalmente en Barcelona.

Tomando en consideración lo anterior la exportación o venta de blusas otavaleñas podrá satisfacer las necesidades de las mujeres indígenas que habitan en dicho país.

3.2.3. Idoneidad del producto para el mercado extranjero

La camisa o blusa otavaleña es una prenda bordada a mano con materiales livianos y muy resistentes que no afecta de ninguna manera a sus consumidores, más bien es un producto ya reconocido por muchas personas nacionales e internacionales, los mismos que están maravillados por la belleza que las blusas poseen.

3.2.4. Potencial de crecimiento

Actualmente la empresa Sinaí Artesanías realiza la comercialización de las blusas otavaleñas tan sólo en el mercado local y se ve mucha competencia de la prenda de vestir, sin embargo, pese a su pequeña infraestructura y situación económica limitada, esta empresa ha logrado posicionarse en gran manera en la ciudad de Otavalo a través de la oferta de todo tipo de vestimenta cultural de calidad.

Y a través del diseño del plan de exportación para este producto se ve la factibilidad de ingresar al mercado español y satisfacer las necesidades de vestuario de las mujeres indígenas residentes en aquel país.

3.3. FASE III. ANÁLISIS DEL MERCADO EXTRANJERO (INTELIGENCIA DE MERCADO)

3.3.1. Razones para exportar (oferta y demanda)

La empresa Sinaí Artesanías tiene la visión de desarrollarse económicamente, por lo cual están muy interesados en realizar la exportación de blusas o camisas otavaleñas bordadas a mano, y a través de ello mejorar la situación económica de la empresa y de sus trabajadores. Es preciso mencionar que en la actualidad las pequeñas y medianas empresas han surgido y se han involucrado en la actividad de comercio exterior por medio de programas de incentivación de parte del gobierno (MIPRO). Es por ello que en el presente proyecto se realiza una investigación para la exportación del producto.

Mediante la aplicación de la entrevista como instrumento de investigación se determina que la empresa tiene una oferta exportable anual de 150 unidades de blusas bordadas a mano para cubrir la demanda en el mercado extranjero, puesto que en la ciudad de Barcelona de España radican muchos migrantes otavaleños.

3.3.2. Razones del mercado que se desea captar

España es uno de los principales países de la unión europea donde radican muchas personas otavaleñas que pueden adquirir las camisas o blusas de este pueblo kichwa, la situación económica del país es estable y manejan una moneda más fuerte que el dólar, lo cual generaría más utilidad a la empresa Sinaí Artesanías en la venta del producto mencionado.

3.3.3. Matriz de selección del país objetivo

Las camisas, blusas y blusas camiseras de punto para mujeres o niñas se incluyen dentro de la partida arancelaria 61.06.10.00.00. y es considerada una de las prendas más importantes dentro de la vestimenta indígena otavaleña.

**Tabla 13. Mayores Importadores de camisas, blusas y blusas
camiseras de punto para mujeres o niñas
(En Miles de Dólares Americanos)**

País	2012	2013	2014	2015	2016	Valor por país
Estados Unidos de América	136	196	95	81	46	554
Panamá	32	20	16	20	23	111
España	-	-	10	-	6	16

Fuente: Trademap

Autor: Autoría propia

De acuerdo a la tabla N° 13 se puede observar en los datos estadísticos arrojados por Trademap que entre el periodo 2012-2016 los tres países destinos a los cuales el Ecuador ha realizado exportaciones en mayor cantidad de camisas, blusas y blusas camiseras de punto para mujeres o niñas han sido a Estados Unidos de América con un valor total de \$554 mil, Panamá con \$111 mil y España con \$16 mil dólares.

A continuación, de acuerdo a la mayor ponderación obtenida de la matriz de selección de mercados internacionales se presenta el país seleccionado al cual se dirigirá el producto de la partida arancelaria 61.06.10.00.00.

MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS

Crterios	Ponderación	Calificación	EE.UU.	Calificación	Panamá	Calificación	España
Barreras arancelarias	30%	3	0,90	3	0,90	5	1,5
Barreras para-arancelarias	20%	3	0,60	3	0,60	5	1
Normas Técnicas	50%	4	2,00	3	1,50	5	2,5
ACCESIBILIDAD DEL MERCADO	100%		3,50		3,00		5,00
Datos macroeconómicos	50%	5	2,50	3	1,50	4	2
Factores económico-políticos	25%	5	1,25	4	1,00	5	1,25
Participación de productos ecuatorianos	25%	5	1,25	4	1,00	3	0,75
POTENCIALIDAD DEL MERCADO	100%		5,00		3,50		4,00
Sistema cambiario	30%	5	1,50	4	1,20	4	1,2
Problemas de financiamiento	30%	4	1,20	4	1,20	4	1,2
Idioma	40%	2	0,80	4	1,60	5	2
INDICADORES CUALITATIVOS	100%		3,50		4,00		4,40
Totales			12,00		10,50		13,40

	Ponderaciones	EE.UU	Panamá	España
ACCESIBILIDAD DEL MERCADO	50%	3,50	3,00	5,00
POTENCIALIDAD DEL MERCADO	30%	5,00	3,50	4,00
INDICADORES CUALITATIVOS	20%	3,50	4,00	4,40
		3,95	3,35	4,58

A través de la información anterior se puede observar que España se encuentra en el tercer lugar por volumen de exportación de este producto, sin embargo, de acuerdo al análisis de la accesibilidad al mercado, potencialidad del mercado e indicadores cualitativos se le ha considerado como mercado objetivo al cual se dirigirá con el producto perteneciente a la partida arancelaria 61.06.10.00.00.

En el análisis de accesibilidad al mercado se tomó en cuenta el acuerdo comercial existente entre Ecuador y la Unión Europea, en la que estipula que todos los productos textiles ecuatorianos ingresarán a la UE libre de aranceles, de la misma manera el acuerdo contempla disposiciones para eliminar los obstáculos técnicos o procedimientos innecesarios que dificulten el comercio internacional, en cuanto al etiquetado las partes están comprometidos a no exigir un registro de etiquetas, y en el caso de ser necesario la información en la etiqueta se colocarán etiquetas no permanentes, y deberá presentar un certificado de origen ya que es crucial para que el Ecuador pueda beneficiarse de la preferencia arancelaria.

En la potencialidad del mercado se tomó en cuenta también los datos macroeconómicos de España, debido a que es un país calificado como la décimo segunda potencia económica mundial, como la quinta economía por tamaño en la Unión Europea y como la economía con más internacionalización de sus productos financieros y los servicios. (PRO ECUADOR, 2017)

Datos macroeconómicos que, al igual que Estados Unidos y Panamá, principales destinos a los cuales se dirigen este producto, se encuentran en una posición conveniente de acceder, representa un poder adquisitivo muy estable y es uno de los países con mayor calidad de vida.

Dentro de los indicadores cualitativos, se ha considerado tres aspectos fundamentales: sistema cambiario, problemas de financiamiento e idioma, a los cuales se les ha dado un porcentaje de importancia:

Se consideró que dentro del sistema cambiario se tiene una ponderación del 30%, puesto que con España tiene una calificación de 4 debido a que no existe mayor disparidad cambiaria entre el euro y el dólar; en el caso con Estados Unidos tiene una calificación de 5 ya que existe paridad cambiaria al utilizar la misma moneda que es el dólar americano, y Panamá una calificación de 4 ya que se consideró como moneda oficial el balboa, pese a que también utiliza el dólar americano.

De igual manera los problemas de financiamiento tienen una ponderación del 30% debido a que se requiere que se financie nuestras exportaciones.

Otro aspecto fundamental a tomar en cuenta para sellar la negociación internacional del producto es el idioma con una ponderación del 40% debido a que entre España y Ecuador utilizan como lenguaje oficial el español, aspecto contrario que sucede con Estados Unidos ya que su idioma oficial es el inglés y obligatoriamente requeriría el contrato de una persona que domine el inglés.

3.3.4. Perfil del país

La presente información ha sido tomada de una publicación realizada por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, en la cual se detallan los datos básicos del país. (PRO ECUADOR, 2017)

Tabla 14. Datos macroeconómicos de España

Detalle	Resultado	Año
Nombre oficial	Reino de España	
Capital	Madrid	
Forma de gobierno	Monarquía parlamentaria	
Población	48,563,476	Julio 2016 estimado
Crecimiento poblacional	0.84%	2016 estimado
Tasa de inflación	-0.3%	2016 estimado
PIB	USD 1.69 billones	2016 estimado
PIB per cápita	USD 36,500	2016 estimado
Composición del PIB por sector	Agricultura 2.50%, Industrias 22.40% y Servicios 75.10%	2016 estimado
Moneda oficial	Euro (€)	
Tipo de cambio	0.85 euros por USD	BCE 09 agosto 2017
Idioma oficial	Castellano-español 74%, catalán 17%, gallego 7%, vasco 2%.	

Fuente: PRO ECUADOR

Autor: Autoridad propia

España se encuentra en el sur de Europa, ocupando la mayor parte de la península Ibérica que comparte con Portugal. Además del territorio peninsular, comprende las islas Baleares en el Mar Mediterráneo, las ciudades de Ceuta y Melilla en el norte de África y las islas Canarias en el océano Atlántico.

Con una población de 48,563,476 y una superficie de 505.990 km² España es el cuarto país más extenso del continente europeo. Por otra parte, su economía es la décimo segunda potencia mundial ya que cuenta con un PIB estimado de 1.69 (billones de USD) y un PIB per cápita de 36,500 dólares, datos correspondientes al año 2016.

Principales ciudades

- Madrid
- Barcelona
- Valencia
- Sevilla
- Zaragoza
- Málaga
- Murcia
- Palma de Mallorca
- Las Palmas de Gran Canaria
- Bilbao

3.3.5. Segmentación del mercado

Por tratarse de un producto dirigido a un mercado de consumo final, de acuerdo a Murcia *et al* (2009) se realizará la segmentación al mercado de consumidores (B2C) a través de las variables demográficas, geográfica y psicográfica.

Demográfica:

- Etnia: Indígena Otavaleña
- Género: femenino
- Edad: 15 a 40 años
- Ingresos económicos: Entre \$500 a \$1000.

Geográfica:

- Ciudad de Barcelona
- Clima: templado

Psicográfica: Clase social media

3.3.6. Mercado meta o targeting

Los otavaleños son un grupo de indígenas muy particular que por su habilidad han logrado posicionarse en España a través de la venta de artesanías y el grupo de música tradicional que logran formar en aquel país. (Nadal, 2012)

Personas que por diferentes motivos han tenido que emigrar en busca de mejores oportunidades para sus vidas, y otros desde su nacimiento se encuentran ya establecidos allá, las que han logrado formar sus propias familias, y hoy en día mueven negocios muy potentes con sus propias artesanías.

Por tal motivo el mercado meta al cual se dirigirá el producto de la partida arancelaria 61.06.10.00.00 son las mujeres indígenas otavaleñas de 15 a 40 años residentes en la ciudad de Barcelona de España en donde actualmente se encuentran la mayor cantidad de los migrantes indígenas otavaleños dentro de ese país, y cuyos niveles económicos son medios. (EL NORTE, 2011)

3.4. FASE IV. ESTRATEGIAS DE INGRESO AL MERCADO (NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL)

3.4.1. Formas de entrada en el mercado objetivo

Para la exportación de las blusas otavaleñas bordadas a mano se utiliza la forma de entrada directa, con el fin de controlar todas las fases de exportación hasta el mercado meta. Es preciso mencionar que la exportación directa implica mayor compromiso en la negociación internacional y genera seguridad a los clientes.

3.4.2. Perfil del cliente deseado (contacto comercial)

El posible contacto comercial con el cual se realizaría la comercialización internacional de las blusas otavaleñas bordadas a mano es con PRIMARK, una de las tiendas comerciales más grandes de la Unión Europea.

PRIMARK:

Es una cadena irlandesa de centros comerciales que pertenece al grupo Associated British Foods y está especializada en ropa y complementos a precios bajos.

Historia



En 1969 se abrió la primera tienda del grupo en Mary Street de Dublín, con el nombre de Penneys, en menos de un año se inauguraron cuatro locales más en la capital irlandesa, y en 1971 se abrió el primero en Cork, dos años después llegó a Reino Unido bajo la marca Primark, en 2000 aprovechó la retirada de C&A del mercado británico para adquirir sus locales, lo que le ayudó a superar los 100 establecimientos.

Tiendas de Primark

El principal mercado de Primark es la Unión Europea, sólo en las islas británicas suma más de 200 establecimientos. Manchester (Reino Unido) cuenta con la tienda más grande del grupo, más de 13 900 metros cuadrados.

Primark inició su expansión internacional en 2006 con una tienda en Madrid, y actualmente cuenta con más de 40 establecimientos en España. El más importante está ubicado en el Edificio Madrid-París de la Gran Vía madrileña, que se trata de la segunda tienda Primark más grande del mundo con 12 400 metros cuadrados en cinco plantas. A lo largo de la década de 2010 siguieron otras aperturas en Países Bajos, Portugal, Alemania y Bélgica.

Primark se expandió a los Estados Unidos en 2015 cuando abrió su primera tienda en Boston, ocupando cuatro plantas y más de 7 000 metros cuadrados.

La tienda Primark en Barcelona con la cual se realizó el contacto comercial se encuentra dentro del centro comercial DIAGONAL MAR, un establecimiento inaugurado el 20 de noviembre de 2001, ubicado en el distrito barcelonés de San Martí.

Misión

Somos una empresa dinámica, rápida, comercial y centrada en el cliente cuyo principal negocio es comprar y vender, y proporcionar a los clientes moda actual a precios asequibles, valorando nuestra cultura y nuestra filosofía ya que son la clave de nuestro éxito.

Visión

Ser la empresa líder que ofrece una amplia gama de productos que cubre las necesidades de recién nacidos, niños, mujeres y hombres, además de disponer de secciones de moda hogar, complementos, productos de belleza y artículos de repostería.

3.4.3. Proceso de la exportación

Para realizar la exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano, el representante de la empresa Sinaí Artesanías debe registrarse como exportador en el SENA E, a continuación, se detalla la gestión que debe realizar:

- Obtención del RUC y la firma digital
- Registrarse en el SENA E
- Calificar el origen del producto en el sistema del ECUAPASS

Al momento de realizar la exportación se debe cumplir con las formalidades legales que garantice la salida de las mercancías de la zona primaria, mismas que son:

- Declaración Aduanera de Exportación (DAE)
- Factura comercial
- Documentos de transporte

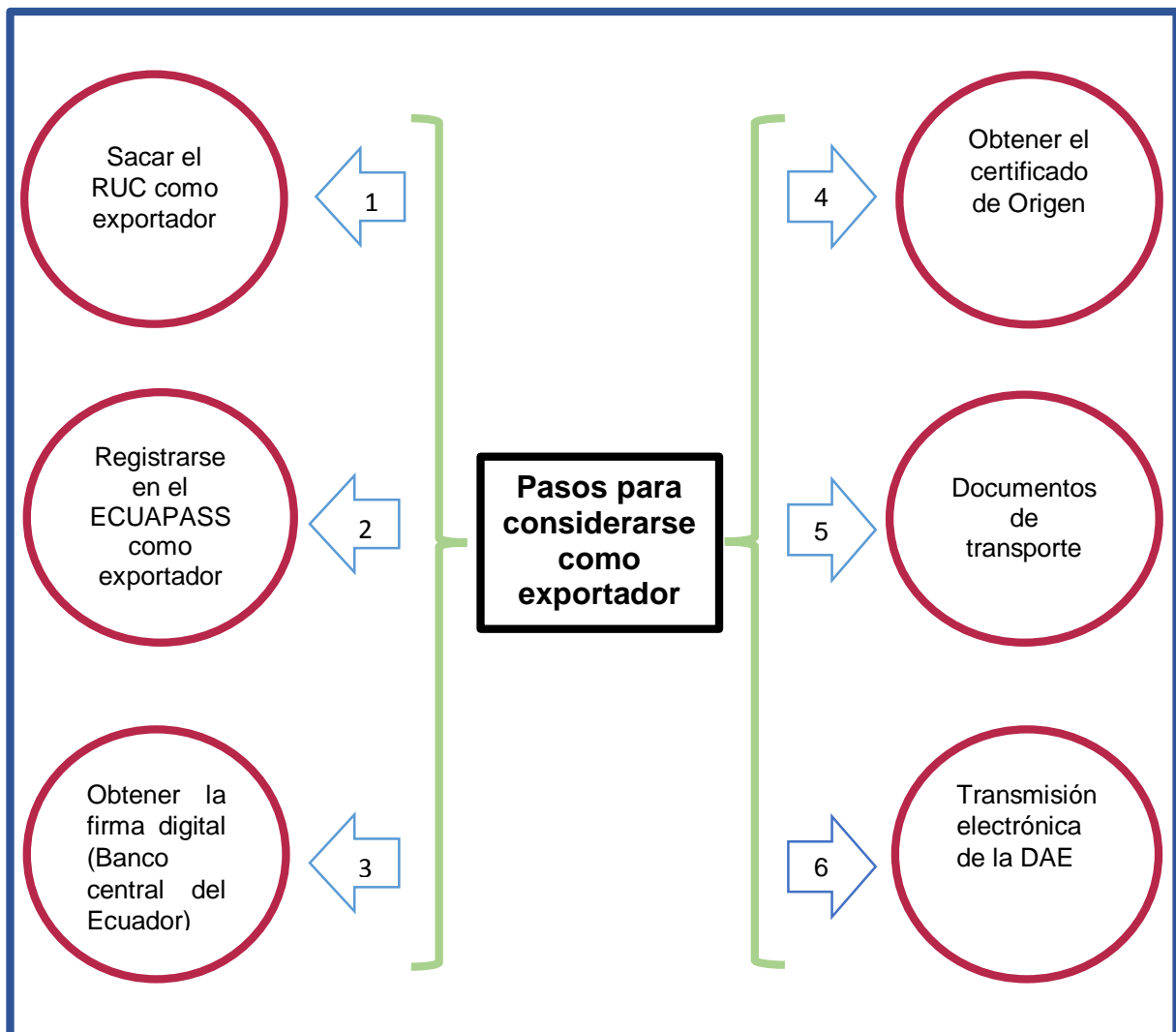
- Lista de empaque (Paking List)
- Certificado de Origen

Una vez que las mercancías ingresan a zona primaria, los agentes aduaneros determinan el tipo de aforo al cual serán sometidas, entre ellas se encuentran:

- Aforo documental
- Aforo físico
- Aforo automático

Gráfico N° 12

Diagrama de requisitos para constituirse como exportador



Fuente: SENAE
 Autor: Autoría propia

De la misma manera antes de realizar la exportación deberá contar con los siguientes documentos.

- Factura comercial
- Lista de empaque (Paking List)
- Proforma
- Nota de pedido
- Conocimiento del tipo de embarque
- Contrato de compra y venta
- Forma de pago
- Termino de negociación internacional INCOTERMS

3.4.4. Marketing Mix

3.4.4.1. Estrategia de Producto

Las blusas otavaleñas bordadas a mano es una prenda de color blanco confeccionadas por los artesanos de Otavalo, pertenecientes a la vestimenta cultural de las mujeres indígenas, cuyos componentes principales son: tela dacron original, encajes dacron original e hilos orlón.

Es un producto que se ajusta a los gustos y preferencias de la demanda de las mujeres indígenas otavaleñas residentes en el mercado español, el diseño de las flores y plantas están elaboradas con una infinidad de colores claros, y modelos de cuello redondo y encajes cortas.



Los envases y embalajes que se utilizarán como medios para garantizar la entrega de las blusas al consumidor final, de modo seguro y en buenas condiciones serán fundas/bolsas protectoras para ropa, polietileno transparente, y su empaque serán en caja de cartón storbox de 75cm de alto x 70cm de ancho y 70cm de fondo, cada cartón contendrá 100 unidades y tendrá un peso aproximado de 30 kl, el cual se transportará en palets.



Siguiendo los criterios de la encuesta realizada a las mujeres indígenas otavaleñas residentes en el extranjero se confeccionarán las blusas otavaleñas bordadas a mano de acuerdo a los gustos y preferencias que supieron manifestar, los mismos que son: a través de la tela dacron original e hilos orlón multicolores claros en sus diseños; y los modelos serán de cuello redondo y encajes cortas.

3.4.4.2. Estrategia de Precio

Para determinar el precio de exportación de las blusas otavaleñas bordadas a mano se tomará en como referencia los gastos que se incurren en el proceso de exportación, que son obtenidos a través de los términos de negociación internacional INCOTERMS. De acuerdo a la cotización realizada hasta llegar a las bodegas del importador, estas blusas tendrían un precio estimado de USD. 132 (112 euros).

3.4.4.3. Estrategia de Plaza

Este producto se pretende comercializar en Barcelona, una de las principales ciudades de España donde radican más de 395 mil ecuatorianos, entre ellos se encuentran personas indígenas otavaleñas, además es un mercado con una estabilidad política e ingresos económicos muy representativos.

3.4.4.4. Estrategia de Promoción

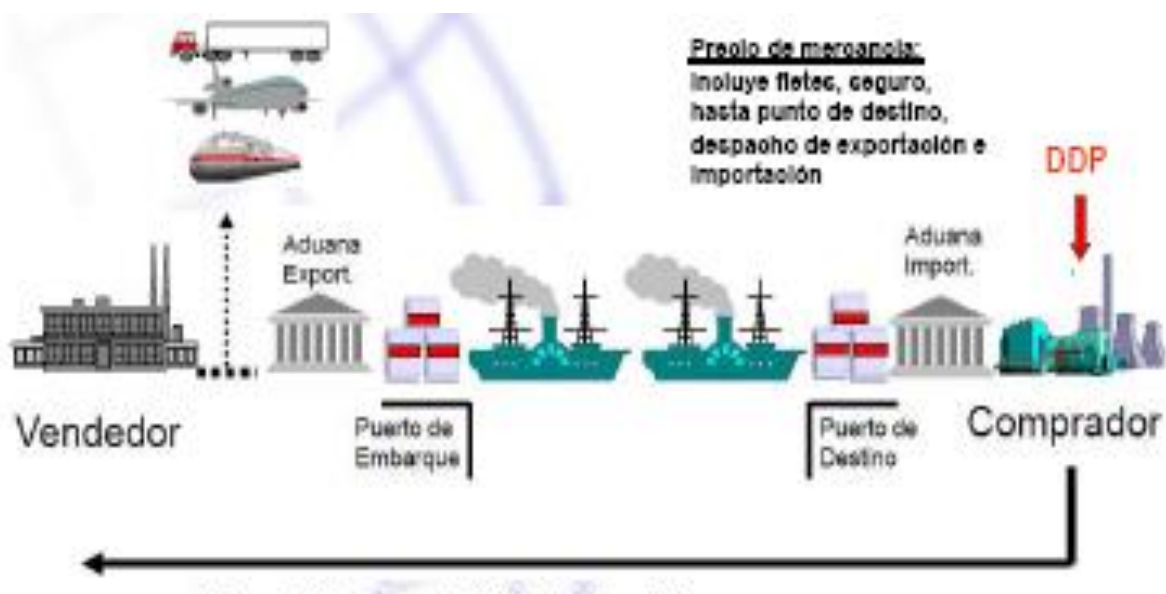
La promoción de las blusas bordadas a mano dirigida para mujeres otavaleñas se realizará por medio de la página web y las redes sociales de la empresa, así como también por participaciones en ferias internacionales realizadas por la institución pública PRO ECUADOR.

3.4.4.5. Logística y transporte (Distribución física internacional)

El proceso logístico para llevar a cabo la exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano parte con el abastecimiento de la materia prima y demás insumos para su elaboración, consiste en gestionar correctamente los costos de transporte interno, transporte internacional y la documentación necesaria para legalizar la exportación, todo este proceso es conocido técnicamente como logística internacional.

Para la exportación de las blusas otavaleñas se utilizará el termino de negociación DDP Delivered Duty Paid (entregada derechos pagados-lugar de destino convenido), el cual es aplicable para todos los tipos de transporte, para el caso de las blusas otavaleñas se realizará en el medio de transporte aéreo, siendo el exportador el responsable total de hacer llegar la mercancía hasta las bodegas del importador en un tiempo no mayor a tres días; y cubriendo los gastos de flete, seguro, y despacho de exportación e importación en el lugar de destino convenido.

En la siguiente gráfica se muestran todos los procesos que incurren las mercancías desde su punto de salida hasta llegar al lugar de destino.



3.4.4.6. Incoterms 2010

Los incoterms 2010 es un término de negociación internacional que determina cual es el inicio y el final de las responsabilidades tanto del exportador como el importador, hasta que la mercancía llegue al punto convenido por las dos partes.

A continuación, se presenta toda la logística que una mercancía requiere para llegar al importador.

Gráfico 12. Incoterms

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

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■ Vendedor ■ Comprador ■ Vendedor / Comprador

Fuente: Imágenes Google

Como se mencionó anteriormente para la exportación de las camisas o blusas otavaleñas bordadas a mano se utilizará el término de negociación internacional DDP (Delivered Duty Paid), mismo que se caracteriza por ser aplicable para cualquier medio de transporte internacional, cuya responsabilidad total del proceso de envío lo asume el exportador, hasta que la mercancía llegue a la bodega del importador.

3.4.4.7. Matriz de exportación

Tabla 15. Matriz de exportación

Término de negociación	Descripción	Valor
Ex Work	Costo producto (100 u)	4000,00
FCA	Embalaje	7,00
CPT	Transporte interno	3,00
CIP	Transporte internacional	105,40
	Seguro Internacional	400,00
	Estiba	1,00
DAT	Desestiba	2,00
DAP	Monta Carga	2,00
DDP	Pago de impuestos (21%)	946,13
	Transporte interno de destino	35,00
	Total exportación	5501,53
	Utilidad 140%	7702,15
	PVP	13203,68
	PVP/Unitario USD	132,04
	PVP/Unitario Euros	112

Fuente: SADECOM

Autor: Autoría propia

De acuerdo a la cotización realizada por el Sistema Aéreo de Comercio SADECOM de Otavalo-Ecuador para la exportación de 100 blusas otavaleñas bordadas a mano vía aérea hacia Barcelona-España se puede determinar que incurriendo los costos de toda la logística que intervienen en los INCOTERMS hasta que el producto llegue al lugar convenido en un tiempo aproximado de tres días , y aplicando una utilidad del 140% las blusas otavaleñas en Barcelona tendría un precio de venta al público de USD 132.04 (112 EUROS).

3.5. ANÁLISIS FINANCIERO

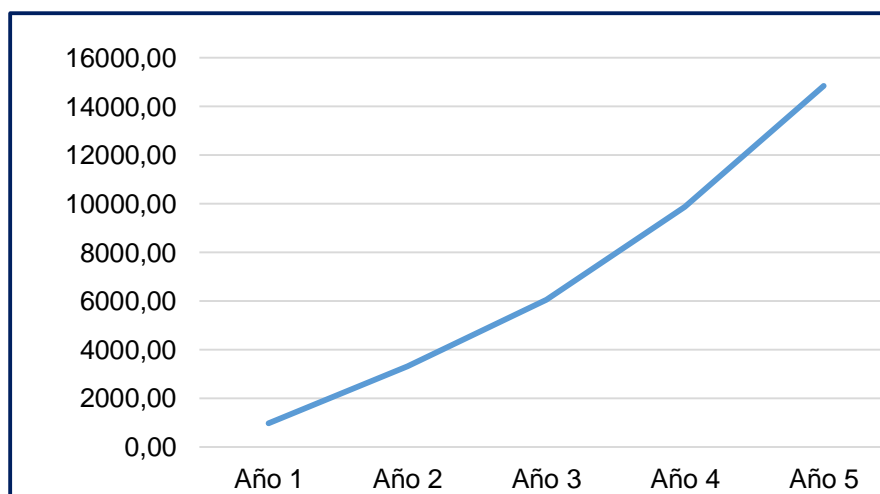
3.5.1. Pronóstico de Ventas

Tabla 16. Pronóstico de Ventas

Descripción	Proyección ventas				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	13203,68	17679,73	22412,46	28856,04	37152,15
Costo de ventas	4000,00	4120,00	4243,60	4370,91	4502,04
Utilidad Bruta	9203,68	13559,73	18168,86	24485,13	32650,11
(-) Gastos	7676,53	8306,83	8556,03	8812,72	9077,10
Gasto sueldo	5575,00	6142,25	6326,52	6516,31	6711,80
Gasto exportación	1501,53	1546,58	1592,98	1640,77	1689,99
Gasto servicio básico	600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
Utilidad antes de impuestos	1527,15	5252,90	9612,82	15672,41	23573,02
15% Participación trabajadores	229,07	787,93	1441,92	2350,86	3535,95
22% Impuesto a la Renta	335,97	1155,64	2114,82	3447,93	5186,06
Utilidad Neta	962,10	3309,33	6056,08	9873,62	14851,00

Autor: Autoría propia

Gráfico 13. Pronóstico de Ventas



Fuente: Imágenes google

De acuerdo a la tabla N°16 la proyección de ventas realizadas para la comercialización de blusas otavaleñas bordadas a mano durante los cinco años posteriores y considerando los costos básicos que la empresa Sinaí Artesanías incurriría para el desarrollo de esta actividad en cada año, se puede determinar que durante el primer año en la venta de 100 unidades tendría una utilidad neta aproximada de UDS. 962,10, en el segundo año en la venta de 130 blusas se aproxima generar una utilidad neta de USD. 3309,33, en el tercer año 160 unidades con una utilidad neta de USD. 6056,08, posteriormente 200 unidades anuales con una utilidad neta aproximada de USD. 9873,62, y en el último año se pretende vender 250 blusas lo cual generaría una utilidad neta de USD 14851.

3.6. VALIDACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En las instalaciones de la empresa Sinaí Artesanías, con la presencia de seis miembros de la empresa y la autora del presente trabajo, se llevó a cabo una reunión para realizar la presentación, así como también la aprobación del plan de exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano.

3.7. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE VALIDACIÓN

Tabla 17. Resultados de la encuesta de validación

ESCALA DE VALORES	1	2	3	4	5
	Muy Inadecuado %	Inadecuado %	Regular %	Adecuado %	Muy Adecuado %
Plan de exportación propuesto a la empresa Sinaí Artesanías				16.67 %	83.33 %
La misión					100 %
La visión					100 %
El objetivo estratégico				16.67 %	83.33 %
Los valores corporativos					100 %
Organigrama estructural				33.33 %	66.67 %
Ficha técnica del producto					100 %
La segmentación de mercado					100 %
El medio de transporte aéreo					100 %
El envase y embalaje					100 %
Barcelona como mercado meta					100 %
Proyección de ventas de las blusas dentro los siguientes cinco años					100 %
Valoración Total del proyecto				16.67 %	83.33 %

Fuente: Empresa Sinaí Artesanías

Autor: Autoría propia

En la tabla N° 15 se puede observar que en la encuesta realizada a los expertos acerca de la validación de los resultados de investigación la mayoría de los miembros consideran y aprueban la propuesta del plan de exportación.

Cinco personas, es decir el 83.33% manifestaron que están muy de acuerdo con la misión, visión y valores corporativos planteados ya que les permite tener un direccionamiento estratégico más organizado, el 100% están muy de acuerdo con la

ficha técnica realizada puesto que ya tienen todos los datos de las blusas de forma ordenada. De la misma manera el 100% de los miembros expresan que están totalmente de acuerdo con la ciudad de Barcelona como mercado meta seleccionado; y la proyección de ventas dentro de los cinco años les da mayores expectativas de desarrollo económico.

CONCLUSIONES PARCIALES DEL CAPÍTULO III

A través del modelo del plan de exportación de John Daniels se logró determinar las conclusiones siguientes:

- Se planteó la misión, visión, objetivos y valores compartidos que ayudará a la empresa Sinaí Artesanías desarrollar sus actividades de una manera más ordenada y eficiente.
- Se establecieron las estrategias de marketing mix a través de la aplicación de las 4P, en el cual se diseñó una ficha técnica con las características más importantes de las blusas otavaleñas, se determinó las medidas de cuidado y seguridad del producto; y el mercado meta de mujeres otavaleñas residentes en Barcelona-España al cual están dirigidas las blusas.
- Se realizó el pronóstico de ventas de las blusas otavaleñas durante los cinco años posteriores, en el cual se evidenció una rentabilidad muy positiva para la empresa Sinaí Artesanías.
- Se validó los resultados de la investigación a través del método de expertos, considerándose como expertos a los miembros de la empresa Sinaí Artesanías, debido a que son los principales beneficiarios del plan de exportación, en el cual los miembros manifestaron la satisfacción del 83.33% con la propuesta.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado el proyecto de investigación se llega a las siguientes conclusiones:

- El análisis de los antecedentes y tendencias de las exportaciones de las blusas otavaleñas bordadas a mano realizada mediante el estudio bibliográfico permitió fundamentar las bases teóricas necesarias para diseñar el plan de exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías.
- El diagnóstico realizado sobre la situación actual que presenta la empresa Sinaí Artesanías arrojó que es necesario que exista la oferta exportable competitiva de blusas otavaleñas bordadas a mano.
- Mediante el estudio de mercados realizado se determinó que la exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías debe realizarse a la ciudad de Barcelona-España.
- Se diseñó el plan de exportación para las blusas otavaleñas bordadas a mano de la empresa Sinaí Artesanías de Otavalo-Ecuador hacia el mercado español.
- Se validaron los resultados de la investigación mediante una encuesta de expertos, aplicado a los principales integrantes de la empresa Sinaí Artesanías.

RECOMENDACIONES

Las principales recomendaciones son:

- Aplicar el plan de exportación, resultado de la presente investigación para que la empresa Sinaí Artesanías, logre comercializar las blusas otavaleñas bordadas a mano en el mercado español.
- Al momento de la aplicación del plan de exportación de blusas otavaleñas bordadas a mano, si es necesario realizar los cambios y modificaciones pertinentes dentro del modelo planteado por John Daniels, y así mejorar el proceso de comercialización internacional del producto.

BIBLIOGRAFÍA

- AITE. (1 de Enero de 2017). *Asociación de Industrias Textiles de Ecuador* . Obtenido de <http://www.aite.com.ec/>
- Carpintero, L. (2013). *Políticas de Marketing Internacional*. España: : Ediciones Paraninfo S.A.
- Castaño, E., & Juan, B. (Julio de 2010). *UNIVERSIDAD DEL ROSARIO*. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/2015/1010172262-2010.pdf?sequence=1>
- COMEX. (2017). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/>
- Connect Americas . (2015). Obtenido de <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-debe-contener-un-plan-de-exportaci%C3%B3n>
- COPCI. (30 de Diciembre de 2016). *CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES*. Obtenido de <///C:/Users/GladysF/Downloads/COPCI%202017.pdf>
- Daniels, J. (2010). *Negocios internacionales: Ambiente y Operaciones* .
- De la Hoz, A. (2014). *Generalidades del Comercio Internacional*. Medellín: Centro Editorial Esumer.
- Delgado, M. y Alvarado, D. (2010). *Métodos de Investigación*. México: Perarson Educación.
- Diario El País. (3 de 8 de 2016). *Diario El País*. Obtenido de <http://www.elpais.com.co/economia/novedades-tecnologicas-en-el-sector-de-la-confeccion.html>
- Díaz, J. (2015). *Industria Textil. Revista Ekos*, 1.
- DIRECON. (2015). Obtenido de <https://www.direcon.gob.cl/preguntas-frecuentes/barreras-al-comercio-internacional/>
- EL COMERCIO . (9 de Noviembre de 2016). Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/acuerdo-union europea-negocios-ecuador-productosagricolas.html>
- El Diario. (4 de Agosto de 2015). Obtenido de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/365621-las-camisas-otavalenas/>
- EL NORTE. (31 de Marzo de 2011). *Radio Regional Independiente* . Obtenido de <http://www.elnorte.ec/otavalo/actualidad/3818-otavalenos-reconocidos-en-espana.html>
- Espín, S. (12 de Febrero de 2016). *REVISTA VISTAZO*. Obtenido de <http://www.vistazo.com/seccion/pais/el-sector-textil-en-cifras>
- Estrada, P. (2016). *Comercio Exterior y Negocios Internacionales*. Quito: Cognitio Ecuador.
- Estrada, Patricio., & Estrada, Renato . (2013). *Cómo Hacer Exportaciones*. Quito: Empredane Gráficas Cía Ltda.

- FEDEXPOR. (Diciembre de 2016). *Federación Ecuatoriana de Exportaciones* . Obtenido de <https://es.slideshare.net/FEDEXPOR/boletn-noviembrediciembre-2016>
- García, J. (Mayo de 2015). *UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA ECUADOR*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9927/1/UPS-GT000950.pdf>
- González, I. (2014). *GESTION DEL COMERCIO EXTERIOR DE LA EMPRESA*. España: Esic Editorial.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación* . México : MCGRAW Education.
- ICESI. (2010). *Universidad Icesi* . Obtenido de http://www.icesi.edu.co/ingenieria_industrial/cognos/images/stories/programacion_2010_1/canales%20de%20distribucion%20cognos.pdf
- INCEA. (2015). *Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>
- Instituto Vital. (2 de 8 de 2011). Obtenido de <http://vidaokvideos.blogspot.com/2011/08/la-blusa-historia-de-la-blusa.html>
- Jaimes, J. (02 de Octubre de 2015). Obtenido de <http://industriatextile.blogspot.com/>
- Larrea, F. (2013). *Elementos del comercio internacional*. Quito: Pacheco diseño e imprenta.
- Lema, M. (2015). *SCRIBD*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/9827387/Vestimenta-Del-Pueblo-Kichwa-Otavallo>
- MAGAP. (2016). *Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca* . Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/>
- Morales, G. (2013). Obtenido de <http://repositorio.uotavallo.edu.ec/bitstream/52000/66/1/UO-PG-CEF-2013-01.pdf>
- Nadal, P. (12 de Noviembre de 2012). Otavaleños, los Steve Jobs del mundo indígena. *Diario El País*, pág. 2.
- OMC. (2017). *Organización Mundial de Comercio* . Obtenido de http://www.wto.org/spanish/thewto_s/glossary_s/sistema_armonizado_s.htm
- Ordóñez, Michelle. (2015). La conyuntura actual del sector textil ecuatoriano. *Revista Gestión* , 1.
- PRO ECUADOR. (2017). *Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-espana/>
- ProMéxico. (2015 de 2015). *Decídete a Exportar Guía Básica* . México : Endeavour Business Connection .
- Reglamento COPCI. (28 de Marzo de 2016). *Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones* . Obtenido de <http://C:/Users/GladysF/Downloads/REGLAMENTO%20LIBRO%20V%20C>
- Roldán, M. (17 de Enero de 2016). *Actualidad Viajes* . Obtenido de <https://www.actualidadviajes.com/vestimentas-tipicas-del-ecuador/>

- Roldan, M. (17 de Julio de 2017). *ACTUALIDAD VIAJES* . Obtenido de <https://www.actualidadviajes.com/vestimentas-tipicas-del-ecuador/>
- Ruiz, I. (2012). Orígenes, evolución y contextos de la tecnología textil: la producción del tejido en la prehistoria y la protohistoria. *Revista Arqueología y Territorio*, 133.
- SENAE. (2016). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- SRI. (2017). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/31>
- Trademap. (31 de 12 de 2016). *Trademap*. Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3|1|1|1|2|1|2|1|1
- Urwin, S. (2016). *Ecuador Explorer.com*. Obtenido de <http://www.ecuadorexplorer.com/es/html/la-ciudad-de-otavalo.html>