



UNIVERSIDAD DE OTAVALO

ÁREA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PLAN DE EXPORTACIÓN DE PORTA INCIENSOS DE MADERA HACIA
PUCÓN-CHILE**

COMERCIO EXTERIOR

AUTOR: GHYSSLEIENE DAYANA SEGOVIA CONEJO

TUTOR: ING. KARLA AMANDA POZO CEVALLOS MSC. SCM.

Otavalo, Agosto, 2024

UNIVERSIDAD DE OTAVALO
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR
APROBACIÓN DE TRABAJO FINAL DE GRADO

Otavalo, 24 de septiembre 2024

Se aprueba el trabajo de grado con el tema:

Plan de exportación de porta inciensos de madera hacia Chile

Correspondiente al estudiante:

Nombre: Ghysleine Dayana Segovia Conejo

C.I: 1003128319

Para constancia firman los integrantes del tribunal evaluador:



Presidente de Tribunal de Grado

Nombre: Jorge David Mantilla Salgado, DR.

C.I: 1003112438



Tutor del trabajo de Grado

Nombre: Pozo Cevallos Karla Amanda, MSC.

C.I: 1002748620



Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Vázquez María José, MSC.

C.I: 1003626825



Evaluador del trabajo de Grado

Nombre: Mosquera López Iván Eduardo, MSC.

C.I: 1001624954

DECLARACIÓN DE AUTORÍA y CESIÓN DE DERECHOS

Yo/Nosotros, **SEGOVIA CONEJO GHYSLEINE DAYANA** declaro/declaramos que este trabajo de titulación: Plan de exportación de porta inciensos de madera hacia Chile es de mi/nuestra total autoría y que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional. Así mismo declaro/declaramos que dicho trabajo no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo como autores la responsabilidad ante las reclamaciones que pudieran presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de cualquier responsabilidad al respecto.

Que de conformidad con el artículo 114 del Código Orgánico de la Economía Social, conocimientos, creatividad e innovación, concedo a favor de la Universidad de Otavalo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos, conservando a mi/ nuestro favor los derechos de autoría según lo establece la normativa de referencia.

Se autoriza además a la Universidad de Otavalo para la digitalización de este trabajo y posterior publicación en el repositorio digital de la institución, de acuerdo a lo establecido en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior. Por lo anteriormente declarado, la Universidad de Otavalo puede hacer uso de los derechos correspondientes otorgados, por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.



SEGOVIA CONEJO GHYSLEINE DAYANA

C.C. 1003128319

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, SEGOVIA CONEJO GHYSSLEINE DAYANA, con CI, 1003128319, de la carrera de COMERCIO EXTERIOR.

Declaro que el Trabajo de Titulación "PLAN DE EXPORTACIÓN DE PORTA INCIENSOS DE MADERA HACIA PUCÓN-CHILE" es de mi total autoría y que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional.

La Universidad de Otavalo puede hacer uso de los derechos correspondientes, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Dayana", with a horizontal line underneath it.

SEGOVIA CONEJO GHYSSLEINE DAYANA

C.I. 100312831-9

CARTA DE CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Fecha: 14 de agosto de 2024

Yo, KARLA AMANDA POZO CEVALLOS, en mi carácter de tutor del trabajo de titulación: "PLAN DE EXPORTACIÓN DE PORTA INCIENSOS DE MADERA HACIA PUCÓN-CHILE", realizado por la estudiante SEGOVIA CONEJO GHYSSLEINE DAYANA titular de la cédula de ciudadanía 1003128319, declaro mediante la presente, que el proyecto del trabajo de titulación cumple con las condiciones mínimas requeridas para ser sometido a su evaluación.



ING. KARLA AMANDA POZO CEVALLOS MSC. SCM.

C.I. 100274862-0

INFORME RESUMEN DEL SISTEMA ANTI PLAGIO



Identificación de reporte de similitud: oid:3117:374268353

NOMBRE DEL TRABAJO

TRABAJO DE TITULACIÓN - DAYANA SEGOVIA 8VO COMEX.pdf

AUTOR

GHYSSLEIENE DAYANA SEGOVIA CONEJO

RECUENTO DE PALABRAS

22448 Words

RECUENTO DE CARACTERES

128285 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

104 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

7.4MB

FECHA DE ENTREGA

Aug 20, 2024 4:53 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 20, 2024 4:55 PM GMT-5

● 6% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 5% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 12 palabras)

Dedicatoria

Dedico mi trabajo de titulación en primer lugar a mi Padre Celestial, quien ha sido mi guía y fortaleza a lo largo de este camino y además me ha brindado sabiduría para la realización de este proyecto.

A mis padres, Rafael Segovia y Luzmila Conejo, por su apoyo incondicional, por su amor infinito, por ser mi fuente de inspiración para seguir adelante y cumplir con todas mis metas, por su confianza y sus sacrificios que han sido fundamentales para culminar una etapa más en mi vida.

A mi hermana, Anahí Segovia, por su gran amor, por ser mi fuente de inspiración para superarme cada día más, por apoyarme, comprenderme y creer en mí.

A mis familiares y amigos, que estuvieron presentes en todo este proceso, ya sea con una palabra de aliento, apoyo moral o simplemente con su presencia.

Con todo el amor y el aprecio, dedico el presente plan de titulación a todos ustedes, quienes han sido parte fundamental de este logro.

Agradecimiento

Primeramente, doy las gracias a mi Padre Celestial, por acompañarme en este proceso y haberme permitido superar todos los desafíos con determinación.

A mis Padres, por ser un ejemplo de superación y apoyarme a seguir adelante con mis sueños. Su amor infinito y sus consejos me han permitido llegar a culminar una etapa más de mi vida.

A mi tutora, Karla Pozo, quien me ha orientado en el desarrollo del presente plan de titulación, por su paciencia, dedicación y compromiso, que han sido fundamentales para la culminación de este proyecto.

A mis demás profesores, quienes estuvieron en mi formación académica, me impartieron sus conocimientos y me brindaron su apoyo en cada etapa de este largo proceso, para convertirme en una profesional.

A mis familiares y amigos por su apoyo y comprensión, por haber hecho de este proceso más llevadero y enriquecedor.

Mis más sinceros agradecimientos a todos quienes me acompañaron en este proceso, esperando contar siempre con ustedes, así como cada uno de ustedes siempre podrán contar conmigo.

Con amor, Dayana Segovia.

Resumen

Al hablar de importaciones y exportaciones, también se hace referencia al comercio exterior, mismo que se puede definir como el intercambio de bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Esta actividad permite a empresas de carácter nacional evolucionar a uno internacional, es decir posicionar productos locales en mercados extranjeros.

El presente plan de exportación de porta inciensos de madera diseñado para la empresa Villota Artesanías, tiene el objetivo de proporcionar tanto al exportador como al importador una guía, en donde se detallan los procedimientos y procesos necesarios para llevar a cabo con éxito la introducción del producto a un nuevo mercado. Considerando el análisis del mercado tanto nacional como internacional, requerimientos legales, costos, demanda y preferencias del consumidor final.

Dentro del análisis del mercado interno, se conoce a la empresa exportadora, el entorno en el que se desenvuelve, la competencia y su diferenciador ante ellas, sus costos de producción, márgenes de utilidad, así también, capacidad productiva, entre otras.

En cuanto al mercado externo, se detalla información sobre el destino final de las mercancías, competencia, demanda del producto, canales de distribución, costos de exportación y el precio del producto en el mercado final.

Así también se presentan, consideraciones legales, es decir documentos que intervienen dentro del procesos de exportación, mismos que son requeridos no solo en origen, si no solicitados por la Aduana en el país de destino para nacionalizar las mercancías.

El presente trabajo proporciona una guía para la implementación de estrategias de exportación, a fin de minimizar riesgos y maximizar el éxito en la comercialización de los porta inciensos de madera en mercados internacionales.

Abstract

When talking about imports and exports, reference is also made to foreign trade, which can be defined as the exchange of goods and services through different countries and their markets. This activity allows national companies to evolve into an international one, that is, to position local products in foreign markets.

This export plan for wooden incense holders designed for the company Villota Artesanías, has the objective of providing both the exporter and the importer with a guide, detailing the procedures and processes necessary to successfully carry out the introduction of the product to a new market. Considering the analysis of both the national and international market, legal requirements, costs, demand and preferences of the final consumer.

Within the analysis of the domestic market, the exporting company is known, the environment in which it operates, the competition and its differentiator before them, its production costs, profit margins, as well as, productive capacity, among others.

Regarding the external market, information is detailed on the final destination of the goods, competition, demand for the product, distribution channels, export costs and the price of the product in the final market.

This is also how legal considerations are presented, that is, documents that intervene in the export process, which are required not only at origin, but also requested by Customs in the destination country to nationalize the goods.

This work provides a guide for the implementation of export strategies, in order to minimize risks and maximize success in the commercialization of wooden incense holders in international markets.

Índice de Contenidos

1. Introducción.....	1
1.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2 Problema científico	4
1.3 Justificación	4
1.4 Objetivos	5
1.5 Estructura capitular.....	5
Capítulo I: Marco Teórico.....	7
1.1 Plan de exportación	7
1.2 Etapas de un plan de exportación.....	8
1.3 Exportación.....	13
1.4 Proceso de exportación	21
Capítulo II: Marco metodológico.....	23
2.1 Macro y micro localización	23
2.2 Empresa exportadora	24
2.3 Metodología	26
2.4 Instrumentos.....	29
2.5 Validación por expertos	30
2.6 Población y muestra.....	31
2.7 Análisis de Resultados.....	32
Capítulo 3:.....	45
Plan de exportación de porta inciensos de madera a Chile	45
3.1 Resumen Ejecutivo.....	45
3.2 Análisis Situación Actual	45
3.3 Logística y Transporte	51
3.4 Costos de Transacción	60

3.6 Gestión de Riesgos.....	61
3.7 Estrategias de mitigación	62
3.8 Flujograma de exportación	62
Conclusiones	66
Recomendaciones	67
Referencias bibliográficas.....	68
Anexos	74

Índice de Tablas

Tabla 1. Etapas de integración económica	20
Tabla 2. Tabulación de resultados pregunta 7	39
Tabla 3. Costos de Producción	47
Tabla 4. Costos Aéreos	55
Tabla 5. Costos Marítimos	56
Tabla 6. Embalajes Propuestos.....	57
Tabla 7. Medidas envase y embalaje	59
Tabla 8. Pesos.....	60
Tabla 9. Precio de compra por unidad y total.....	60

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Tipos de Incoterms 2020.....	16
Gráfico 2. Embalaje Primario-Secundario y Terciario.....	18
Gráfico 3. Mapa de la ubicación del emprendimiento.....	23
Gráfico 4. Mapa Pucón	24
Gráfico 5. Canales de Distribución.....	34
Gráfico 6. Tabulación pregunta 1.....	36
Gráfico 7. Tabulación pregunta 2.....	36
Gráfico 8. Tabulación pregunta 3.....	37
Gráfico 9. Tabulación pregunta 4.....	38
Gráfico 10. Tabulación pregunta 5.....	38
Gráfico 11. Tabulación pregunta 8.....	40
Gráfico 12. Tabulación pregunta 9.....	40
Gráfico 13. Tabulación pregunta 10.....	41
Gráfico 14. Tabulación pregunta 11.....	41
Gráfico 15. Tabulación pregunta 12.....	42
Gráfico 16. Tabulación pregunta 13.....	42
Gráfico 16. Comuna de Pucón – Distribución de Actividades Económicas.....	49
Gráfico 17. Descripción Arancelaria.....	52
Gráfico 18. Factura Comercial	53
Gráfico 19. Certificado de Origen	54
Gráfico 20. Gráfico del envase y embalaje	59
Gráfico 21. Indicadores Económicos.....	61
Gráfico 22. Flujograma de proceso de exportación	64

1. Introducción

En un mundo cada vez más globalizado, se abren diversas oportunidades para expandir los mercados e internacionalizar productos locales. Ecuador ubicado en la costa noroeste de América del Sur, limitando al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico, que baña el perfil ecuatoriano, es conocido por las Islas Galápagos, sus playas, nevados, paisajes diversos y su rica tradición artesanal. Otavalo una de las ciudades de la Provincia de Imbabura se caracteriza por su rica cultura e historia y por ser el lugar origen del pueblo kichwa Otavalo, quienes son famosos por su habilidad para desarrollar productos artesanales elaborados en distintas materias prima como: lana de oveja, lana de alpaca, madera, entre otros. Entre los productos artesanales elaborados en madera podemos identificar los porta inciensos, mismos que destacan como artículos no solo funcionales, sino también, valorados por ser un artículo que permite decorar y brindar ambientes que incorporen un toque artesanal y elegante.

Pucón una ciudad una ciudad ubicada en la región de la Araucanía en Chile, emerge como un destino prometedor para la introducción de productos artesanales. Esto se debe a que el destino es reconocido por su belleza natural, su turismo aventura y por ende la alta afluencia de turistas, mismos que buscan no solo visitar el lugar, si no también llevarse un recuerdo de la zona, que represente cultura y tradición. Así mismo que los productos combinen diseños estéticos y funcionalidad.

El presente proyecto tiene la finalidad de dar a conocer conceptos teóricos relacionados a planes de exportación y mediante ellos diseñar un plan de exportación que se adapte a los requerimientos de la empresa Villota Artesanías. Permitiendo así al exportador conocer cuales son los requerimientos y procedimientos necesarios dentro del proceso de compra y venta internacional. A demás de identificar factores como la demanda, la capacidad productiva, el precio del producto y los riesgos existentes, con la finalidad de establecer propuestas que permitan optimizar y facilitar los diferentes procesos.

En conclusión, el presente trabajo de titulación plantea el desarrollo y propuesta de un plan de exportación con relación a los porta inciensos de madera, elaborados artesanalmente por la empresa Villota Artesanías. Este estudio aborda no solo los procedimientos para exportación, sino también un análisis de los requerimientos del consumidor final en el país de destino.

1.1 Planteamiento del problema

Situación Problemática

La globalización ha contribuido a impulsar el crecimiento económico mundial de una de las maneras más rápidas dentro de la historia, se ha dado cambios en ámbitos como la tecnología, la información, el transporte, entre otros. Así también ha impulsado el éxito en mercados emergentes, lo cual ha dado como resultado que ciento de personas hayan salido de la pobreza. (Stiglitz, 2010) Dentro de este contexto para las empresas esto ha significado el planteamiento de nuevas estrategias que les permitan alcanzar sus objetivos.

Las exportaciones son una de las formas que las empresas, microempresas y PYMES han implementado con la finalidad de adaptarse a estos mercados que permutan fácilmente, así también podemos identificar ventajas para las mismas, ya que permite conocer las exigencias de mercados internacionales al confrontar la realidad de la empresa con otras que podrían ser competencia en variables como: capacidad productiva, negociación, calidad y precio, podemos decir que esta acción es la mejor escuela de competitividad, es decir las exportaciones no solo tienen el fin de generar ingresos. (Minervine, 2015)

El sector artesanal es el segundo mayor empleador a nivel mundial y que da trabajo principalmente a mujeres, jóvenes y poblaciones rurales, sin embargo, ha recibido muy poca inversión y afronta problemas como la falta de digitalización y el desconocimiento de procesos para el acceso a los mercados internacionales. Se considera que el sector genera un impacto económico, social y ambiental a escala mundial es por esto que el ITC busca apoyar a las empresas en ámbitos como la digitalización, financiación, gestión de cadena de suministros, desarrollo y diseño de productos, comercialización, introducción y exportación. (Centro de Comercio Internacional, 2022)

Dentro del mercado artesanal los productores buscan asociarse con la finalidad de crear productos innovadores que rescaten y representen la cultura de nación, además esto les permite satisfacer la demanda global y generar un impacto relevante dentro de los mercados objetivos, así dinamizando la economía local y generando mejores condiciones económicas para las familias que se dedican a la producción de estos bienes.

Ecuador es uno de los muchos países dentro de Sudamérica que se dedican a la elaboración de artesanías. Lo que hace atractivo a Ecuador es la riqueza cultural de su gente, y es que el País de los Cuatro Mundos, hogar de 14 nacionalidades y 18 pueblos indígenas que han sabido conservar por siglos su legado cultural (Ecuador travelec, 2023). Al día de hoy, gracias al

programa de Gobierno Exporta Fácil y el apoyo del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones – PROECUADOR, los artesanos, micro, pequeñas y medianas empresas han logrado incrementar sus ingresos enviando sus productos a países extranjeros con un servicio ágil, efectivo, simplificado y a bajos costos. (PROECUADOR, 2023) Las artesanías dentro del Ecuador son variadas, estas se diferencian de acuerdo a la tradición y el entorno geográfico en el cual se elaboran, ya que cada provincia o cantón fabrican las artesanías con materiales diferentes, además sus diseños son auténticamente creados por las manos de los artesanos.

Otavalo situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura, al norte del país, se caracteriza por la gran defensa de sus tradiciones, por su talento musical y por su habilidad en la fabricación de textiles y artesanías, su mayor actividad económica está ligada a su historia y a una larga práctica del comercio, antiguamente los mercaderes los denominaban como mindaláes, comercializando sus propios productos de elaboración dentro del mercado local y promoviendo esta práctica por generaciones. (Alcaldía de Otavalo, 2024) Dentro de los principales productos de fabricación otavaleña podemos encontrar los ponchos, sacos, telares, caminos de mesa, mantas, entre otros; aunque en los últimos años también se han observado elaboraciones de productos de decoración a partir de la madera, como lo son los porta inciensos de madera los cuales han tenido gran aceptación dentro del mercado nacional tanto por locales y extranjeros que visitan la ciudad, dando lugar a despertar el interés en el mercado internacional por la variedad de diseños, colores y la interculturalidad que se reflejan en el producto final.

Los productos tradicionales de fabricación otavaleña en los últimos años han sido demandados por mercados internacionales como el de la Unión Europea, Estados Unidos, países de Centro América, el Caribe, Chile, Perú, Canadá, entre otros. No obstante productos no tradicionales como instrumentos musicales, bisutería, adornos en masilla y adornos de madera se han convertido en los nuevos atractivos para exportación a mercados internacionales. A partir del interés visto en el mercado nacional por extranjeros de productos decorativos parte la idea de promover la exportación de porta inciensos de madera al mercado Sudamericano de Chile específicamente Pucón.

Pucón es una comuna de Chile, ubicada en la Región de la Araucanía misma que cuenta con una población de 10mil habitantes, es considerada como la Capital del Turismo Aventura, ya que cuenta con un entorno privilegiado cercano a volcanes, lagos, parques nacionales, y centros termales mismos que permiten la práctica de deportes extremos llenos de adrenalina. Debido a esto Pucón se considera como uno de los principales destinos que eligen tanto nacionales y extranjeros para realizar turismo en cualquier fecha del año, además dentro de la infraestructura

del sector se observa el rescate y representación de cultura, en cuanto a su principal actividad económica se encuentra el comercio, varios locales se dedican a la venta de artesanías estas elaboradas en diversos materiales como la paja toquilla, lana de oveja, alpaca y madera tanto de producción nacional como extranjera. (Municipalidad Turística de Pucón, 2023)

Dentro de la comuna y el desarrollo del turismo y el comercio se ha podido observar la demanda de productos innovadores elaborados de madera, mismos que rescaten y representen parte de la cultura de pueblos quechuas. Actualmente dentro del mercado de porta inciensos se puede observar la oferta de productos básicos sin mucho diseño y que ofrecen una sola funcionalidad, sin embargo, estos ya no llaman la atención de turistas que demanda productos que combinen la estética y la funcionalidad, especialmente en lo que respecta a los porta inciensos.

En conclusión el mercado de Pucón Chile tiene potencial debido al interés de turistas y locales por productos decorativos elaborados en madera que sean innovadores, sin embargo, la exportación de este producto se ha visto obstaculizada por diversas razones, una de las principales es la falta de conocimiento sobre los requisitos y regulaciones que exige el mercado chileno para la importación de estos bienes y además muchos artesanos locales tampoco están familiarizados con los procedimientos y trámites que se deben generar dentro del país, lo que dificulta el proceso de internacionalización.

1.2 Problema científico

¿Como impactaría la creación de un plan de exportación de porta inciensos de madera hacia Pucón Chile, para la empresa Villota Artesanías?

1.3 Justificación

En la actualidad la exportación de artesanías se ha convertido en uno de los ingresos más significativos para los artesanos de la provincia de Imbabura, es por esto que mediante el presente proyecto de investigación se propone la exportación de porta incisos de madera hacia Chile, de esta manera se pretende lograr la introducción del producto a nuevos mercados así generando negocios con países extranjeros.

Además, el presente plan de exportación está enfocado en las líneas de investigación de la Universidad de Otavalo, en el área de globalización, negocios internacionales y sostenibilidad, en la sub línea de negocios internacionales, ya que las exportaciones e importaciones son la manera en la cual empresas de diferentes países pueden concretar la compra y venta de un bien

o servicio mediante una negociación en la que las dos partes puedan satisfacer sus necesidades o llegar a acuerdos que los beneficie.

El plan que se propone dentro del proyecto es una estrategia de internacionalización, mediante el cual se pretende dar a conocer la situación actual de la empresa, los procesos y requerimientos necesarios a seguir dentro de la logística de exportación, así también, permitirá al exportador evaluar y analizar los beneficios y riesgos de realizar negociaciones con mercados internacionales, de igual manera sabemos que los mercados extranjeros no solo deben ser vistos como una forma de generar más ingresos por el contrario también permiten a las empresas ser más competitivas y buscar mejor en aspectos como la capacidad de producción, la calidad y el precio.

Así también es una respuesta a la necesidad de satisfacer la demanda creciente de productos artesanales elaborados en madera que incluyan varias funcionalidades tanto como la de porta inciensos y también la de ser un adorno para el hogar.

Idea a defender

El diseño de un plan de exportación de porta inciensos hacia Chile, puede generar información sobre los procesos y requerimientos necesarios para que estos bienes se vendan en mercados internacionales.

1.4 Objetivos

Objetivo General

Elaborar un plan de exportación de porta inciensos de madera hacia Pucón-Chile

Objetivo Específico

- Revisar conceptos teóricos relacionados con comercio exterior, exportaciones, mercancías y acuerdos internacionales.
- Diagnosticar la situación actual y el comportamiento de la empresa exportadora, del mercado nacional y del mercado de destino.
- Desarrollar un plan de exportación en el cual se detallen los procedimientos y requerimientos necesarios para el proceso de exportación.

1.5 Estructura capitular

La estructura capitular del presente documento está cuidadosamente elaborada para ser una guía para el lector, de modo que el tema en cuestión, garantice una comprensión progresiva y

lógica. A continuación, se detalla cada capítulo y su propósito dentro del contexto de la investigación:

Capítulo 1: Marco Teórico

El desarrollo de este capítulo introduce el tema principal del estudio, estableciendo un marco teórico que permita al lector tener un base uniforme y precisa de los términos técnicos, que forman parte de un plan de exportación.

Capítulo 2: Marco Metodológico

Dentro del desarrollo del marco metodológico, se presenta el enfoque de investigación y los instrumentos empleados dentro del desarrollo del presente plan de exportación. Así también se detallan los resultados obtenidos por parte del investigador.

Capítulo 3: Plan de exportación de Porta inciensos de madera a Pucón – Chile

En este capítulo se describe el desarrollo del plan de exportación para la empresa Villota artesanías, en donde se detallan los procedimientos y requerimientos necesarios para que el proceso se implemente con éxito. Así también se presenta un análisis de riesgos y así también las estrategias de mejoras que se proponen implementar.

Capítulo I: Marco Teórico

El comercio es parte importante dentro del crecimiento y desarrollo de un país, no todas las naciones cuentan con los mismos recursos en cuanto a conocimiento y destrezas para producir todos los bienes o servicios, es por esto que mediante las exportaciones e importaciones se produce el intercambio ya sea de productos o conocimientos, mismos que permiten satisfacer las necesidades de los diferentes grupos dentro de la nación (Rodríguez, 2013). Además dentro de las exportaciones debemos considerar que se presentan también beneficios económicos no solo para la nación, sino también para las empresas mismas que mediante las exportaciones llegan a aumentar sus ganancias, de igual forma les permiten desarrollarse en un mercado competitivo. Dentro de este contexto el presente plan busca dar a conocer los procedimientos y requerimientos para la exportación de porta inciensos de madera, así también los beneficios que trae una exportación en el crecimiento de las empresas.

A continuación, el desarrollo del marco teórico tiene como finalidad establecer un conjunto de conceptos básicos que sirvan como pauta para una mejor comprensión y adecuada aplicación del plan de exportación.

1.1 Plan de exportación

Definición

Un plan de exportación es una herramienta o un documento que nos permite evaluar y analizar los pros y los contras que se pueden generar tras realizar una negociación con un mercado extranjero, además que define el mercado meta y plantea los objetivos que se desean alcanzar tras realizar la exportación. Un plan de exportación no tiene una estructura definida ya que este puede variar de acuerdo a las necesidades de la empresa, sin embargo, debe contemplar la situación actual y antecedentes de la misma, un análisis del bien o servicio, del mercado meta y los riesgos esto como aspectos fundamentales. (Moquillaza, 2021)

A demás cabe recalcar que un plan de esta naturaleza también puede ser considerada como una estrategia de internacionalización e introducción a un mercado extranjero, este va de la mano con los objetivos de la empresa ayudando a determinar e identificar la factibilidad de la operación. (Euroinnova Business School, 2023)

Es decir que mediante el desarrollo de un plan de exportación podemos obtener una guía detalla sobre los procesos y requerimientos que se deben seguir para asegurar la efectividad de su ejecución. Este plan se caracteriza por no tener una estructura determinada, si no por el contrario estar diseñada de manera flexible y adaptable de acuerdo a las necesidades específicas de cada organización, tomado en cuenta sus objetivos y la naturaleza de los productos o

servicios que ofertan. El propósito fundamental es garantizar y asegura el éxito en la introducción de bienes o servicios en mercados extranjeros, abarcando diversos aspectos económicos y organizacionales.

Importancia

Un plan de exportación es importante ya que ayuda a organizar las ideas y dan dirección para su correcta ejecución, además permite a las empresas identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que existen dentro de la organización, permiten mirar hacia el futuro creando estrategias que ayuden a adaptarse a un mercado cambiante e internacional. De igual forma permiten identificar oportunidades en los mercados extranjeros, presentan alternativas para la expansión y sirve como instrumento para los inversionistas potenciales. Así también con el presente plan se puede reconocer la posición de la empresa con respecto a los mercados externos, analizar los posibles riesgos y crear estrategias que ayuden a superarlo, aprender más sobre los mercados, los consumidores finales (preferencias en cuanto a calidad, materias, diseño, entre otros), relación con los proveedores y agentes de ventas e instituciones financieras. (Gómez & Torres, 2021)

Podemos decir que el plan de exportación es importante para las empresas por que les permite tener un esquema desarrollado y escrito sobre el cual se puede basar el crecimiento empresarial en mercados extranjeros, de igual manera ayuda a dar continuidad a las exportaciones con menores costos, mayores ganancias y optimiza el negocio. Cabe recalcar que es importante que un plan de exportación sea flexible y adaptable en caso que se presenten variaciones en el proceso.

1.2 Etapas de un plan de exportación

Un plan de exportación no tiene una estructura definida debido a que la misma se desarrolla de acuerdo a las necesidades de cada empresa, no obstante, se busca que sea flexible para ajustarse a las variaciones inherentes al proceso. Se debe entender que dentro del comercio internacional los cambios se producen se producen con rapidez, debido a que depende del comportamiento de diversos factores como la política, el transporte interno e internacional, la fluctuación de las divisas, entre otros.

A continuación, se presenta un diseño de las etapas para el desarrollo del plan de exportación y sus definiciones para una mejor comprensión de cada etapa.

Análisis de la situación actual

Análisis interno.

Dentro del plan de exportación, el conocimiento detallado de la empresa constituye uno de los aspectos fundamentales, dado que permite evaluar la historia, la situación actual y la perspectiva a futuro de la organización. Básicamente un análisis interno se define como un proceso que facilita la identificación de los recursos dentro de la empresa, es decir permite identificar las fortalezas y debilidades esto con el fin de establecer objetivos y estrategias que ayuden a aprovechar sus puntos fuertes y a mitigar los puntos débiles.

Importancia.

Podemos definir la importancia del análisis interno en siete puntos, según (Equipo QuestionPro LATAM, 2020)

- Ayuda a asignar recursos con mayor certeza
- Ayuda a identificar los puntos fuertes
- Identifica las debilidades estructurales
- Abre nuevas oportunidades de negocio
- Indica la posición de costos de la empresa
- Ayuda a prepararse para posibles amenazas
- Define la viabilidad de la empresa

Es decir, el análisis interno dentro de una organización permitirá aprovechar las fortalezas de la empresa para mediante estas plantear estrategias que ayuden a superar sus debilidades.

Historia empresarial.

Detrás de toda empresa existe una historia mediante la cual podemos conocer la forma en la que se ha ido evolucionando la misma a lo largo del tiempo. Dentro del análisis interno la historia de la empresa interviene en diversas áreas como: economía, sociedad, cultura, antropología, entre otras. Todas estas se enlazan y forman la historia de la empresa y mediante ella podemos conocer la identidad y los valores de la compañía. (Piernas, 2017)

Recurso Humano.

En la actualidad la velocidad a la cual se producen cambios en varios sectores como: el económico, tecnológico, social, cultural, legal, político, demográfico y ecológico es increíble, además se debe considerar que estas actúan de una forma conjunta y sistemática produciendo

cambios inesperados e influenciando en las decisiones que se toman dentro de las empresas. En este contexto el área de recursos humanos es uno de los más cambiantes debido a que tiene relación directa con los trabajadores o colaboradores directos, es decir está vinculada con los seres humanos quienes actúan en relación al comportamiento de varios factores ya sean estos internos o externos. Para Franklin Mayon (2019):

La gestión de los recursos humanos es primordial para las organizaciones empresariales; en las últimas décadas se ha convertido en uno de los factores fundamentales de las políticas empresariales, su impacto tiene alcance no sólo al interior de la organización, es un fenómeno que trasciende al ámbito social. El personal de una empresa, ya no es solo percibido como recurso o capital humano; además, es visto como talento humano susceptible de ser potenciado en beneficio de la gestión empresarial competitiva. (Mayon, 2019, pág. 164)

Podemos definir a la administración de los recursos humanos como el conjunto de acciones integradas que cuidan el capital humano, ya que este es el elemento principal de su capital intelectual y la base de su éxito así también tiene como objeto proporcionar habilidades y competitividad a la organización. (Chiavenato, 2009)

Producto.

Se puede definir al producto como el conjunto de atributos tangibles e intangibles que el cliente adquiere por medio de una compra cuya finalidad es satisfacer necesidades del mismo. Para Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", el producto puede definirse como:

"todo aquello, bien o servicio, que sea susceptible de ser vendido. El producto depende de los siguientes factores: la línea (por ejemplo, calzado para varones), la marca (el nombre comercial) y por supuesto, la calidad"

El producto es el resultado del esfuerzo de la una empresa, de crear un conjunto de atributos tangibles e intangibles que satisfagan las necesidades del consumidor final, así también coadyuva a alcanzar los objetivos de una organización ya sean estos lucrativos o no. (Thompson, 2023)

Situación Financiera.

Es un instrumento disponible para la gerencia dentro de una empresa, que permite conocer y evaluar el desempeño económico y financiero de la misma, así también muestra las condiciones en las que opera la organización esto con respecto al nivel de liquidez solvencia,

endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad con esto se facilita la toma de decisiones gerenciales, económicas y financieras en la actividad empresarial. (Rosillón & Marbelis, 2009) Analizar la situación financiera de la empresa debe ser considerada tanto en las pequeñas y grandes empresas indistintamente de su actividad comercial puesto que constituye una forma de medir la eficiencia operativa y evaluar el rendimiento empresarial. A demás permite identificar los puntos fuertes y los débiles de la organización lo cual ayuda al proceso de la toma de decisiones. Otros factores a considerar son las variables exógenas como la inflación que afecta directamente el valor del mercado, es decir a los activos y pasivos, es necesario considerar dichos factores con el fin de obtener un análisis completo. (Rosillón & Marbelis, 2009)

Costos

La finalidad dentro de una empresa es fabricar-comercializar o comprar-comercializar productos que sean requeridos por el consumidor, dentro del proceso de lanzar u ofertar un producto al mercado existe un proceso en el cual uno de los puntos a tomar en consideración es el costo mismo que permitirá a la organización definir el precio que el consumidor deberá pagar por adquirir el producto.

Para (Rincón , Molina, & Villareal Fernando, 2019) en su libro *“Componentes del Costo”* definen a los costos como:

“Los costos son las inversiones que se realizan con la expectativa de obtener beneficios presentes y/o futuros, por lo tanto, reconocer los costos de una actividad es reconocer el monto de la inversión realizada”

Capacidad Productiva.

La capacidad productiva de una empresa hace referencia al número de productos que se puede fabricar en un periodo determinado, teniendo en cuenta los recursos disponibles, tanto como los económicos, físicos, tecnológicos, humanos, entre otros (Niño, 2011).

Es decir, la capacidad productiva implica entender cuánta cantidad de bienes puede producir una empresa, utilizando sus recursos de manera óptima y eficiente. Esta información es de crucial importancia para la planificación estratégica y operativa de las organizaciones, ya que está vinculada con la capacidad de satisfacer la demanda del mercado y a través de ello alcanzar sus objetivos económicos y comerciales.

Análisis externo.

Consiste en detectar y analizar los eventos que ocurren en el ámbito externo de la empresa y que tienen influencia sobre la misma, debido a que estas tienen varias naturalezas y se dan en entornos diferentes las empresas no tienen control sobre las mismas. Es por esto que en la actualidad se ha vuelto tan importante el hecho de analizar e intentar crear estrategias que ayuden a la compañía a contrarrestarlas. (Hernandez M. P., s.f.)

Descripción del mercado.

La descripción de mercado consiste en el análisis detallado y estructurado de un segmento específico dentro del entorno en donde opera una empresa. Dentro de este análisis se puede incluir la siguiente información:

- Tamaño y valor del mercado (tamaño y denominación monetaria)
- Clientes potenciales
- Competencia
- Aspectos culturales

Competencia.

La competencia se puede definir como el número de empresas que integran o forman un mercado, mismas que ofertan productos iguales o similares. Dentro de ello podemos distinguir tres tipos de competencias las cuales son: competencia perfecta, monopolio y competencia imperfecta.

Competencia perfecta.

Se presenta cuando existen numerosos compradores y vendedores, quienes tienen pleno conocimiento sobre aspectos relevantes del producto, además no existen obstáculos para que las empresas ingresen o salgan a largo plazo, ya que cada vendedor tiene una proporción pequeña del mercado. En cuanto al producto ofertado por los distintos oferentes es igual y no existen muchas diferencias entre uno y otro. (Velandia, 2011)

Monopolio.

Un monopolio hace referencia a que una empresa se encuentra sola en el mercado, es decir enfrenta toda la demanda y esto le permite tener control sobre aspectos como: cuánto producir y cuál será el precio que establecerán para los clientes finales. (Velandia, 2011)

Competencia imperfecta.

Este modelo de competencia se sitúa entre el modelo de la competencia perfecta y el monopolio. Se presenta en tres variantes: la primera consiste en que dentro del mercado existe un número reducido de empresas que actúan independientemente, la oferta de cada organización afecta la política de los demás competidores, dentro de la segunda variante consiste en un monopolio de múltiples empresas, las cuales coordinan todas sus decisiones y como última variante está el duopolio, en donde solo existen dos empresas ofertantes las cuales compiten entre sí. (Velandia, 2011)

1.3 Exportación

“Exportar te desafía a pensar globalmente, a crecer, a innovar y a adoptarte. Es la mejor aventura en los negocios” Fouad Sabry.

Definición

Una exportación es una actividad comercial en la que se efectúa la venta o ya sea bienes o servicios fuera del territorio nacional (SENAE, 2024)

Según Sulser y Pedroza, la exportación es un proceso que involucra compromiso y dedicación; así como conocimiento técnico e identificación de factores clave de los mercados internacionales por parte de productores e intermediarios, que desean incrementar su participación y por supuesto sus utilidades en nuevos mercados. (Sulser y Pedroza, 2004),

Una exportación también se puede definir como el comercio legal de mercancías para uso o consumo en el extranjero, mismo que atraviesa las diferentes fronteras o mares que separan a las naciones, además las exportaciones otorgan grandes beneficios económicos al país de origen debido a que trae consigo capital extranjero al país productor, además amplía el mercado más allá de las fronteras, desarrollando la industria nacional y generando más empleo lo cual redundaría beneficios para el país. Dentro del proceso también se produce el intercambio de divisas como medio de pago las cuales son reguladas por la normativa de cada país. (Frederick, 2024)

Es decir, una exportación es el proceso de vender un bien a un país extranjero, mismo que permite aumentar las ventas y expandir la empresa a mercados internacionales, el proceso de efectuar la exportación de una forma correcta es algo complejo para las pequeñas empresas, por esto a continuación se detalla puntos a tomar en cuenta dentro del proceso de exportación.

Regímenes de Aduaneros

Los regímenes aduaneros son un conjunto de mecanismos que agilitan y facilitan las operaciones de exportación e importación están orientadas a dar un destino aduanero específico a una mercancía, en base a la declaración que el interesado presente. (TIBA, 2024)

Regímenes de exportación.

Regímenes de no transformación.

- Exportación definitiva (Régimen 40)

Es el régimen aduanero que permite al exportador la salida definitiva de mercancías en libre circulación para su uso o consumo definitivo en el exterior, sin el pago de tributos, sin embargo, debe asumir las tarifas generadas por las empresas de servicios de transporte, logística interna, entre otros. (SENAE, 2024)

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

Es el régimen que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas en libre circulación para un fin y con un plazo determinado, mismo que después de haber cumplido su propósito deberá ser reimportado sin haber sufrido o experimentado alguna modificación. (SENAE, 2024)

Según el Art. 159 (Reglamento al COPCI, 2024)

La reimportación de las mercancías exportadas bajo este régimen deberá realizarse, dentro del plazo máximo de dos años a partir de la fecha de embarque hacia el exterior, con excepción de las mercancías nacionales o nacionalizadas destinadas a la ejecución de obras o prestación de servicios, las que podrán permanecer en el exterior hasta noventa días después de la finalización del respectivo contrato u obra.

Regímenes de transformación.

- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo (Régimen 51)

Régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación dentro del territorio nacional pueden ser exportadas temporalmente al exterior o a una Zona Especial de Desarrollo Económico para su transformación, elaboración o reparación. (SENAE, 2024)

Según el Art. 164 (Reglamento al COPCI, 2024)

El régimen de exportación temporal para perfeccionamiento pasivo se podrá autorizar para el cumplimiento, en el exterior, de alguno de estos fines:

- 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.

Dentro del plazo se considera que la reimportación de las mercancías exportadas temporalmente deberá realizarse, incluyendo las prórrogas, dentro del plazo de dos años a partir de la fecha de embarque hacia el exterior.

En conclusión, la determinación de los regímenes de exportación se da de acuerdo a la función que el bien va a cumplir en el país de destino ya sea este para consumo, para reimportación o para perfeccionamiento.

Incoterms 2020

Existen diferentes formas de llevar a cabo las operaciones de comercio exterior dentro de ellos podemos mencionar el pago anticipado de mercancías, la consignación, el pago al recibir las mercancías, la cuenta abierta, entre otros. Dentro de los procesos tanto como de importación y exportación intervienen dos partes, el vendedor y el comprador mismos que crean una relación comercial a la oferta o demandar un bien, las partes establecen y firman acuerdos en donde se especifiquen las obligaciones para cada una de las partes. (Maubert Viveros, Comercio Internacional, 2015)

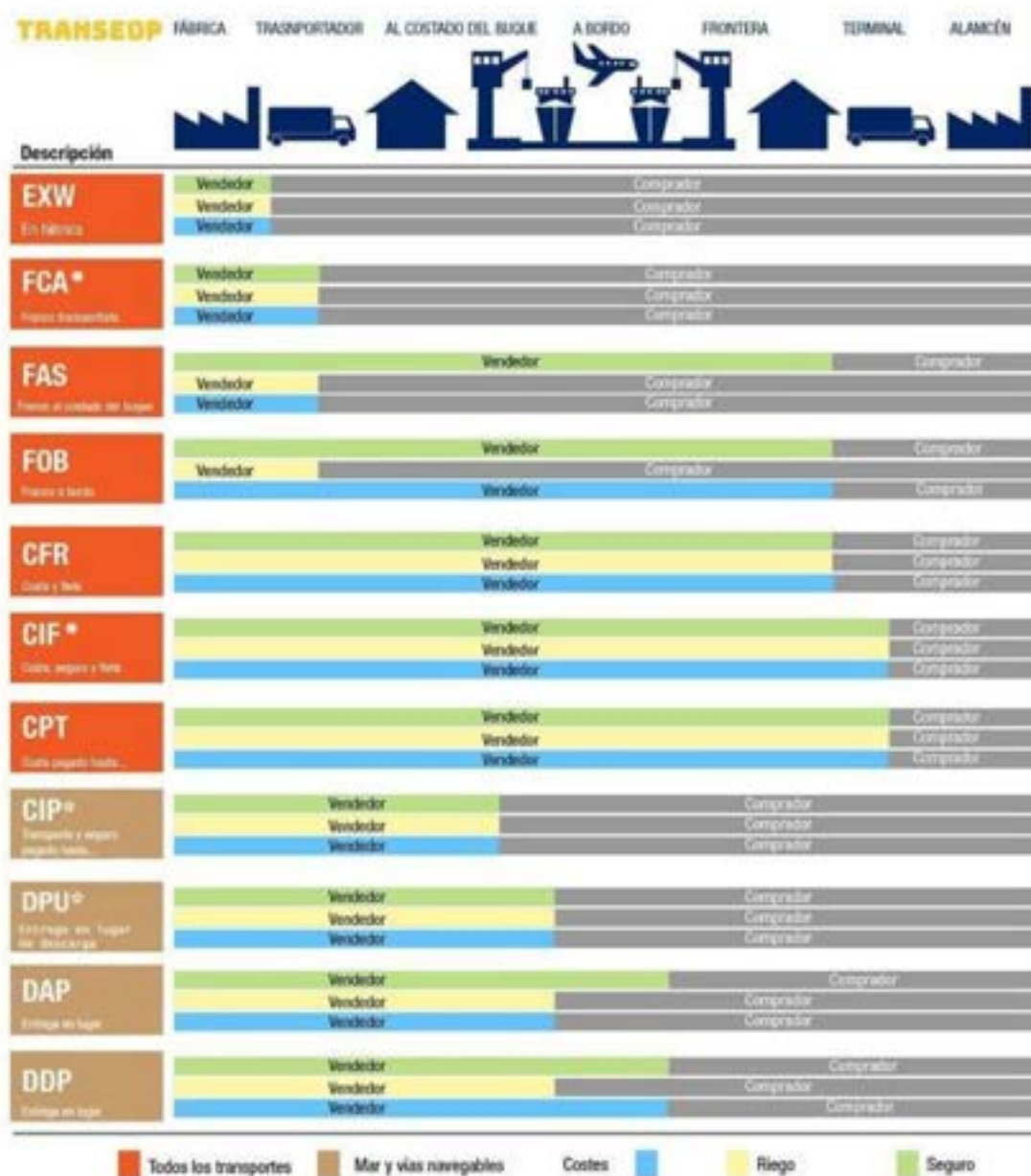
Los términos mediante los cuales se establecen las obligaciones para las partes dentro del comercio internacional se los conoce como Incoterms, estos tienen la finalidad de facilitar el manejo del comercio global y con esto evitar incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones en diferentes países, ayudan en la identificación de las obligaciones entre exportador e importador además reduce el riesgo de complicaciones legales. Estos términos de negociación determinan el punto exacto de la transferencia, el riesgo de daño y la responsabilidad de entrega de la mercancía. Sin embargo, estas no son de uso obligatorio, pero son recomendaciones reconocidas como Practica Internacional Uniforme de Comercio. (Hernández Luévano, 2013)

Los Incoterms se actualizan aproximadamente cada diez años, su última actualización fue presentada en el 2020, sin embargo, dentro de las negociaciones no es obligatorio usar su última edición ya que estas pueden ser consideradas y seleccionadas de acuerdo a las necesidades de las partes, no obstante, dentro del contrato redactado es importante poner en conocimiento que edición se está utilizando para que se lleve a cabo la operación.

Clasificación.

Dentro de los Incoterms existen 2 diferentes grupos estos son divididos con la finalidad que cumplan el 100% de su funcionalidad y se dividen en relación al medio de transporte usado para la operación. En el siguiente cuadro se especificarán los distintos grupos con relación a los incoterms 2020.

Gráfico 1. Tipos de Incoterms 2020



Referencia: (TRANSEOP, 2020)

La selección del Incoterms dependerá también del medio de transporte que se usará para el traslado de las mercancías, así como las obligaciones que cada una de las partes asumirá dentro del proceso una correcta selección puede facilitar las relaciones entre exportador e importador.

Medios de transporte

En la actualidad existen varios medios por los cuales nos podemos transportar ya sea por tierra, aire o mar, ahora bien, estos mismos nos ayudan al traslado de muchos productos de consumo que no se producen dentro de nuestra área o sector. Claudio Maubert define transportar, en términos comerciales como:

“Poner a disposición de los usuarios los productos necesarios para su utilización en el momento que sean requeridos” (Maubert Viveros, Comercio Internacional, 2009)

La elección del medio de transporte correcto es una parte fundamental dentro de las exportaciones, ya que de ello depende la conservación correcta del bien o servicio a exportar, el tiempo de llegada y los costos que intervengan dentro de la operación. Los medios de transporte utilizados dentro del comercio internacional pueden ser: marítimo, aéreo, por carretera, ferrocarril y multimodal.

Clasificación.

- Marítimo y/o aérea

Estos son los dos transportes más usados habitualmente dentro del comercio internacional, se puede decir que casi el 90% de las operaciones internacionales emplean tanto el transporte marítimo como el transporte aéreo. Las empresas de transporte internacional a través de las normas internacionales deben confeccionar y relacionar la carga en el medio de transporte (barco o avión), una vez que los exportadores o fletadores hayan cumplido con los contratos, estos en el caso marítimo se los conoce como Carta porte marítima (bill of lading) y para el aéreo como Carta porte aérea (airway bill). (Cabello Pérez & Cabello Gonzáles, 2014, pág. 191)

- Por carretera

El transporte por carretera se documenta sobre la base del Convenio Internacional de Mercancías por Carretera, firmado en Ginebra el 19 de mayo de 1956. Dentro del traslado de mercancías por carretera el documento utilizado tiene el nombre de carta porte por carreta misma que es emitida por la empresa de transporte, esta es prueba del contrato de transporte

sin embargo no es un título de crédito por lo que no es transferible. (Cabello Pérez & Cabello Gonzáles, 2014, pág. 193)

Se debe considerar que el transportista está en la obligación de transportar consigo los documentos que sustente la procedencia y el destino de las mercancías (facturas comerciales, lista de contenido, certificado de origen, entre otros).

- Ferrocarril

Dentro del transporte de mercancías por ferrocarril al documento utilizado para la operación se lo conoce como carta porte por ferrocarril (CIM), esta comprueba el contrato de transporte y el recibo de las mercancías por parte de la empresa ferroviaria y al igual que la terrestre no es un documento negociable.

- Multimodal

El transporte multimodal consiste en el porte de mercancías en dos o más medios de transporte, desde un lugar determinado en donde se realice la compra o el despacho de la mercancía, hasta el lugar de su entrega final. Dentro de esta modalidad el contrato especifica la responsabilidad del transportista, así también se debe tomar en consideración que es de carácter bilateral, oneroso y conmutativo. Este tipo de transporte es importante ya que el comercio requiere de operaciones integradas, que convienen medios de transporte y empresas, lo que demanda tanto una infraestructura adecuada como normativa legal que respalde el desarrollo de dichas operaciones. (UNASUR, 2003)

Envase y Embalaje

Es importante para las empresas tener el conocimiento de lo que implica un envase o embalaje para su producto, además de distinguir los tres tipos de envases que existen y cuál es la finalidad de cada uno de ellos. Se entiende que existen tres tipos de envases el primario, el secundario y terciario, los cuales se reflejan en el siguiente gráfico para un mejor entendimiento del mismo.

Gráfico 2. Embalaje Primario-Secundario y Terciario



Fuente: (Ar-racking, 2024)

Actualmente prácticamente el 100% de productos de consumo producidos por el hombre vienen en empaques u otros al menos tienen un adhesivo de identificación del productor o distribuidor. Claudio Maubert en su libro Comercio Internacional define al envase como:

“El contenedor que se encuentra en contacto directo con el producto para proteger sus características físicas y/o químicas”.

A demás, el diseño del envase busca generar un vínculo entre proteger el producto, la identificación y la distinción del mismo de otro en los diferentes puntos de venta, definitivamente ayuda a cumplir con los objetivos de mercadeo para comunicar al consumidor la personalidad del producto, su función y contribuir a la venta en general. (Mendoza Robledo, 2018). En la actualidad un buen envase del producto es considerado como un diferenciador de la competencia además que puede llegar a aumentar significativamente las ganancias para la empresa que lo oferta.

En cuanto al embalaje es un proceso que sirve para recubrir o proteger un producto para su almacenamiento y transporte, también es considerado como un recipiente y el mismo puede ser de diversos materiales como: cajas de cartón, plástico, entre otros, esto de acuerdo a las necesidades de cada caso. (MME empresa de embalaje, 2024)

Los embalajes con relación al transporte internacional sirven para agrupar y transportar los productos, protegen el contenido, informan sobre sus condiciones de manejo, sus requisitos legales composición, ingredientes, entre otros. A demás sirve para asegurar que un producto llegara a su mercado final en óptimas condiciones, es por esto que las empresas se deben asegurarse de elegir un embalaje que reduzca al máximo los riesgos que corren las mercancías en su trayecto de distribución. (Mora, 2014)

1.3.6 Integración económica

En cuanto a integración económica podemos citar varios autores con la finalidad de obtener una definición más concreta.

Bela Balassa define la integración económica como *“un estado de cosas basado en la falta de discriminación entre las unidades económicas del área integrada”*, en tanto Gunnar Myrdal *“es estado de cosas caracterizado por idénticas oportunidades tanto de productores como de consumidores entre países y dentro de cada uno de ellos”*.

Jean Baptiste Duroselle propone que *“el concepto de integración económica va mucho más lejos. No se trata ya de aduanas comunes y de “zona de intercambio”, sino de una fusión total de las economías que implica una completa movilidad de las mercancías, de los capitales, de*

las aduanas, un mismo sistema bancario, una seguridad social de nivel idéntico y, finalmente la misma moneda”

(Sosa Carpenter, 2014) en su libro Principios y Fundamentos del Comercio Global Internacional define como integración económica como *“el proceso mediante el cual dos o más mercados nacionales, previamente separados, se unen para formar un solo mercado de dimensión más idónea”*

Estas son algunas de las definiciones dadas por diversos autores, en síntesis, podemos definir la integración económica como un proceso de asociación entre dos o más países que se caracteriza por otorgar condiciones equitativas para las partes. A demás tiene como finalidad establecer medidas económicas que encaminen a eliminar formas de discriminación como el bloqueo comercial, así también promueve la transferencia tecnológica, bienes, servicios, entre otros.

A continuación, se representan las etapas de integración y que aspectos que vinculan cada una de ellas:

Tabla 1. Etapas de integración económica

Etapa/	Liberación Comercial Común	Política Comercial Común	Libre Flujo de Factores de Producción	Política fiscal, monetaria y un gobierno común
Tratado de Libre Comercio	X			
Unión Aduanera	X	X		
Mercado Común	X	X	X	
Unión Económica	X	X	X	X
Unión Política	X	X	X	X

Elaborado por Autor

Fuente: (López S. , 2018)

1.4 Proceso de exportación

El proceso de exportación es un conjunto de actividades y tramites a cumplir por las empresas, necesarios para la venta y comercialización del producto en un mercado extranjero (Mjgutierrez, 2022).

Es importante para las organizaciones que desean internacionalizarse tener en cuenta las etapas del proceso de exportación debido a que la misma permitirá tener una estructura y una guía correcta para llevar a cabo una exportación efectiva. A demás concede la capacidad de llevar un control más minucioso en cada etapa dentro del proceso, mediante el cual se pueden identificar falencias y buscara el planteamiento de soluciones.

1.4.1 Registro de Exportador (Ecuapass)

Requisitos.

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes – RUC ante el Servicio de Rentas Internas - SRI
- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica.
- Instalación del sistema Ecuapass, para tal efecto se cuenta con un navegador basado en Mozilla Firefox, permite instalar y configurar complementos necesarios de JAVA, Flash Player y PKI automáticamente, el cual puede ser descargado desde el link: www.aduana.gob.ec/senae-browser-descargas/
- Asociar cédula del representante legal
- Asociar nombramiento del representante legal

Procedimiento.

El procedimiento en cuanto al registro de operador de comercio exterior en el sistema informático Ecuapass para realizar transacciones de comercio exterior (importador/exportador), es el siguiente:

1. Ingresar al sistema informático Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec>) y dar clic en la opción “Nuevo Registro”

1.1 Seleccionar la opción “Solicitud de Registro de Usuario de Representante de Comercio Exterior” y registrar la siguiente información:

- Información de Empresa.
- Datos del Representante Legal en el SRI.

- Información de Representante de Comercio Exterior.
- Información de Operación: Seleccionar la opción "Imp/Exportador"
- Información de Certificado Digital

1.2 Adjuntar la documentación correspondiente

1.3 Registrar y firmar la solicitud de usuario de comercio exterior.

También se debe considerar que el resultado del registro realizado, es decir la aprobación o rechazo de la solicitud, así como el motivo de rechazo en el caso de que corresponda, puede ser consultado siguiendo los siguientes pasos:

1. Ingresar al sistema informático Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec>) y dar clic en la opción 3.2.8 Resultado de Registro de Usuario.
2. Colocar el número de RUC de la empresa y número de identificación del usuario registrado.
3. Finalmente dar clic en el botón "Consultar".

¿Porque es rechazada una solicitud?

Los motivos por los que regularmente una solicitud de registro de importador OCE importador/exportador es rechazada son los siguientes:

Estado diferente a activo en la Superintendencia de compañías.

Dirección no valida.

No es el representante registrado.

Los pasos a seguir según cada tipo de rechazo son los siguientes:

- Estado diferente a activo en la Superintendencia de compañías: Una vez actualizada la situación de la empresa ante la Superintendencia de Compañías, debe realizar la nueva solicitud de usuario en el Ecuapass.
- Dirección no valida: En el campo "Dirección" debe registrarse la dirección de manera detallada, de ser necesario puede usar referencias.
- No es el representante registrado: Solo puede realizar la solicitud el representante legal.

Fuente: (Portal Único de Trámites Ciudadanos, 2024)

Capítulo II: Marco metodológico

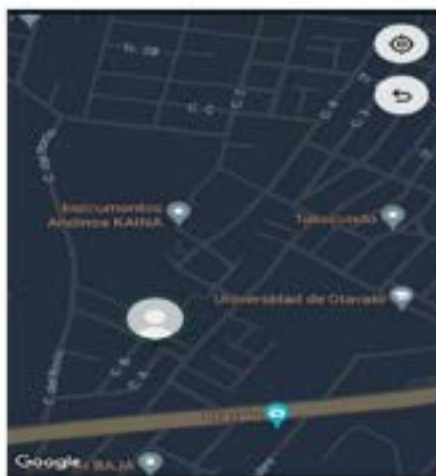
2.1 Macro y micro localización

2.1.1 Macro y micro localización del exportador

Otavalo situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura, al norte del país, cuenta con un población de 125.785 habitantes (Alcaldía Ciudadana Otavalo, 2024), se caracteriza por la gran defensa de sus tradiciones, por su talento musical y por su habilidad en la fabricación de textiles y artesanías, su mayor actividad económica está ligada a su historia y a una larga practica del comercio, antiguamente los mercaderes los denominaban como mindaláes, comercializando sus propios productos de elaboración dentro del mercado local y promoviendo esta práctica por generaciones. Dentro de los principales productos de fabricación otavaleña podemos encontrar los ponchos, sacos, telares, caminos de mesa, mantas, entre otros; aunque en los últimos años también se han observado elaboraciones de productos de decoración a partir de la madera, como lo son los porta inciensos de madera, los cuales han tenido gran aceptación dentro del mercado nacional tanto por locales y extranjeros que visitan la ciudad, dando lugar a despertar el interés en el mercado internacional por la variedad de diseños, colores y la interculturalidad que se reflejan en el producto final. (Alcaldía de Otavalo, 2024)

Villota artesanías se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, en la ciudad de Otavalo específicamente en la Ciudadela Vitelma Dávila, en las calles Geranios y Girasoles, esquinero. A continuación, se presenta un mapa con la ubicación exacta del emprendimiento.

Gráfico 3. Mapa de la ubicación del emprendimiento



Referencia: (Google Maps, 2024)

2.1.2 Macro y micro localización del importador

Pucón es una comuna de Chile, ubicada en la Región de la Araucanía misma que cuenta con una población de 28 523 habitantes, es considerada como la Capital del Turismo Aventura, ya que cuenta con un entorno privilegiado cercano a volcanes, lagos, parques nacionales, y centros termales mismos que permiten la práctica de deportes extremos llenos de adrenalina. Debido a esto Pucón se considera como uno de los principales destinos que eligen tanto nacionales y extranjeros para realizar turismo en cualquier fecha del año, dentro de la infraestructura del sector se observa el rescate y representación de culturas. En cuanto a su principal actividad económica se puede hacer referencia al comercio, contando con varios locales que se dedican a la venta de artesanías elaboradas en diversos materiales como la paja toquilla, lana de oveja, alpaca y madera, productos que han sido producidos nacional como internacionalmente, pero que su comercialización fortifica la economía y el dinamismo de la comuna. (Municipalidad Turística de Pucón, 2023)

Gráfico 4. Mapa Pucón



Referencia: Google Maps

Fuente: (Google Maps, 2024)

2.2 Empresa exportadora

Tomando en consideración factores como la calidad y la variedad de diseños del producto que oferta la microempresa, así también la cercanía y la amistad existente entre el exportador e importador se ha seleccionado a la empresa Villota Artesanías como la proveedora de los porta incienso de madera, mismos que serán exportados hacia Pucón-Chile. También se ha considerado que Villota Artesanías es una de las microempresas dentro de la ciudad de Otavalo con mayor experiencia dentro del mercado nacional y por esto tiene la capacidad de adaptarse

a las necesidades y gusto de los consumidores. En resumen, esta empresa se fundamenta en su experiencia y en su capacidad de adaptarse a las necesidades de mercados extranjeros si así se requiriera.

Historia de la empresa

Villota Artesanías es una microempresa familiar que nace hace más de 30 años en la ciudad de Otavalo, en sus inicios se centró en la elaboración de productos a base de mullos (plásticos, tagua, cristal, entre otros) como pulseras, aretes y collares. Con el paso del tiempo incorporaron más productos a su cartera, como duendes, artesanías y bisutería en plata, muchas de estas elaboradas y otras compradas a mayoristas dentro del sector. La idea de la elaboración de porta inciensos, nace aproximadamente hace 10 años de las manos de Carlos Villota; un joven que tras recorrer algunos lugares del país y trabajar en distintas labores, decide asentarse en su ciudad natal y seguir con la empresa familiar elaborando y comercializando artesanías, aunque esta vez ingresa con una nueva idea, elaborar porta inciensos como un producto diferente y personalizado; en sus principios estos eran elaborados solamente de barro en presentación de ollas, sin embargo, gracias a los recorridos realizados, y tomando en cuenta la observación de artesanías en diferentes lugares, surge la idea de incorporar la madera en las elaboraciones como material principal, esto debido a que este material le permitía realizar productos que no solo cumplieran con la función de porta inciensos, sino que también se consideraban como adornos y/o porta llaves. Incorporando más adelante a esas artesanías el “masa pan”, también conocido como porcelanato frío, entre otros; ha logrado diferenciarse y generar un plus en sus productos, que no son comunes y que tienen características que les permiten ser únicos en diseño, calidad y precio. En sus inicios la empresa no contaba con una competencia local por lo que la comercialización era mucho más fácil, sin embargo, en la actualidad dentro del sector existen tres empresas más que ofertan el mismo producto, es por esto que Villota Artesanías busca distinguirse de su competencia ofertando porta inciensos que no tengan los mismos diseños y que tengan un mejor tratamiento con sus materias primas “madera”. Cabe recalcar que los pequeños detalles han permitido a Carlos Villota llevar su producto a distintos lugares del país, aportando incluso al reconocimiento que se ha ganado como una de las 3 mejores artesanías en la ciudad de Ambato – Ecuador en el año 2022, conforme se puede evidenciar en el siguiente video <https://shre.ink/DeY>.

Cartera de productos

Actualmente dentro de la cartera de productos de Villota Artesanías se encuentran artesanías elaboradas a base de mullos (plástico, plata y cristal), cadenas, pulseras, las cuales contienen como materia prima “cordón pita e hilos” que les permite ser diferenciadas en el mercado nacional e internacional, los duendes son otro tipo de productos que se ofertan en el mercado y se encuentran en variedad de formas y tamaños. No obstante, el producto principal de Villota Artesanías hace referencia al “**porta incienso de madera**” producto que es el objeto central del presente plan de exportación, mismo que se ofrece al mercado en diferentes presentaciones relacionadas con tamaño, diseño, color, estructura, entre otros aspectos que le permiten ser personalizado y ajustarse a los gustos y preferencias del consumidor.

2.3 Metodología

2.3.1 Tipo de Investigación

Descriptiva.

Es un tipo de investigación o estudio que busca dar a conocer las características y propiedades importantes ya sea de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea objeto de análisis. (Posso Yépez, 2006)

El presente estudio adoptará un enfoque de investigación descriptiva, basándose en la recopilación y organización de datos de manera sistemática de la empresa exportadora e importadora, así también sobre los potenciales clientes en el mercado internacional. Mediante la investigación descriptiva se pretende obtener datos cualitativos que permita adaptar las características y comportamientos de los consumidores sobre el producto denominado “porta inciensos de madera”, proporcionando un panorama detallado y que sería altamente beneficioso para la empresa ecuatoriana exportadora, ya que otorga una fuerte base que compila información que será utilizada para elaborar y diseñar adecuadamente una estrategia de exportación oportuna, efectiva y que tenga como principal objetivo el maximizar las posibilidades de éxito en el mercado chileno de Pucón.

Aplicada.

La investigación aplicada se centra en la resolución de problemas, la misma busca la aplicación de conocimientos desde diferentes áreas de estudio, debido a que tienen el propósito de implementar las estrategias generadas con el fin de satisfacer necesidades concretas y dar

solución a problemas del sector social o productivo. (Biblioteca: Investigación Aplicada, Innovación y Transferencia, 2024)

Para el desarrollo del presente plan de exportación se empleó la investigación aplicada, debido a su enfoque práctico y orientado a resolver problemas específicos relacionados con la expansión internacional de los productos artesanales. El presente proyecto busca no solo dar relevancia a la teoría general del comercio internacional, si no por el contrario explorar y plantear soluciones. La investigación aplicada permitió a Villota Artesanías analizar de manera detallada aspectos importantes como las preferencias del mercado objetivo, los requisitos legales y normativos de exportación, las estrategias de entrada al mercado, y la competitividad de sus productos frente a los competidores locales e internacionales.

Así también la investigación facilitó la identificación y evaluación de las fortalezas de la empresa, como los procesos de elaboración, la calidad y la ventaja competitiva en el medio local e internacional, de igual manera permitió identificar las debilidades que podrían afectar su posicionamiento en un mercado extranjero y crear estrategias que contribuyan a minimizar dichos riesgos.

Además, la investigación aplicada permitió desarrollar un marco metodológico sólido para evaluar el impacto potencial de su entrada en mercados internacionales, minimizando riesgos y optimizando recursos. Al integrar conocimientos prácticos y científicos, esta metodología ayudó en la toma de decisiones informadas y estratégicas, aumentando las probabilidades de éxito en la expansión de mercado y asegurando que el plan de exportación fuera efectivo y adaptado a las condiciones específicas requeridas por la empresa.

2.3.2 Diseño de investigación

No experimental.

El diseño de investigación empleado en el presente proyecto fue el no experimental, este enfoque no implica la manipulación deliberada de variables independientes. Este tipo de investigación se basa en la observación y análisis de fenómenos o situaciones tal como ocurren naturalmente.

Según Hernández, Fernández y Baptista los diseños no experimentales se centran en la observación y descripción de variables, así como en el análisis de relaciones entre ellas. Estos diseños son útiles cuando no es posible o ético manipular variables, así mismo cuando el objetivo de la investigación es comprender y describir fenómenos tal como se presentan en su contexto natural. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2011)

2.3.3 Método de la investigación

Inductivo

El método inductivo, es aquel que busca inferir en las conclusiones generales a partir de observaciones específicas del objeto de estudio. La principal característica del método inductivo es que se basa en la observación y recolección de datos empíricos para generar patrones que ayuden a identificar y resolver problemas existentes dentro del objeto de estudio. En este proceso, el investigador recolecta la información mediante sus sentidos, dicha información es ordenada de manera sistemática con el fin de encontrar regularidades y patrones que permitan formular una teoría que explique los fenómenos observados. (Suárez, 2024)

El método de investigación inductivo desempeña un papel importante dentro de la elaboración del plan para la exportación de porta inciensos, ya que permite una exploración detallada y comprensión profunda de hechos específicos a través de la observación y la recopilación de datos empíricos. Además, la investigación inductiva permitió identificar casos particulares y las preferencias de los consumidores locales, con esto se facilita la adaptación de los porta inciensos conforme a las exigencias y expectativas del mercado internacional, promoviendo una entrada efectiva y sostenible en nuevos mercados.

Deductivo

El método deductivo consiste en el uso del razonamiento lógico para llegar a conclusiones, basadas en afirmaciones generales previamente establecidas. Este tipo de razonamiento parte de una premisa general, hacia lo particular. Es decir, va deduciendo conclusiones particulares. (Ucha, 2022)

Para el presente trabajo de titulación, el método deductivo permitió generar conclusiones que contribuyeron al desarrollo del plan de exportación propuesto para la empresa Villota Artesanías.

2.3.4 Enfoque Metodológico

Mixto.

El enfoque de investigación mixto, es aquel que emplea tanto elementos cualitativos como cuantitativos dentro de un mismo estudio. Tiene el fin de aprovechar las fortalezas de ambos enfoques con la finalidad de obtener una comprensión más profunda del fenómeno o problema de investigación. Dentro de la investigación mixta se identifica, la investigación cualitativa, misma que se centra en comprender y explorar los significados, experiencias y perspectivas de los participantes a través de técnicas como la entrevista, observación participante o análisis de

contenido. Por otro lado, la investigación cuantitativa se centra en la recolección y el análisis de datos numéricos con el fin de establecer relaciones y realizar conclusiones estadísticas. (Cueva Luza , Jara Córdova, Arias Gonzáles, Flores Limo, & Balmaceda Flores , 2023)

En este contexto, el enfoque de investigación empleado para la elaboración del presente plan de exportación fue el enfoque mixto, debido a su capacidad de recolectar información más profunda tanto de factores internos como externos que influyen dentro del proceso de exportación. La combinación de entrevistas y encuestas cuantitativas posibilitan un análisis amplio de los requerimientos de la empresa y a con estas bases se genera un guía con estrategias fundamentadas en evidencia empírica.

2.4 Instrumentos

Entrevista

La entrevista es la técnica mediante la cual el investigador busca obtener información de forma oral y personalizada, dentro de ella se dan los encuentros cara a cara entre el entrevistador y el entrevistado, su objetivo es recolectar información, tanto objetiva como subjetiva las cuales desprenden de la observación del investigador. Para darle validez y fiabilidad se llevó a cabo una triangulación en donde se comparó la información obtenida en las dos entrevistas. Así también comparándola con otras teorías.

En el contexto de la presente investigación para la elaboración del plan de exportación, se empleó entrevistas semiestructuradas dirigidas al propietario de la empresa exportadora como al de la empresa importadora (ubicada en Chile). Este instrumento metodológico permitió tener una comprensión integral del estado actual de la empresa nacional, en cuanto a términos de conocimiento de la competencia internacional, procesos de exportación y otros aspectos relevantes. Así también, la entrevista aplicada al importador permitió identificar como se desarrolla la industria chilena, los requerimientos y procedimientos para que el producto ingrese en el país de destino. Dentro del *Anexo I*, se pueden visualizar las entrevistas realizadas tanto al exportador, como al importador.

Encuesta

La encuesta es una técnica de recolección de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra determinada de entre la población. Mediante las encuestas se puede conocer las opiniones, actitudes y el comportamiento de la muestra. Las encuestas están diseñadas por una

serie de preguntas sobre uno o varios temas que son de importante aplicación para que obtener información relevante que ayuden dentro de la elaboración del proyecto.

El instrumento encuesta para el desarrollo del presente plan, se diseñó con un esquema de trece preguntas, mismas que se aplicarán a los clientes del exportador, se llevara a cabo de manera virtual, considerando la distancia geográfica entre los países involucrados. La aplicación de esta encuesta tiene como objetivo obtener información relevante, en cuanto a aspectos como: la evaluación de la competencia, la identificación de la demanda, la precepción de precios y otras características que complementen la investigación. La realización de este instrumento de manera virtual facilito la recopilación de datos de manera eficiente y directa con el cliente.

2.5 Validación por expertos

Con la finalidad de que la investigación realizada no solo aporte al desarrollo e internacionalización de la empresa Villota Artesanías, sino que al mismo tiempo brinde la oportunidad de que el producto ecuatoriano sea conocido en el mercado internacional y se posicione con renombre en el mercado nacional.

Tomando en cuenta que el presente trabajo de titulación puede servir como posible fuente de información para futuras generaciones, y considerando que el aporte académico a desarrollarse es considerado trascendental y fundamental para los pequeños emprendimientos de la localidad de Otavalo; se ha desarrollado la validación por expertos sobre los instrumentos de investigación que se van a utilizar en el trabajo de titulación.

Los profesionales considerados para realizar esta validación, han sido cuidadosamente seleccionados por tener experticia y dominio en los conocimientos teórico-práctico requeridos para generar un trabajo de titulación que genere un aporte consistente y primordial para la comunidad Universitaria, de tal forma a continuación se dan a conocer los expertos validadores con la respectiva justificación de su selección:

Jorge Mantilla, profesor a tiempo completo de la Universidad de Otavalo y director del área de investigación. Se decidió aplicarle la validación de los instrumentos debido a la experiencia y conocimiento especializado en metodología de la investigación. La validación de los instrumentos bajo la supervisión del Ing. Jorge Mantilla, asegura que los métodos de recolección de datos estuvieron alineados de acuerdo a los estándares metodológicos necesarios para el desarrollo del presente proyecto, minimizando posibles sesgos y asegurando la calidad de los resultados obtenido.

Así también, se aplicó la validación de instrumentos a la Ing. Johanna Morocho, docente del área de ciencias empresariales, debido a su amplia experiencia y competencia en el campo empresarial. Su rol como docente implica un amplio conocimiento del mercado y de las estrategias efectivas para el desarrollo empresarial, de igual manera su participación asegura que los métodos empleados sean rigurosos y estén alineados con las mejores prácticas académicas y profesionales, contribuyendo así a la calidad de la información recabada para la elaboración del presente proyecto.

Finalmente se seleccionó al Ing. Alexander Atiencia, experto en comercio exterior debido a su profundo conocimiento y experiencia en el ámbito del comercio internacional. Como especialista en este campo, el Ing. Alexander Atiencia posee una comprensión detallada del mercado global, las regulaciones comerciales internacionales, y las estrategias efectivas para ingresar y competir en mercados extranjeros. Su participación en la validación de los instrumentos asegura que los métodos de recolección sean adecuados y pertinentes para la obtención de información pertinente para las necesidades específicas del proyecto de exportación, así mismo aporta en la optimización de la calidad del estudio, aporta perspectivas clave que pueden enriquecer el análisis y la interpretación de los resultados obtenidos.

En el *Anexo 7*, se presentan las validaciones de los expertos.

2.6 Población y muestra

Según datos proporcionados por el importador en el país de destino en cuanto a microempresas que se dedican a la comercialización de artesanías dentro de la zona existen 7 ferias artesanales o galpones artesanales como se conoce en el sector, los cuales están conformados por aproximadamente 15 artesanos quienes ofertan productos ya sean locales, nacionales o extranjeros en su mayoría elaborados a mano, estos pueden ser desde alimentos naturales, bisutería, cosméticos elaborados a base de materias primas del sector, prendas de vestir de lana y productos elaborados a base de madera que es uno de sus mayores atractivos. Los locales comerciales que se dedican a la venta de artesanías tanto prendas de vestir como adornos elaborados de distintos materiales son 67 locales, a quienes se los considera como potenciales clientes en el país de destino y dentro del capítulo con la finalidad de obtener datos precisos, evitando sesgar la muestra, se ha tomado a esa población total para aplicar la encuesta cuantitativa desarrollada, realizando un censo al 100%; por lo que no existe la necesidad de determinar una muestra aleatoria.

2.7 Análisis de Resultados

2.7.1 Cualitativos

Reclutamiento.

Para la recolección de datos del presente proyecto, se llevaron a cabo dos entrevistas clave, una dirigida al exportador y la otra al importador, con la finalidad de presentarles el proyecto en curso y los objetivos que se pretenden alcanzar a través del diseño del plan de exportación, se coordinó previamente una fecha y hora conveniente para ambas partes, de esta manera también se garantizó un ambiente propicio y cómodo para la aplicación de la encuesta y la recolección precisa de los datos requeridos. Durante este proceso, se proporcionó a ambas partes un conjunto de preguntas estructuradas, además se compartió con los participantes la naturaleza y el alcance del estudio, asegurando así una comprensión clara de los temas a abordar y los datos necesarios para la investigación.

Reflexión sobre el propio investigador.

Para el presente proyecto como investigadora me he fundamentado en las relaciones y la cercanía que mantengo tanto con el importador, como con el exportador; es importante recalcar que la facilidad para obtener la información del presente trabajo de titulación se me ha entregado sin mayor dificultad por la empresa importadora, que ha sido fundada por mis padres y actualmente se encuentran muy interesados en recibir el producto objeto de estudio, por lo que el plan de exportación será aplicado en el año 2024 – 2025 conforme los requerimientos del mercado y la demanda de los consumidores; sin dejar de lado que, la información que ha proporcionado el exportador en la entrevista realizada ha sido fortificada por los años de amistad que mantengo con el mismo, facilitando la comunicación en lo referente a información relacionada con precios y procesos de producción, que de otro modo por ser susceptible y confidencial no habría sido conocida abiertamente para generar un documento de aporte académico como el trabajo de titulación en cuestión.

Resultados de la investigación.

Dentro de las entrevistas realizadas se pudo identificar temas específicos como:

- a) Situación actual de la empresa

En cuanto a la situación actual de las empresas, a través de las entrevistas se logró recabar información que ayuda a complementar el presente estudio. Según López (2020), (López A.

S., 2020), este análisis permite al investigador tener una visión e interpretación del estado empresarial, además proporciona datos para plantear un análisis DAFO.

En base a la información recabada se pudo obtener los siguientes datos las empresas objeto de estudio cuentan con una trayectoria ya consolidada en sus diferentes territorios, además a lo largo de los años han acumulado experiencia que les permite conocer el movimiento del mercado. Así también se identificó el segmento de mercado, mismo que se centra en comerciantes que se dedican a la elaboración, compra y venta de productos artesanales.

b) Pucón-Chile como mercado objetivo

El mercado objetivo para la exportación y comercialización de los porta inciensos de madera seleccionado fue el país de Chile, específicamente la ciudad de Pucón. Douglas da Silva define al mercado objetivo como el conjunto de clientes potenciales, quienes probablemente desean adquirir o necesitan de los productos y servicios que ofrece determinada empresa. (Silva, 2022) En este contexto los entrevistados definen a Pucón como un mercado potencial, ya que el mismo cuenta con una gran cantidad de visitantes nacionales y extranjeros quienes no solo están interesados en conocer el lugar, si no también adquirir productos como recuerdos o regalos. Además a través de la entrevista con el importador pudimos conocer que actualmente dentro de la zona los productos elaborados en madera son los más demandados, desde juguetes hasta adornos para el hogar.

c) Competencia Internacional

A partir de la información recabada se determinó que el exportador desconoce el movimiento del mercado chileno. No obstante, el importador proporciona información que nos permite analizar la competencia. Se puede identificar que dentro del mercado de Pucón existe una competencia directa, ya que varios actores se dedican a la elaboración de productos a base de madera entre ellos los porta inciensos, sin embargo, el importador considera que por los acabados y detalles que tiene el producto nacional (Ecuador) puede competir favorablemente y destacarse frente a otros productos del sector local.

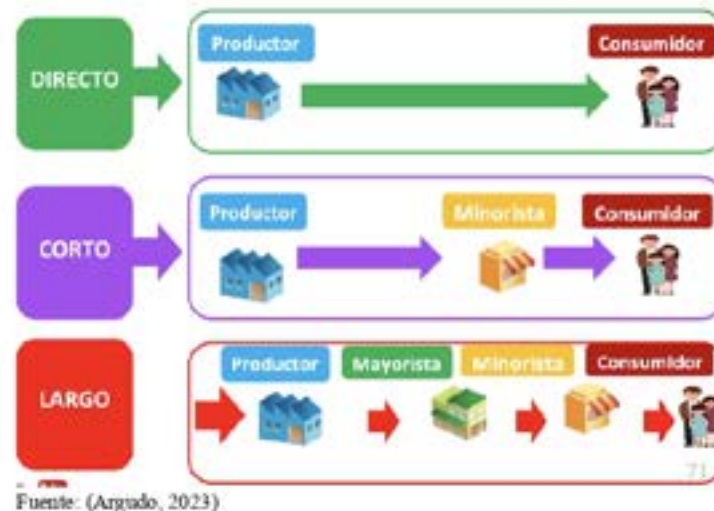
d) Procedimientos y requerimientos para la exportación

Si una empresa se proyecta a expandir su mercado objetivo a uno internacional o ampliar la cartera de productos mediante la importación es importante que los mismos conozcan los procedimientos y requerimientos necesarios para llevar a cabo la operación. Tanto el importador como el exportador conocen que uno de los requerimientos necesarios para llevar a cabo la operación es la factura comercial, así también el importador especifica que la madera debe ser tratada y se debe presentar un certificado de origen a la aduana en el país de destino.

e) Cadena de distribución en el mercado internacional

Dentro de la cadena de distribución internacional se identificó que el canal empleado es un canal de distribución largo, el cual se ha determinado en base a los canales de distribución existentes conforme se puede evidenciar en la siguiente imagen:

Gráfico 5. Canales de Distribución



Este tipo de canal permite una relación directa y más sencilla entre el exportador ecuatoriano y un distribuidor residente en Chile, lo cual facilita la comercialización e internacionalización del producto al conocer que el distribuidor maneja una cartera de clientes fija, leal y constante por lo que la venta de los porta inciensos de madera se desarrollará a mayor escala para Villota Artesanías, y brindará la oportunidad de que la artesanía nacional se posicione en el mercado extranjero a través de un partner de confianza, el cual brinda como respaldo su imagen y calidad en el mercado chileno.

Aportes a los objetivos de la investigación.

La información recabada mediante las entrevistas dirigidas al exportador y al importador ha posibilitado la obtención de datos cualitativos de gran profundidad. A través de la aplicación de las entrevistas, se logró obtener un conocimiento detallado de las dos empresas involucradas, en donde se incluyó la obtención de información como la historia empresarial, el entorno de mercado en el que operan tanto en términos de producción como de comercialización del producto, los requisitos esenciales para la exportación e ingreso del producto al mercado chileno, así como un análisis de la competencia a nivel nacional e internacional. Además, permitió conocer la estructura y dinámica de la cadena de distribución en el contexto del

mercado internacional. Esta información ha sido fundamental para la comprensión de los factores que influyen en la exportación e importación de los productos lo cual a contribuido de manera positiva en el desarrollo del presente plan de exportación.

Limitaciones.

La obtención de datos cualitativos para el presente proyecto se realizó mediante la aplicación de entrevistas tanto al exportador como el importador, dentro de este contexto se describe las siguientes limitaciones presentadas en el transcurso del proceso. La disponibilidad de tiempo por parte del importador, debido a la agenda de ferias a las que asiste durante épocas específicas del año. Así también se debe considerar que puede existir un sesgo con respecto a las respuestas proporcionadas, ya que estas pueden estar influenciadas por el afán de reflejar positivamente a la empresa.

Implicaciones.

El desarrollo de un plan de exportación tiene varias implicaciones para futuros trabajos, ya sean estos trabajos académicos o proyectos empresariales. Mediante las entrevistas generadas se obtuvo una base de información que permitirá el desarrollo del plan de exportación mismo que sirve como guía para futuros exportadores o el desarrollo de planes que se adapten a las necesidades de cada empresa. A demás mediante la información proporcionada por los interesados se genera una perspectiva más amplia tanto de la empresa productora como la del país de destino, mediante lo cual se proponen soluciones y recomendaciones para las empresas.

2.7.2 Cuantitativos

Reclutamiento.

Los datos cuantitativos fueron recabados a través de la aplicación de encuestas a posibles compradores potenciales en la ciudad de Pucón-Chile, mismos que fueron identificados y contactados mediante el importador, quien cuenta con una lista de clientes quienes actualmente adquieren otros productos que la empresa oferta dentro de su cartera de productos. En cuanto a nuevos posibles compradores se los contacto a través de los grupos generados por las asociaciones de comerciantes existentes en cada feria artesanal, mediante WhatsApp.

Estadísticas y análisis de datos.

Descripción de cada uno de los principales resultados

- a) *Adquisición actual de porta-inciensos por negocios*

En la pregunta sobre “actualmente en su negocio, ¿adquieren porta inciensos de madera?”, se obtuvo que el 50,7% de negocios encuestados actualmente no adquieren porta inciensos, en comparación con el 49,3% que si lo hace. Estos datos se reflejan en el siguiente gráfico.

Gráfico 6. Tabulación pregunta 1



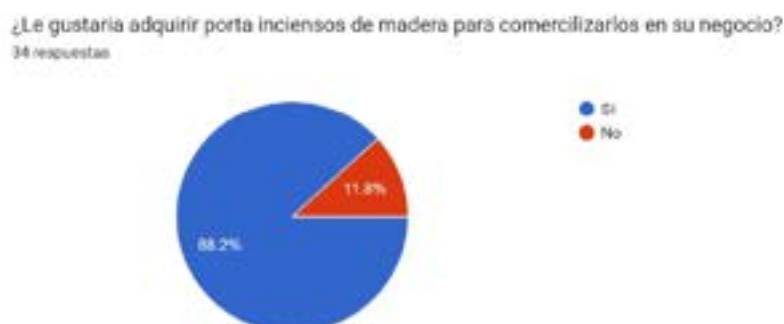
Elaborado por autor.

A continuación, se detalla las preguntas y las respuestas de los individuos que en la primera pregunta su respuesta fue negativa.

b) Interés en la adquisición de porta inciensos

En la formulación de la siguiente pregunta “¿Le gustaría adquirir porta inciensos de madera para comercializarlos en su negocio?”, misma que fue aplicada para el grupo de personas que inicialmente respondieron “No”, se obtuvo que el 88,2% si les interesa adquirir el producto, es decir están dispuestos a ampliar su cartera de productos con uno nuevo. Por el contrario, el 11,8% de la población no está interesado de adquirir el producto para comercializarlo en su negocio. Los datos presentados se visualizan mediante el gráfico adjunto.

Gráfico 7. Tabulación pregunta 2



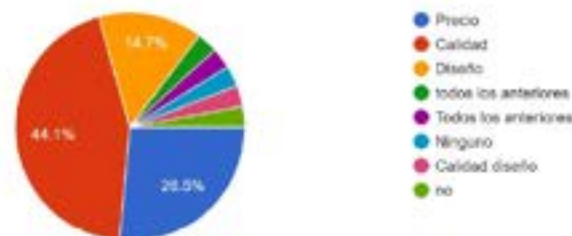
Elaborado por autor.

c) Características que motivan la compra del producto

En la formulación de la pregunta, “¿Cuál sería la característica más importante que motiva su compra al adquirir un producto nuevo para su local comercial?”, se obtuvieron los siguientes datos: el 44.1% de la población consideran y dan valor como la característica más importante a la calidad, seguido del 26.5% que expresa que el precio influye en su decisión de compra, el 14.7% valora los diseños que presente el producto es importante y el restante de la población que representa el 14.7% de la población, selecciono la variable “otros”, dentro de ella se encontraron respuestas como todas las anteriores o ninguno, esta última generado por los encuestados que no están interesados en adquirir el producto. En el siguiente gráfico se presenta los tabulados por Formularios de Google.

Gráfico 8. Tabulación pregunta 3

¿Cuál sería la característica más importante que motiva su compra al adquirir un producto nuevo para su local comercial?
34 respuestas



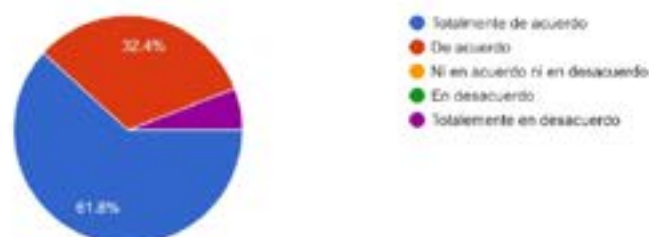
Elaborado por autor.

d) Empaque

“Considera que el empaque del porta incienso puede ser un elemento importante para su comercialización”, la pregunta antes mencionada, reflejo que el 61,8% de la población está totalmente de acuerdo en la importancia del empaque del porta incienso, el 32,4% solo está en de acuerdo y el 5,9% de la población selecciona la opción totalmente en desacuerdo, mismos datos que fueron reflejados por los individuos que en la pregunta dos, respondieron “no”. A continuación, se refleja los datos presentados en el siguiente gráfico.

Gráfico 9. Tabulación pregunta 4

Considera que el empaque del porta incienso puede ser un elemento importante para su comercialización
34 respuestas



Elaborado por autor.

e) Precio estimado

En la pregunta, “¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un porta incienso elaborado en madera? (pesos chilenos), la mayor parte de la población reflejo que el 44.1%, pagaría un aproximado de 4 000CLP a 4 500CLP, el 41,2% estaría dispuesto a pagar de entre 4 600CLP a 5 000CLP y el restante de la población que representa el 14.7% pagaría un precio de 5 100CLP en adelante por un porta incienso de madera. A continuación, se representa el gráfico de los datos mencionados anteriormente.

Gráfico 10. Tabulación pregunta 5

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un porta incienso elaborado en madera? (pesos chilenos)
34 respuestas



Elaborado por autor.

A continuación, se presentan las preguntas y respuestas proporcionadas por la población que su respuesta principal fue “Si”.

f) Demanda de porta inciensos actual

La siguiente pregunta planteada en la encuesta fue “¿Cuál es la cantidad de porta inciensos de madera que adquiere mensualmente?”, en donde se obtuvieron varias respuestas, mismas que fueron tabuladas y se calculó una la media, a continuación, se muestra el cálculo realizado.

Total, de respuestas: 33 respuestas

Respuestas consideradas: 32 respuestas

Respuestas descartadas: 1 respuesta

Unidades adquiridas entre todos los encuestados: 1253

Cálculo:

$$X = \frac{1253}{32}$$

$$X = 39$$

El promedio obtenido es de 39, mismo que es considerado como la cantidad promedio en unidades de porta inciensos que los locales comerciales adquieren anualmente.

g) Origen de los porta inciensos

¿Qué origen (país) tienen los porta inciensos de madera que actualmente oferta en su negocio?, a través de la pregunta antes mencionada, se conoció que la mayor parte de la demanda de porta inciensos es satisfecha por la oferta proveniente de Perú y Chile. A continuación, se presenta la tabulación de las respuestas obtenidas por parte de la población, y a demás se puede conocer el nombre de otros países de donde también se adquiere el producto.

Tabla 2. Tabulación de resultados pregunta 7

País	Número de respuestas
Perú	//////// = 10
Chile	//////// = 9
India	/// = 3
China	///// = 6
Ecuador	///// = 5
Península Arábiga	/ = 1
Asia	/ = 1
Argentina	/ = 1

Elaborado por autor.

h) Precio estimado de la competencia

Con la siguiente pregunta planteada, “¿Cuál es el rango de precios dentro del cual se ubica el valor unitario de la porta inciensos que usted adquiere a su proveedor actualmente? (peso chileno)”, se refleja que el 42.4% de los comerciantes pagan un valor de 5 100CLP en adelante por el producto, el 30.3% un valor de 4 000CLP a 4 500CLP y por último el 27,3% de la población adquiere los porta inciensos por un valor de 4 600CLP a 5 000CLP. Estos datos se presentan en el siguiente gráfico.

Gráfico 11. Tabulación pregunta 8

¿Cuál es el rango de precios dentro del cual se ubica el valor unitario de los porta inciensos que usted adquiere a su proveedor actualmente? (peso chileno)
23 respuestas



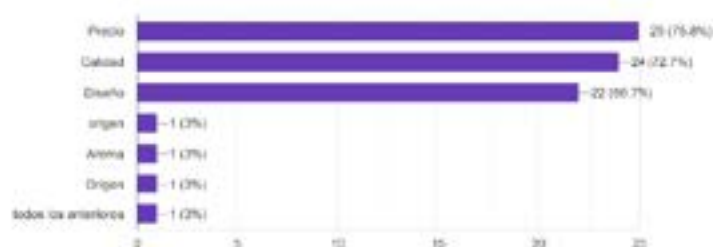
Elaborado por autor.

i) Características que debe tener el producto

En respuesta a la siguiente pregunta planteada, “¿Cuál sería la característica más importante que motiva su compra para adquirir porta inciensos de madera? (varias respuestas)” se conoció que el 75,8% de la población considera el precio como principal característica, el 72,7% considera la calidad como importante, el 66,7% de la población señala la calidad y el 12% otras características. Estos datos se ven evidenciados en el siguiente gráfico.

Gráfico 12. Tabulación pregunta 9

¿Cuál sería la característica más importante que motiva su compra para adquirir porta inciensos de madera? (varias respuestas)
23 respuestas



Elaborado por autor.

j) Productos similares

Para las preguntas, “Adicional a los porta inciensos de madera, ¿adquiere productos similares elaborado con otra materia prima?” e “Indique que tipo de materiales en porta inciensos también comercializa” se obtuvieron los siguientes datos: el 75,8% de la población menciona que si adquieren porta inciensos en otros materiales diferentes a la madera y el restante de la población que es el 24,2% solamente adquieren porta inciensos elaborados en madera o por el contrario no adquieren. Dentro de las personas que votaron si, se ve reflejado que el 48.5% de la población adquieren porta inciensos en cerámica, el 18,2% en aluminio y por ultimo el 33.3% de la población compra los elaborados a base de: metales preciosos, mármol y ninguno quienes respondieron en la pregunta anterior “ninguno”.

A continuación, se representa la tabulación de los datos mencionados anteriormente.

Gráfico 13. Tabulación pregunta 10.

Adicional a los porta inciensos de madera, ¿adquiere productos similares elaborado con otra materia prima?
33 respuestas

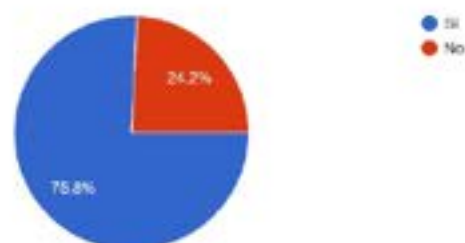
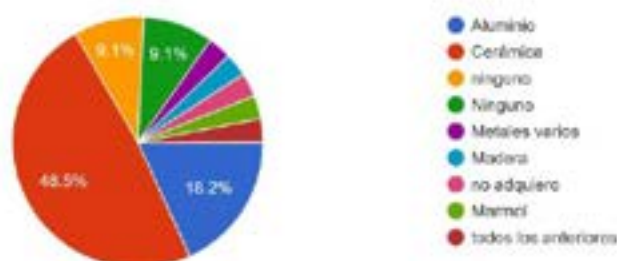


Gráfico 14. Tabulación pregunta 11.

Indique que tipo de materiales en porta inciensos también comercializa
33 respuestas



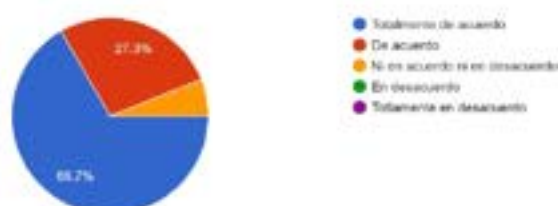
Elaborado por autor.

k) *Empaque*

La siguiente pregunta, “Considera que el empaque del porta incienso puede ser un elemento importante para su comercialización”, el 66,7% de la población que actualmente adquiere porta inciensos de madera menciona que están totalmente de acuerdo con la importancia del empaque del producto, el 27,3% expresa estar de acuerdo y el 6,1% expresa “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, lo que refleja que para ellos no es una característica importante. Los datos tabulados se presentan a continuación.

Gráfico 15. Tabulación pregunta 12

Considera que el empaque del porta incienso puede ser un elemento importante para su comercialización.
33 respuestas



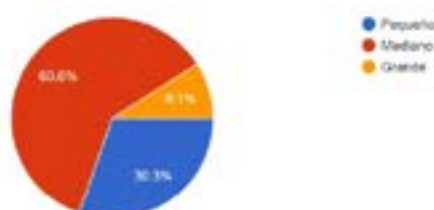
Elaborado por autor.

l) *Tamaño*

La última pregunta dentro de la herramienta encuesta es “De acuerdo a la demanda de su negocio, señale ¿qué tamaño de porta incienso es el más comercializado?”. En donde el 60,6% de la población expresa que el tamaño más comercializado de los porta inciensos es el mediano, seguido del pequeño según expresa el 30,3% de los individuos y el de menor comercialización sería el de tamaño grande expresado por el 9,1% de la población.

Gráfico 16. Tabulación pregunta 13

1. De acuerdo a la demanda de su negocio, señale ¿qué tamaño de porta incienso es el más comercializado?
33 respuestas



Elaborado por autor.

En conclusión, de acuerdo a los datos recabados mediante la encuesta, se pudo identificar dos grupos de personas, quienes actualmente adquieren el producto, mismo que se representa en menos de la mitad de la población y quienes no adquieren los porta inciensos de madera. Dentro de este último dato podemos identificar a un grupo potencial de clientes, ya que el 88,2% de la población que no adquiere actualmente los porta inciensos, si está interesado en incorporarlo en su cartera de productos

Con referencia a la población total, se pudo identificar que las características más importantes y que motivan la compra son la calidad y el precio, sin embargo, no se puede dejar de lado el diseño del producto. En cuanto al precio que los nuevos negocios están dispuestos a pagar, podemos identificar los valores entre 4 000CLP a 4 500CLP, con relación al precio que actualmente pagan los negocios que ya adquieren los productos que es de 5 000 en adelante, esto nos da a entender como investigadores, que el precio esta en relación al conocimiento de la calidad, el diseño, la demanda y otros factores, que presenta el producto.

A demás, mediante la recolección de datos se pudo identificar que el cliente potencial, si valora que el producto tenga un empaque que mejore la presentación del producto y además que facilite y asegure el transporte del mismo. Es por esto que en el siguiente capítulo se propondrá que se incorpore los tres tipos de envase.

En cuanto a la demanda del producto, se pudo obtener información del promedio de unidades que los negocios adquieren actualmente, este se refleja en un aproximado de 39 unidades, sin embargo, al analizar las encuestas individualmente se ve evidenciado que el rango entre uno y otro negocio en cuanto a la adquisición del producto es considerable, por lo que se puede concluir que dentro del sector existen negocios más grandes y con un mayor poder adquisitivo. De igual manera, se pudo identificar que el tamaño de porta incienso más comercializado es el medio, es por esto que se propone iniciar con la exportación del tamaño de porta incienso ya mencionado, con la finalidad de satisfacer las necesidades que el mercado demanda.

Software estadístico empleado.

El software estadístico empleado dentro de la recolección de datos tiene la denominación de Formularios de Google, esta es una herramienta versátil ofrecida por Google que facilita la recolección y organización de datos de manera eficiente y organizada. Mediante esta herramienta se creó el formulario con las preguntas para la aplicación de la encuesta, ya que la misma no requiere de conocimientos técnicos avanzados, por el contrario, es de fácil uso o aplicación. Así también permite personalizar la presentación con el fin de hacerlo más atractivo y relevante para los encuestados.

Reportar cualquier problema que pueda incidir sobre la validez de los resultados.

Dentro de los problemas presentados en la recolección de datos cuantitativos, se reporta que existe un sesgo en la información, debido a que las preguntas c, d y e, estaban destinadas a ser respondida únicamente por personas que cumplieran un criterio y condición específica. La condición establecida fue que en la pregunta b su respuesta debía ser positiva "Si", sin embargo, no se cumplió la condición debido a que existió un error en la programación de la encuesta online. Una vez revisadas las respuestas una a una, se conoce que existió un sesgo de información por un total de 4 individuos que respondieron el cuestionario sin cumplir las condiciones predeterminadas.

Capítulo 3:

Plan de exportación de porta inciensos de madera a Chile

3.1 Resumen Ejecutivo

Objetivo: Exportar porta inciensos elaborados de madera hacia Chile.

Empresa Exportadora: Villota Artesanías

Ubicación: Otavalo, Imbabura, Ecuador

Periodo: 2024

Producto a Exportar: Porta inciensos de madera

País de Origen: Ecuador

3.2 Análisis Situación Actual

3.2.1 Interno

Descripción del Mercado.

Otavalo es considerado el mercado artesanal más grande del Ecuador y de Sudamérica, este situado a dos horas de la Capital ecuatoriana, Quito.

Es conocido mundialmente por su población indígena, los Otavalos, una nacionalidad Kichwa de la Sierra del Ecuador, su plaza tiene la denominación de “Plaza de Ponchos”, en donde se puede encontrar una variedad de piezas artesanales provenientes de los alrededores del sector y de igual manera de otras provincias del país, sin embargo se destaca la presencia de tejidos elaborados de lana de oveja o alpaca, fabricados en las comunidades cercanas, así también se puede degustar de la gastronomía del sector. (Maresa Center, 2022)

En Otavalo, también se comercializan productos elaborados a base de otros materiales como la tagua, el hilo, mullos, alambre, madera, entre otros. En la actualidad el mercado interno de las artesanías de madera, específicamente los porta inciensos fabricados por otavaleños, representan una propuesta interesante y variada dentro de los productos ofertados en el sector. Según los datos recabados mediante los instrumentos empleados para el presente proyecto, se conoce que en el sector existen 3 microempresas familiares que actualmente se dedican a la elaboración de porta inciensos a base de madera. En cuanto a la demanda del producto en el sector, específicamente en la feria artesanal de la plaza de los ponchos, se evidencia el interés por parte de turistas locales y extranjeros quienes buscan recuerdos u obsequios innovadores, llamativos propios de la zona. Así también se comercializan en mercados y ferias de varias

provincias en diferentes épocas y festividades, de igual manera receptan pedidos de negocios distribuidos a lo largo del país durante todo el año.

Así como va creciendo la demanda del producto en el medio nacional, también crece la competencia y es por esto que las empresas necesitan estar en constante innovación, tanto como en los diseños, técnicas de marketing y mantener o mejorar la calidad de productos ofertados.

Producto. (Ficha técnica)

El producto seleccionado para el desarrollo del plan de exportación es el porta inciensos elaborado en madera. Mismo que está diseñado por la empresa Villota Artesanías de manera artesanal. Este producto se distingue por su fabricación manual en donde se ve evidenciada la destreza y creatividad de los artesanos de la empresa. Las elaboraciones son cuidadosamente examinadas una vez terminada su fabricación, proporcionando así al consumidor final una mejor experiencia y permitiéndoles valorar el trabajo manual detrás de cada porta incienso.

El producto ofertado por Villota Artesanías, tiene una presentación de tres tamaños: pequeño, mediano y grande, incorporando en su elaboración varios artículos que también son elaborados de manera artesanal.

En el *Anexo 3*, se puede observar la ficha técnica del producto, en donde se da a conocer las especificaciones del producto y la materia prima que se utiliza para la elaboración del mismo, así como también el flujo de procesos utilizado para la fabricación del producto.

Situación Financiera

Fuentes de Financiamiento

La empresa Villota Artesanías opera su negocio utilizando capital propio, es decir financia sus operaciones y actividades comerciales sin recurrir a préstamos. Esto permite a la empresa mantener un control directo sobre sus recursos y decisiones empresariales, además que mitiga riesgos financieros asociados con la deuda y mantener una mayor flexibilidad para invertir en la expansión del negocio, la mejora del mismo o la innovación de la cartera de productos.

Costos de Producción

Los costos de producción incluyen tanto la materia prima, la mano de obra y los cargos indirectos que intervienen dentro de la fabricación del producto.

Tabla 3. Costos de Producción

COSTOS DE PRODUCCIÓN			
DESCRIPCION	UNIDADES DE PRODUCCIÓN	VALOR TOTAL	VALOR POR PIEZA
DIRECTOS			
MATERIA PRIMA DIRECTA			\$2,06
<i>MADERA</i>	50	\$65,00	\$1,30
<i>PORCELNA FRIA</i>	480	\$15,00	\$0,03
<i>PINTURA DE AGUA</i>	200	\$7,50	\$0,04
<i>LACA</i>	120	\$23,45	\$0,20
<i>SELLADOR VERNIN</i>	180	\$26,50	\$0,15
<i>PEGAMENTO</i>	200	\$3,25	\$0,02
<i>TEJAS</i>	800	\$16,00	\$0,02
<i>THINNER</i>	180	\$6,40	\$0,04
<i>FLORES</i>	200	\$3,00	\$0,02
<i>PIEDRAS DE PECERA</i>	35	\$1,00	\$0,03
<i>GRANOS</i>	500	\$8,00	\$0,02
<i>VASIJAS DE BARRO</i>	1	\$0,22	\$0,22
MANO DE OBRA DIRECTA			
<i>MANO DE OBRA</i>	480	\$200,00	\$0,42
TOTAL, POR UNIDAD			\$2,48
INDIRECTOS			
MATERIALES INDIRECTOS			
<i>CARTON</i>	480	\$3,00	\$0,01
<i>PLASTICO BURBUJA</i>	130	\$12,00	\$0,09
<i>CAJA PARA LA PRESENTACIÓN</i>	1	\$0,25	\$0,25
OTROS			
<i>SERVICIOS BÁSICOS</i>	480	\$12,00	0,025
TOTAL, POR UNIDAD			\$0,37
COSTO TOTAL POR UNIDAD			\$2,85

Elaborado por autor.

Capacidad Productiva.

La capacidad productiva de la empresa Villota Artesanías con relación a la elaboración de los porta inciensos de madera es de 40 porta inciensos semanales, estos elaborados en distintos

tamaños y modelos. Sin embargo, esta cifra puede variar con relación a la demanda del mercado, mismo que varía de acuerdo a las diferentes fechas del año. En los meses de febrero, junio y noviembre, es en donde se identifica el pico más alto de producción, pudiendo llegar a un total de 120 unidades semanales, esto se encuentra influido por diversos factores como por ejemplo las ferias artesanales que se desarrollan en el país, así también son las fechas del año en donde extranjeros y residentes, visitan con mayor afluencia el sector y buscan artículos que puedan adquirir como recuerdos o para regalos. Para estas fechas específicas, la micro empresa genera plazas de trabajo, mismas que tienen el fin de cubrir la demanda nacional y en ciertos casos la internacional.

Dentro del proceso de producción cabe recalcar que Villota artesanías no solo busca aumentar el número de productos ofertados, si no por el contrario mantener y proporcionar al consumidor final un producto con acabados de alta calidad y mostrar a través de ellos el trabajo manual otavaleño y con ello resaltar las artesanías y representar la cultura de la zona.

Rentabilidad

La rentabilidad de una empresa es un indicador clave de la salud financiera y eficiencia operativa, esto permite conocer los beneficios que genera una empresa con relación a sus costos de operación. Evaluar la rentabilidad de la empresa ayuda a identificar factores que optimizan las operaciones para lograr un crecimiento sostenido y rentable.

La rentabilidad de la empresa Villota Artesanías con relación a sus costos de producción se calculan en un 40% para ventas al por mayor, y en relación a sus ventas por unidad su rentabilidad aumenta en un 105%

En la tabla 9 se pueden observar los precios tanto al por mayor y al menor en el mercado nacional.

3.2.2 Externo

Descripción del mercado.

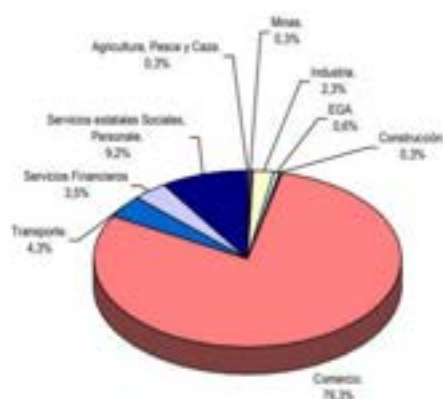
Pucón, ubicado en la región de la Araucanía al sur de Chile, es reconocido por su majestuoso volcán Villarrica y el lago Villarrica, lo cual lo hace un lugar llamativo para visitantes tanto extranjeros como locales quienes buscan belleza natural para pasar vacaciones ya sea solos o en familia, además dentro del sector también existen mercados artesanales que atraen a los visitantes ávidos de productos artesanales únicos.

El mercado artesanal de Pucón refleja la diversidad cultural existente en Chile, a través de sus artesanías y la incorporación de técnicas y estilos se puede divisar, las tradicionales de diversas

etnias indígenas como los mapuches, lafquenches, entre otros. Así también ofertan productos artesanales de países extranjeros que han sido fabricados de acuerdo a los gustos y necesidades de comerciantes del sector y tienen la misma finalidad de satisfacer al consumidor final. Los mercados artesanales de Pucón, no solo contribuyen a la economía local, también es un generador de fuentes de empleo para familias del sector. A demás es un motor importante para la conservación y transmisión de la identidad cultural chilena.

Pucón cuenta con una población de 28 523 de acuerdo al último Censo realizado en el año 2017 (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2024). En cuanto a la economía está ligada a los Servicios, centrada en el turismo y en una parte a la producción agrícola, ganadera y forestal. En el siguiente gráfico podemos observar cómo se dividen las actividades económicas dentro del sector.

Gráfico 17. Comuna de Pucón – Distribución de Actividades Económicas



Referencia: Plan de desarrollo Comunal

URL: <https://www.municipalidadpucion.cl/oldweb/web2010/para%20descarga/pladecoPucion/Inf1/Informe1.pdf>

Como se pudo observar en el gráfico 16, la mayor parte de actividades económicas según empresas del sector, el comercio refleja un 79,3%, según el Registro de Roles y Patentes de la Ilustre Municipalidad de Pucón dentro de este porcentaje se integran 206 microempresas, 57 pequeñas empresas, 7 medianas empresas y 5 grandes empresas. (Plan de Desarrollo Comunal, s.f., pág. 39)

Competencia.

En Pucón Chile, se pueden encontrar bosques de la zona lacustre en donde existe una variedad de maderas, de tonos y magníficos colores, mismos que sirven como materia prima para proveer a artesanos para la elaboración de sus piezas (Pucón, 2018). Como se describía anteriormente dentro del sector existen 67 locales que ofertan productos artesanales, elaborados a base de diversos materiales, con la información recaba en el capítulo anterior se conoció que,

si existe una competencia local, ya que parte de la demanda de porta inciensos de madera está cubierta por la oferta de artesanos locales y de otros provenientes de distintos países. Sin embargo, se considera que los porta inciensos elaborados en la ciudad de Otavalo-Ecuador tienen potencial para entrar en el mercado chileno, ya que los acabados y detalles son diferentes al de los de la competencia.

Productos Sustitutos.

Se pueden considerar productos similares a una gran variedad de artículos artesanales y decorativos que complementan ambientes relajados y espirituales. Estos se distinguen por su naturaleza meticulosamente elaborada y su capacidad para evocar sensaciones de calma y conexión espiritual. Entre ellos podemos identificar quemadores de aceite esenciales elaborados en piedra o cerámica, candelabros elaborados en metales como bronce y hierro forjado. Otros productos similares son los soportes para velas tallados en madera o piedra, estos al igual que los porta inciensos de madera sirven como accesorios decorativos y como herramientas que promueven un ambiente de paz y bien estar para el hogar o en entornos ceremoniales.

Tendencia del mercado.

En el mercado de Pucón-Chile, la demanda y oferta de productos fabricados artesanalmente en madera se ve evidenciada en los distintos lugares comerciales, que tiene una cartera extensa de bienes tallados en madera, en cuanto a la tendencia actual sobre los porta inciensos de madera es de un tamaño medio, ya que representa una demanda creciente por parte de los consumidores finales, así mismo los consumidores valoran productos que combinan tanto la buena calidad con precios accesibles, buscando elementos que complementen espacios con elegancia y funcionalidad.

Demanda.

En base a la encuesta realizada y tomando en cuenta el análisis de los resultados, se obtuvo un promedio actual de adquisición de 39 unidades por negocio comercial, esta cifra hace referencia a los 32 establecimientos que actualmente adquieren el producto de diversos proveedores. Dentro de la elaboración del presente plan de exportación se considera a esta cifra como un indicador del número de unidades de producto que podrían demandar otros establecimientos que actualmente no compran porta inciensos de madera, pero si están interesados en adquirirlo (30 negocios de artesanías).

Dentro de este contexto, cabe recalcar que las cifras obtenidas tienen tendencia a variar, debido a que la demanda cambia de acuerdo a los meses del año, por ejemplo, en los meses de diciembre, enero y febrero (temporada de verano) y en el mes de julio (vacaciones de invierno), la demanda presenta un nivel superior, sin embargo, en los meses restantes la demanda podría disminuir hasta en un 70%, dependiendo la afluencia de turistas en el sector.

Para el presente plan se considera, una proyección de participación en el mercado del 15% inicialmente, por parte de los porta inciensos elaborados por la empresa Villota Artesanías, es decir, se pretende proveer del producto a 10 locales comerciales del sector, esto debido a que se considera que la mitad de los negocios ubicados en el sector ya cuentan con proveedores fijos, sin embargo la otra mitad de negocios que no adquieren el producto, si están interesados en hacerlo, y es a quienes se los consideraría como clientes potenciales.

De tal forma, la demanda a cubrir sería de 390 unidades mensuales de porta inciensos de madera. Analizando la producción actual de 480 unidades mensuales, Villota Artesanías está en la capacidad de cubrir la demanda internacional, aunque tendrían un restante para ofertar a la demanda nacional de 90 unidades, es por esto que se propondría aumentar la producción para los meses de mayor demanda.

3.3 Logística y Transporte

Incoterms 2020

Los Incoterms 2020 son términos de negociación que permiten establecer las responsabilidades tanto del exportador como el importador, dentro de la operación comercial.

Para el presente plan de exportación en medio aéreo se estima el uso del Incoterms FCA, es decir el exportador asumirá los costos y la responsabilidad hasta la entrega de la mercadería en un lugar estimado, quiere decir que el transporte internacional es responsabilidad del importador.

En cuanto al medio marítimo, se utilizará el término en EXW, es decir será entregado en fábrica. Esto debido a que el contenedor al ser consolidado, el importador será el responsable de designar y realizar la consolidación con su agencia de confianza.

Régimen Aduanero (Exportación Definitiva (Régimen 40))

La exportación de porta inciensos de madera hacia Chile tienen un fin comercial en el país de destino, es por esto que serán despachadas bajo el régimen aduanero de exportación definitiva. Este proceso implica que los porta inciensos de madera, una vez ya exportados no podrán retornar al país de origen, además estarán sujetos a la normativa aduanera chilena, deberán cumplir con todas las regulaciones y requisitos necesarios que exigiere la normativa legal del país de destino.

Partida arancelaria

La partida arancelaria consiste en una lista enumerada de mercancías ordenadas sistemáticamente, en grupos en función de determinados criterios. Dicha numeración es utilizada con el fin de establecer los aranceles aplicables a las operaciones de comercio exterior, es decir, identifica a los productos de acuerdo a sus características.

La partida arancelaria designada para el producto "porta inciensos de madera", es la subpartida 4420.90.00.00. A continuación en el gráfico se puede observar la descripción de la partida arancelaria asignada.

Gráfico 18. Descripción Arancelaria



Descripción Arancelaria	
	Detalle
4420	Marquetrias y tarsoes; cofretilos y estuches para joyería u orfebrería y manufacturas similares, de madera; estatuillas y demás objetos de adorno, de madera; artículos de mobiliario, de madera, no comprendidos en el Capítulo 94
	- Estatuillas y demás objetos de adorno
4420.90.00.00	-- Los demás

Referencia: PUDELECO

Documentos necesarios para la exportación

Dentro de los documentos necesarios para una exportación, tenemos a la declaración aduanera de exportación, misma que se debe presentar conjuntamente con los documentos de acompañamiento y documentos de soporte.

Los documentos de acompañamiento son aquellos de control previo y están designados y detallados en las especificaciones de las subpartidas arancelarias de cada país. Con respecto a la partida arancelaria 4420.90.00.00, ésta se exime de la presentación de documentos de control previo (no tiene restricciones ni de ingreso a destino ni de salida de origen). En cuanto a los documentos de soporte, estos constituirán la base de la información de la declaración aduanera, dentro de los documentos de soporte se encuentran los documentos de transporte, factura comercial y el certificado de origen. Mismos que se detallan a continuación:

Se presenta el diseño de la factura comercial de exportación, que se utilizará para llevar a cabo la operación comercial de exportación definitiva (régimen 40).

Gráfico 19. Factura Comercial

FACTURA COMERCIAL DE EXPORTACION

FECHA: OTAVALO, 26 DE ENERO DE 2024		No # 001-101-00000003		
NOMBRE DEL EXPORTADOR: CARLOS VINICIO VILLOTA ESPINOZA DIRECCION: CIUDADELA VITELMA DAVILA TELF: 062925261 FAX: RUC # 100485994001		VIA DE EMBARQUE: MARITIMA PUERTO DE EMBARQUE: GUAYAQUIL PUERTO DE DESTINO: SAN ANTONIO -CHILE PAIS DE ORIGEN: ECUADOR PUE No# FORMA DE PAGO:		
CONSIGNATARIO: JOSE RAFAEL SEGOVIA CHIZA DIRECCION: CALLE PRIETO (VALPARAISO) TELF: +56 994676600 RUT: 21 825 657-0 CIUDAD/PAIS: SAN ANTONIO - CHILE		EMBALAJE: CAJAS DE CARTON No # DE CAJAS: 27 PESO NETO KILOS: 291,6 KG		
DIMENSIONES DE LAS PIEZAS:				
NOMENCLATURA	DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	VALOR TOTAL USD \$
442019	ECUADORIAN HANDICRAFTS HANDMADE PORTA INCENSOS DE MADERA	375	4,00	1512,00
VALOR TOTAL USD				1512,00
FIRMA AUTORIZADA				

Elaborado por tutor:

Así también, se presenta el diseño del certificado de origen ecuatoriano, el cual está sujeto al acuerdo de Complementación Económica ACE75-0017575. Este certificado de origen se obtiene mediante el sistema informático Ecuapasss, con la presentación de la ficha técnica del producto a exportarse, documento en el cual se puede verificar el tipo de producto que es y que al menos un porcentaje de la materia prima utilizada para su elaboración es nacional (Ecuador).

Gráfico 20. Certificado de Origen

ANEXO 3.2
CERTIFICADO DE ORIGEN
ACUERDO DE INTEGRACIÓN COMERCIAL
ENTRE LA REPÚBLICA DE CHILE Y LA REPÚBLICA DEL ECUADOR
Código de Form. ACE75-0017575

1. País de exportación: ECUADOR		2. País de importación: CHILE			
3. Nombre y dirección del exportador: VITICULTA ECUATORIA S.A. (C.A. S.P.A.) CALLE 1000A VITO MARIBATO Teléfono: 091251444 Correo electrónico: vitin@ecuatoria.com.ec Número de registro Social: 101607961001		4. Nombre y dirección del importador: VITICOLA ECUATORIA S.A. (C.A. S.P.A.) CALLE 1000A VITO MARIBATO Teléfono: 091251444 Correo electrónico: vitin@ecuatoria.com.ec Número de registro Social: 101607961001			
5. Nombre y dirección del importador: SAMUEL BODIVA CRIZA CALLE PRUITO (VALPARAISO) Teléfono: 5094879000 Correo Electrónico: SBAYANA@HOTMAIL.COM Número de registro Fiscal: 11818637-0					
6. Nombre y código de origen	7. Clasificación Arancelaria	8. Descripción de la(s) mercancía(s)	9. Código de Origen	10. No. Factura(s) comercial(es)	11. Cantidad y unidades medidas
	410399	PIEL DE LA FAMILIA FELIS EN MARMERA	C	001 500 UNIDADES	178 UNIDADES
12. Observación: 1 DE 2 PARTIDAS ARANCELARIAS (0100) CORRESPONDEN A 7A (0000) DE BANCOS AGRICULTOS; PONCIOS ACOLICHI (NUE)					
13. Declaración del Exportador: El que suscribe declara que las mercancías arriba designadas cumplen con la(s) condición(es) exigida(s) para la emisión de este certificado. Este certificado lo acompaña de _____ hojas, incluyéndome en los anexos.					
Nombre: _____ Fecha: 2024-01-31					
14. Certificación de la autoridad competente o entidad habilitada para la emisión de certificados de origen: Confirma la veracidad de esta declaración. Nombre: _____ Fecha: 2024-01-31					

FEDEXPOR
CORPORACIÓN ECUATORIANA DE PROMOCIÓN COMERCIAL

CHAYOBY SANCHEZ
DIRECTOR GENERAL

ECUADOR

Elaborado por autor.

Modo de Transporte (Marítimo) (Aéreo)

Los medios de transporte internacional que se puede emplear para desarrollar la exportación del producto perteneciente al presente plan de exportación, son tanto el transporte marítimo como el transporte aéreo. Los documentos de transporte dependiendo del medio exigido toma un nombre diferente, así: el Bill of Lading o B/L corresponde al transporte marítimo y el Air Waybill o AWB pertenece al medio aéreo. En el siguiente punto se detallan los costos dependiendo el medio de transporte.

Costos de Transporte

Tabla 4. Costos Aéreos

MATRIZ DE COSTOS AÉREO	
VALOR UNITARIO	\$ 4,00
UNIDADES	378
FCA (VALOR TOTAL MERCANCÍA)	\$ 1.512,00
FLETE INTERNACIONAL AÉREO	\$ 908,26
SEGURO (1% PRESUNTIVO)	\$ 15,12
VALOR EN ADUANA	\$ 2.435,38
TRIBUTOS PAÍS DE DESTINO	
VALOR EN ADUANA	\$ 2.435,38
ADVALOREM 30% (CON C.O. 0%)	\$ -
IVA 19%	\$ 462,72
VALOR TOTAL DE TRIBUTOS	\$ 462,72
COSTOS ADICIONALES PAÍS DE DESTINO	
RETIRO DE AW	\$ 150,00
HONORARIOS AGENTE ADUANERO	\$ 200,00
TRANSPORTE LOCAL EN CHILE	\$ 50,00
GASTOS DE DESPACHO AEROPUERTO	\$ 100,00
TOTAL, COSTOS ADICIONALES EN DESTINO	\$ 500,00
TOTAL, A PAGAR EN DDP	
VALOR EN ADUANA	\$ 2.435,38
VALOR TOTAL TRIBUTOS EN CHILE	\$ 462,72
TOTAL, DE COSTOS ADICIONALES EN DESTINO	\$ 500,00
TOTAL	\$ 3.398,10
VALOR UNITARIO EN PAÍS DE DESTINO	
VALOR DE PORTA INCIENSO EN CHILE (pequeño)	\$ 8,99
UTILIDAD IMPORTADOR 25% POR UNIDAD	\$ 1,80
PVP EN PUCON CHILE USD	\$ 10,79
PVP EN PUCON CHILE CLP	\$ 10.054

Elaborado por autor.

Tabla 5. Costos Marítimos

MATRIZ DE COSTOS MARÍTIMO	
VALOR UNITARIO	\$ 4,00
UNIDADES	378
FCA (VALOR TOTAL MERCANCÍA)	\$ 1.512,00
METROS CÚBICOS	2,16
VALOR DEL METRO CÚBICO	\$ 60,00
FLETE INTERNACIONAL AÉREO	\$ 129,60
SEGURO (1% PRESUNTIVO)	\$ 15,12
VALOR EN ADUANA	\$ 1.656,72
TRIBUTOS PAÍS DE DESTINO	
VALOR EN ADUANA	\$ 1.656,72
ADVALOREM 30% (CON C.O. 0%)	\$ -
IVA 19%	\$ 314,78
VALOR TOTAL DE TRIBUTOS	\$ 314,78
COSTOS ADICIONALES PAÍS DE DESTINO	
LIBERACIÓN DEL SWB	\$ 100,00
HONORARIOS AGENTE ADUANERO	\$ 200,00
TRANSPORTE LOCAL EN CHILE	\$ 50,00
DESCONSOLIDACIÓN	\$ 450,00
TOTAL, COSTOS ADICIONALES EN DESTINO	\$ 800,00
TOTAL, A PAGAR EN DDP	
VALOR EN ADUANA	\$ 1.656,72
VALOR TOTAL TRIBUTOS EN CHILE	\$ 314,78
TOTAL, DE COSTOS ADICIONALES EN DESTINO	\$ 800,00
TOTAL	\$ 2.771,50
VALOR UNITARIO EN PAÍS DE DESTINO	
VALOR DE PORTA INCIENSO EN CHILE (pequeño)	\$ 7,33
UTILIDAD IMPORTADOR 25% POR UNIDAD	\$ 1,47
PVP EN PUCON CHILE USD	\$ 8,80
PVP EN PUCON CHILE CLP	\$ 8.200

Elaborado por autor

Al realizar las matrices de costos tanto en medio de transporte aéreo y marítimo podemos observar que existe una diferencia de precios del 10.05% con relación uno con el otro. Es decir, se recomienda el uso del medio marítimo para que el exportador cuente con una reducción de costos y le provea de una mayor competitividad en el mercado extranjero. Sin embargo, hay que considerar que los tiempos también varían de acuerdo al medio de transporte empleado. De forma marítima el tiempo estimado desde el embarque de las mercancías hasta su


desaduanización en el país de destino es de 20 a 25 días, por el contrario, por vía aérea el tiempo estimado es de 5 días.



Envase y Embalaje

El envase y embalaje para un porta incienso de madera juega un papel importante no solo porque proporcione protección al producto durante el transporte internacional, sino que también es la presentación del mismo para el consumidor final en el país de destino. Idealmente, el producto debe ser empaquetado de manera que garantice su seguridad y conserve su calidad artesanal durante el proceso logístico.

Actualmente el producto no cuenta con un envase como tal, sin embargo, para sus envíos a diferentes provincias del país y envíos internacionales, los porta inciensos de madera son envueltos con plástico stretch film que se consideraría el envase primario y posteriormente embalados cuidadosamente dentro de una caja para su exportación o envíos a nivel nacional. Sin embargo, dentro del presente plan se propone emplear la siguiente aplicación de envases y embalaje:

Tabla 6. Embalajes Propuestos

Embalaje primario	Plástico burbuja 
--------------------------	---

<p>Embalaje secundario (Anexo 2)</p>	<p>Caja individual para cada producto</p> 
<p>Embalaje terciario</p>	<p>Caja master</p> 

Elaborado por autor.

Se ha propuesto estos tres tipos de embalajes, plástico burbuja como **embalaje primario** con la finalidad de brindar una mayor protección al producto en el transporte internacional; el **embalaje secundario** es propuesto para incorporar una caja individual con diseño para cada porta incienso, con la finalidad de que este empaque proporcione mayor seguridad al producto, así también mediante este se pretende otorgar información sobre el producto, como dar a conocer la marca, el origen y la representación del mismo, en el diseño de este embalaje se incorpora un plus que da un distintivo y realce al producto a comercializarse; y por último el **embalaje terciario**, tiene la finalidad de agrupar, apilar fácilmente y proteger las múltiples unidades de productos individuales con el fin de facilitar el manejo de grandes volúmenes de productos en el transporte internacional y en el almacenamiento del mismo.

Unidad de carga eficiente

El comercio internacional tiene aristas que deben priorizarse para lograr el desarrollo adecuado de una exportación y mucho más de su logística directa e inversa así como la optimización tanto de costos como de tiempos, es por ello que las unidades de carga eficientes "UCE" son importantes para que el transporte de una mercancía se lo haga con eficiencia y eficacia;

potenciando la seguridad de la carga y garantizando la calidad del producto que el importador va a recibir al final de la cadena logística directa.

Para el presente plan de exportación es recomendable considerar la creación de unidades de carga eficientes que potencialicen la imagen del exportador ecuatoriano en el mercado internacional, realizando el envase del producto exportado, que conforme las siguientes tablas se puede evidenciar en la creación de una UCE para el producto objeto de estudio “portacincos de madera” lo ideal es hacerlo en cajas con 27 unidades de producto cada una, de tal forma:

Tabla 7. Medidas envase y embalaje

Medidas del producto con empaque	
Alto	17
Ancho	12,5
Largo	14

Medidas del embalaje terciario	
Alto	51
Ancho	37,5
Largo	42

Elaborado por autor.

Gráfico 21. Gráfico del envase y embalaje



Peso

Con relación a la unidad de carga eficiente presentada anteriormente, se presenta el peso del producto detallado de acuerdo a su embalaje

Tabla 8. Pesos

Embalaje Primario	0.36kg
Embalaje Secundario	0.40kg
Embalaje Terciario	10.8kg

3.4 Costos de Transacción

Exportación Ecuador

Tabla 9. Precio de compra por unidad y total.

Precio en el mercado nacional (PVP)	Peso Chileno Pequeño: 6 524 CLP Mediano: 8 854CLP Grande: 14 912CLP	Dólar Pequeño: 7,00USD Mediano: 9,50USD Grande: 16,00USD
Precio en el mercado nacional al por mayor	Peso Chileno Pequeño: 3 728 CLP Mediano: 5 592CLP Grande: 10 252CLP	Dólar Pequeño: 4,00USD Mediano: 6,00USD Grande: 11,00USD
Precio internacional a distribuidor	5 000CLP en adelante	5.20USD en adelante

El precio considerado para venta del dólar por el Banco Estado de Chile al 24 de julio 2024, es de 962 y el precio de compra 932, como se refleja la siguiente imagen.

Gráfico 22. Indicadores Económicos

■ Indicadores Económicos

(al 24/07/2024)

Indicadores	
UF	\$ 37.368,65
UTM	\$ 65.967,00
IVP	\$ 38.989,77
IPC	- 0,10%
Dólar Acuerdo	\$ 0,00
Dólar Observado	\$ 949,10
Dólar Vendedor BancoEstado	\$ 962,00
Dólar Comprador BancoEstado	\$ 932,00
Imacec	
Fuerza de Trabajo INE	
Fuerza de Trabajo U. CHILE	
Desempleo INE	
Desempleo U. CHILE	



Elaborado por autor

Fuente: <https://www.bancoestado.cl/bancoestado/indiceseconomicos/indicadores.asp>

En cuanto a los precios en el mercado nacional que se observa en la *Gráfico 21*, la información fue obtenida mediante el dueño de la empresa Villota Artesanías, por el contrario, el precio internacional fue obtenido mediante las encuestas realizadas a los clientes potenciales quienes cumplen con la condición que verifica que actualmente si adquieren porta inciensos de madera, por ende, proporcionan información de acuerdo al precio que pagan a sus proveedores.

3.6 Gestión de Riesgos

La gestión de riesgos es fundamental en cualquier organización, especialmente en el contexto dinámico y globalizado del comercio actual. Consiste en identificar, evaluar y responder de manera efectiva a los riesgos que podrían afectar el logro de los objetivos estratégicos. Este proceso no solo busca minimizar pérdidas potenciales, sino también aprovechar oportunidades emergentes.

Riesgos Logísticos

Dentro de los riesgos logísticos se identifican, riesgos en el transporte que incluyen demoras en el envío y daños durante el tránsito. Así también la infraestructura que implica las condiciones de las carretas tanto en origen como destino, además la delincuencia en el transporte por carretera

Riesgos Regulatorios

En cuanto a riesgos regulatorios se deben considerar las normativas tanto de exportación como las de importación, esto incluye permisos, certificaciones y otros documentos requeridos tanto al momento de salida de la mercancía en el país de origen como el momento entrada (nacionalización) en el país de destino.

Riesgos Financieros

Se identifica como riesgo financiero, los problemas en las condiciones de pago y crédito que pueden afectar los flujos de caja. Así mismo, el tipo de cambio internacional juega un papel importante en el momento de las negociaciones, debido a esto es importante considerar que las variaciones en los tipos de cambio pueden afectar significativamente los costos y la competitividad de las empresas.

3.7 Estrategias de mitigación

Estrategias Logísticas

Seleccionar transportistas confiables y con experiencia, así también establecer un acuerdo seguro y equitativo para las partes.

Estrategias Regulatorias

Revisar los requerimientos tanto en país de salida como en país de destino o en su efecto contratar un agente de aduana o consultor con experiencia en envíos hacia Chile.

Estrategias Financieras

Establecer condiciones de pago claras y utilizar mecanismos de seguridad como la carta de crédito con la finalidad de asegurar el pago en las transacciones comerciales. De igual manera con relación al cambio de divisas es importante establecer condiciones dentro del contrato que ayuden a mitigar el riesgo cambiario.

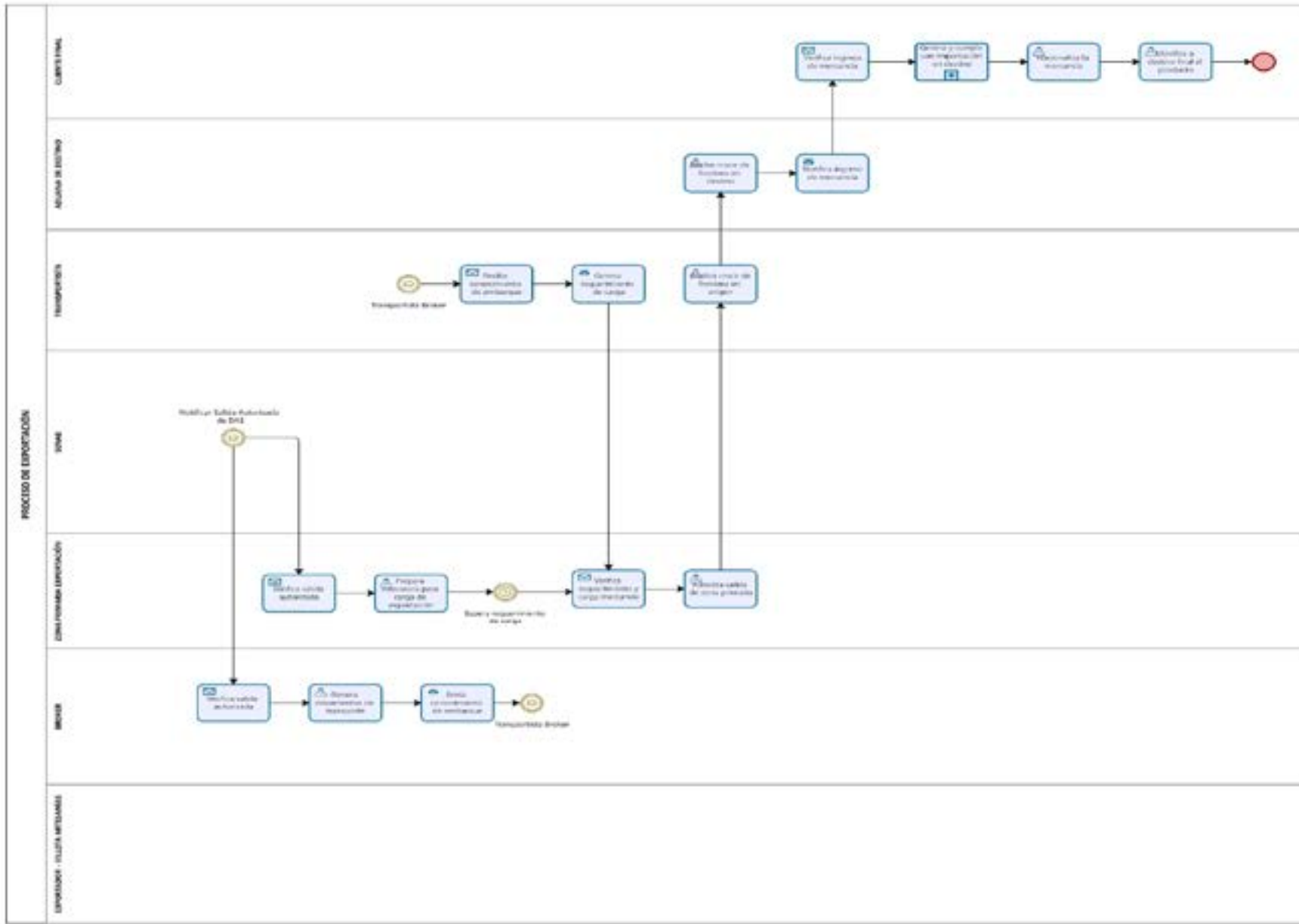
3.8 Flujograma de exportación

La exportación es un proceso sencillo, aunque muchas veces puede tener un grado de complejidad para quien no ha incursionado constantemente en su generación; en este proceso

se involucran múltiples actores y etapas. El flujograma detallado a continuación, se encuentra dividido en dos secciones para una mejor visualización y facilitar su entendimiento, ofrece una representación detallada de esta “confusa” pero hermosa cadena logística. Abordando así desde la selección del cliente y el país de destino hasta los responsables y momentos para la gestión de la documentación y el transporte, cada fase del proceso se encuentra debidamente representada.

Se ha desarrollado este recurso invaluable para facilitar el entendimiento del futuro profesional del comercio exterior que utilice el presente trabajo de titulación como fuente de información, así como para que el importador y exportador implicados en el presente plan de exportación conozcan el proceso y las particularidades del mismo; ya que el comprender las interrelaciones entre los distintos participantes permitirá garantizar el cumplimiento de todas las normativas aduaneras y comerciales, y de esta forma el producto nacional exportado podrá llegar en las condiciones óptimas al destino esperado, acción desarrollada en el menor tiempo posible, optimizando costos y gastos, y generando una rentabilidad tanto para el exportador del Ecuador como al importador (distribuidor) en Chile; pretendiendo que todo el contexto de exportación, las responsabilidades, acciones, decisiones, opciones y posibles errores se prevean, conozcan, estudien y generen una conclusión para desarrollar todo el proceso logístico de envíos internacionales de manera exitosa.

Este flujograma de exportación propuesto por la autora, constituye una contribución original a la investigación realizada en el campo del comercio exterior; debido a que el desarrollo de un modelo detallado y personalizado a la realidad de las empresas objetos de estudio; la investigadora ha buscado llenar un vacío en la literatura existente y ofrecer una herramienta práctica para los actores directos y de una manera indirecta para las empresas exportadoras. Este recurso gráfico no solo facilita la comprensión del proceso logístico, sino que también sirve como base para futuras investigaciones y desarrollos en el área.



Conclusiones

- En conclusión, mediante la revisión de los conceptos teóricos en el ámbito de la exportación, internacionalización y negocios internacionales, se ha logrado establecer una base sólida para entender y desarrollar el plan de exportación de porta incienso de madera desde Ecuador a Chile.
- Mediante el análisis de los resultados obtenidos a través de las herramientas e instrumentos metodológicos, se concluye que la empresa exportadora desempeña un sólido desenvolvimiento en términos de calidad, diseños y capacidad productiva.
- Con la elaboración del plan de exportación se ha podido conocer cuáles son los requerimientos y procesos mínimos que los actores deben seguir para efectivizar una venta en el extranjero; esto asegura que el proceso se lleve a cabo de manera adecuada y exitosa, permitiendo así que el producto a futuro se de a conocer en exterior.

Recomendaciones

- Se recomienda socializar el presente plan de exportación tanto al exportador como al importador, con el fin de que las partes tengan una comprensión detallada del plan, sus objetivos y los procedimientos propuestos.
- Se recomienda el uso del medio marítimo para la exportación de los porta inciensos de madera, ya que permite que el producto tenga un mejor precio en el mercado extranjero, es decir, que sea más competitivo.

Referencias bibliográficas

Sulser Valdéz, Rosario Alejandra y Pedroza Escandón, José Enrique. Exportación efectiva. Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador. Ediciones fiscales ISEF. México, D.F., 2004.

Alcaldía Ciudadana Otavalo. (2024). *Datos generales del cantón*. Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/web/datos-generales/>

Alcaldía de Otavalo. (2024). *Alcaldía de Otavalo*. Obtenido de Datos del Cantón: <http://www.otavalo.gob.ec/web/datos-generales/>

Alcaldía de Otavalo. (2024). *Alcaldía de Otavalo*. Obtenido de <http://www.otavalo.gob.ec/web/datos-generales/>

Argudo, J. M. (2023). *ECONOSUBLIME*. Obtenido de LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y SUS ESTRATEGIAS.

Argudo, J. M. (2023). *Los canales de distribución y sus estrategias*. Obtenido de <https://www.econosublime.com/2020/01/canales-distribucion-estrategias.html>

Ar-racking. (2024). *blog*. Obtenido de embalaje primario, secundario y terciario: <https://www.ar-racking.com/co/blog/embalaje-primario-secundario-y-terciario-tipos-y-sus-funciones/>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2024). *Biblioteca del Congreso Nacional de Chile/BCN*. Obtenido de https://www.bcn.cl/siit/reportescomunales/comunas_v.html?anno=2023&idcom=9115

Biblioteca: Investigación Aplicada, Innovación y Transferencia. (2024). *Definición y propósito de la Investigación Aplicada*. Obtenido de <https://bibliotecas.duoc.cl/investigacion-aplicada/definicion-proposito-investigacion-aplicada>

Cabello Pérez, M., & Cabello Gonzáles, J. (2014). *Las aduanas y el comercio internacional* (cuarta ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL.

Cedeño, G. T. (mayo de 2020). Análisis del Impacto del Sistema Ecuapass en los Procesos de Nacionalización. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1345/An%C3%A1lisis%20del%20Impacto%20del%20Sistema%20Ecuapass%20en%20los%20Procesos%20de%20Nacionalizaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Centro de Comercio Internacional. (31 de enero de 2022). *Herramientas del ITC*. Obtenido de <https://intracen.org/es/muestra-labor/temas/bienes-y-servicios/artesantias>
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. México: Mc Graw Hill Educación.
- Cueva Luza , T., Jara Córdova, O., Arias Gonzáles, J., Flores Limo, F., & Balmaceda Flores , C. (2023). *Métodos mixtos de investigación para principiantes*. Perú: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
- Ecuador travelec. (01 de septiembre de 2023). Obtenido de <https://ecuador.travel/el-mercado-artesanal-mas-grande-de-latinoamerica-esta-en-ecuador-2/>
- Equipo QuestionPro LATAM. (2020). *BiCon*. Obtenido de <https://bicongroup.com/importancia-del-analisis-interno-de-una-empresa/#:~:text=La%20importancia%20del%20an%C3%A1lisis%20interno%20en%20una%20empresa%20radica%20tambi%C3%A9n,objetivos%20no%20se%20est%C3%A1n%20cumpliendo.>
- Euroinnova Business School. (26 de enero de 2023). *euroinnova*. Obtenido de <https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-un-plan-de-exportacion>
- Frederick, D. (2024). *Enciclopedia Iberoamericana*. Obtenido de <https://enciclopediaiberoamericana.com/exportacion/>
- Gómez, Á., & Torres, M. (julio de 2021). *Importancia del plan de negocios para la exportación*. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/19915/importancia-plan-negocios-para-exportacion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Google Maps. (2024). *Ciudadela Vitelma Dávila*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/search/ciudadela+vitelma+davila/@0.229376,-78.2619065,15z/data=!3m1!4b1?entry=ttu>
- Google Maps. (2024). *Pucón*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/place/Pucon,+Puc%C3%B3n,+Araucan%C3%A1n,+Chile/data=!4m2!3m1!1s0x96147f42351988d1:0x3c5c238b02dc5935?sa=X&ved=1t:242&ictx=111>
- Hernández Luévano, J. (2013). *INCOTERMS Y SU IMPORTANCIA EN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES*. Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25819w/Rec/Hernandez_S4.pdf

- Hernandez, Fernandez, & Baptista. (2011). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de <https://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/12/disenos-no-experimentales-segun.html>
- Hernandez, M. P. (s.f.). *Qué es y por qué es importante el análisis externo de una empresa*. Obtenido de <https://www.scribbr.es/citar/generador/folders/7p11ewPcDt10mbro0fl6gK/lists/205Sztm2ibfdeE2GgiJPO8/>
- Lerma Kirchner, A. E., & Márquez Caastro, E. (2010). *Comercio y marketing internacional*. México: CENGAGE Learning.
- López, A. S. (2020). *Análisis de la empresa a través de la información contable*. Ediciones Pirámica.
- López, S. (2018). *Integración Económica*. Obtenido de <http://enlacejuridicoacademico.com/docs/materiales/dra-rios/regimenJuridicoDeComercioExterior/Integracio%CC%81n%20Econo%CC%81mica..pdf>
- Maresa Center. (03 de marzo de 2022). *Maresa Center*. Obtenido de OTAVALO, una visita a la Plaza de Ponchos para llegar en tu SUV: <https://blog.maresacenter.com/otavalo-una-visita-a-la-plaza-de-ponchos-para-llegar-en-tu-suv>
- Maubert Viveros, C. (2009). *Comercio Internacional* (Segunda ed.). México: Trillas.
- Maubert Viveros, C. (2015). *Comercio Internacional* (Tercera ed.). México: Trillas S.A.
- Mayon, F. B. (2019). Gestión de administración de los recursos humanos. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v11n4/2218-3620-rus-11-04-163.pdf>
- Mendoza Robledo, J. (2018). Empaques, envases y embalaje. En *El producto y sus recipientes*. Cali: Javeriano.
- Minervine, N. (2015). *Ingeniería de la exportación*. Madrid: Fundación Confemetal.
- Mjgutierrez. (21 de diciembre de 2022). *¿Cuáles son las etapas del proceso de exportación?* Obtenido de <https://www.noatumlogistics.com/es/cuales-son-las-etapas-del-proceso-de-exportacion/#:~:text=El%20proceso%20de%20exportaci%C3%B3n%20es,el%20que%20desempe%C3%B1a%20su%20actividad.>
- MME empresa de embalaje. (2024). *Sistemas de Embalaje en Todo Embalaje*. Obtenido de Embalaje: significado, tipos de embalaje y características: <https://todoembalaje.com/embalaje-significado-y-tipos.html>

- Moquillaza, R. (27 de julio de 2021). *conexionesan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/como-elaborar-un-plan-de-exportacion-de-manera-eficaz#:~:text=El%20plan%20de%20exportaci%C3%B3n%20es,y%20espec%C3%ADficos%20que%20planea%20alcanzar>.
- Mora, L. A. (2014). *Logística del transporte y distribución de carga*. Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Municipalidad Turística de Pucón. (2023). *Pucón El Centro del Sur de Chile*. Obtenido de <https://puconchile.travel/sobre-pucon/>
- Niño, O. G. (junio de 2011). *Revista EAN*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602011000100014
- Piernas, N. (18 de octubre de 2017). *La historia de la empresa, el valor de una marca*. Obtenido de <https://www.nataliapiernas.com/historia-empresa/para-que-sirve-la-historia-de-empresa/>
- Plan de Desarrollo Comunal . (s.f.). *Plan de Desarrollo Comunal* . Obtenido de <https://www.municipalidadpucon.cl/oldweb/web2010/para%20descarga/pladecoPucon/Inf1/Informe1.pdf>
- Portal Único de Trámites Ciudadanos. (2024). *Aprobación de Registro como OCE importador/exportador en el sistema informático Ecuapass*. Obtenido de <https://www.gob.ec/senae/tramites/aprobacion-registro-oce-importadorexportador-sistema-informatico-ecuapass>
- Posso Yépez, M. Á. (2006). *Metodología para el Trabajo de Grado*. Ibarra: Nina Comunicaciones.
- PROECUADOR. (2023). *legiscomex*. Obtenido de <https://www.legiscomex.com/Documentos/ecuador-apoyara-exportacion-de-mipimes-artesanos-26-15-15not>
- Pucón. (2018). *Pucón.com*. Obtenido de <https://www.pucon.com/que-hacer-en-pucon/blog-pucon/105-ferias-artesanales-en-pucon>
- Reglamento al COPCI. (2024). Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/REGLAMENTO-AL-TITULO-DE-LA-FACILITACION-ADUANERA-PARA-EL-COMERCIO-DEL-LIBRO-V-DEL-COPCI.pdf>

- Rincón , C., Molina, F., & Villareal Fernando. (2019). *Contabilidad de costos I /Componentes del costo* (Segunda ed., Vol. 1). Bogotá: Ediciones de la U.
- Rodríguez, W. C. (29 de mayo de 2013). *SciELO Colombia- Scientific Electronic Library Online*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-30532013000200004&script=sci_arttext
- Romero, R. (s.f.). *Marketing*. Editora Palmir E.I.R.L.
- Rosillón , N., & Marbelis, A. (2009). *Scielo*. Obtenido de Revista Venezolana de Gerencia: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1315-99842009000400009
- SENAE. (mayo de 2024). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-exportar/>
- SENAE. (2024). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/servicios-para-oces/regimenes-aduaneros/>
- Silva, D. d. (05 de Agosto de 2022). *¿Qué es el mercado objetivo? 5 pasos para definir el tuyo*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/mercado-objetivo/>
- Sosa Carpenter, R. (2014). *Principios y fundamentos del comercio global internacional*. México: Grupo Vanchri.
- Stiglitz, J. E. (2010). *El malestar en la globalización*. Penguin Random House Grupo Editorial España.
- Suárez, E. (09 de febrero de 2024). *Experto Universitario*. Obtenido de <https://expertouniversitario.es/blog/metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Thompson, I. (2023). *Portal de Mercadotecnia*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- TIBA. (2024). *tibagroup*. Obtenido de <https://www.tibagroup.com/es/regimenes-aduaneros>
- TRANSEOP. (2020). *Incoterms 2020*. Obtenido de <https://www.transeop.com/blog/Tipos-de-Incoterms-en-el-Transporte-mar%C3%ADtimo/35/>
- Ucha, F. (Octubre de 2022). *Definición de Razonamiento Deductivo*. Obtenido de Significado.com: <https://significado.com/razonamiento-deductivo/>
- UNASUR. (2003). *COSIPAL*. Obtenido de Transporte Multimodal: <https://www.iirsa.org/Page/PageDetail?id=103&menuItem=81>

Velandia, M. (2011). *Derecho de la competencia y del consumo* (Segunda ed.). Colombia: Xpress Estudio Gráfico y Digital S.A.
doi:<https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/310fd4ec-e0c2-4bf8-bc54-d3839d696fce/content>

Anexos

Anexo 1

ENTREVISTAS

Perfil de la persona a quien está dirigida la entrevista

Propietario de la empresa (Exportador)

Preguntas

1. ¿Cómo describiría la situación actual de su empresa?

Actualmente estamos trabajando en lo que son los porta inciensos, en donde representamos [lo que son] las tradiciones todo lo que es típico y nacional. También elaboramos lo que es la bisutería, elaboramos las pulseras, las manillas también elaboramos collares que también son hechos a manos y con materiales buenos. Pero como le explicaba ahorita por el momento más estamos sobresaliendo en los porta inciensos, también hay casitas o fachadas que quedarían muy bien con lo que estamos con los porta inciensos.

2. ¿Ha realizado exportaciones en los últimos 5 años?

Sí hemos estado exportando por intermediarios, [hemos estado exportando así una cantidad], más o menos como unas 50 piezas cada 6 meses.

3. ¿Cuáles son los principales destinos de esas exportaciones?

Claro, hemos enviado hace unos [pienso que hace unos]. Hemos enviado a estados unidos hasta donde tengo entendido es chicago porque allá también tienen una distribuidora. De ahí también tenemos igual unos conocidos que han enviado o se han llevado perdón a Europa, pero el destino no conozco bien, pero esta entre Alemania e Italia porque ellos viajan mucho se van turnando, pero igual por ferias. Brasil también créame que allá si hay, tengo un amigo que se llevó.

4. ¿Qué objetivos pretende alcanzar la empresa al aumentar la exportación de sus productos?

Pues yo pienso que si nosotros exportamos nuestros productos al extranjero tendríamos un poquito más de lo que es económicamente las ganancias y si nos basamos a lo que es los productos nacionales, damos a conocer lo que es las tradiciones, la cultura que llevamos acá a nivel nacional del ecuador y con eso se daría a conocer la tradición y la cultura y más que todo que se sepa que acá también hay mucha artesanía de por medio.

5. ¿Cómo evalúa la competencia internacional?

Pues pienso que como no tengo ninguna referencia y no he estado en esos lugares pues no tengo ningún conocimiento acerca de la artesanía de otros lugares por el momento no.

6. ¿Cuáles son las características que permiten diferenciar a su producto de los existentes en mercados internacionales? (En este caso sería de los mercados nacionales ya que desconocemos el internacional)

Pues yo pienso que lo que más diferenciaría de otros productos a mi artesanía sería que yo no solo trabajo con la madera, si no también trabajo con el barro. El barro también es nacional, algo nuestro que igual se hace a mano, incluso también hacemos los accesorios los pequeños accesorios en porcelanato fría que la verdad también es un poco complicada moldear, todo pintado a mano, nada mecánico. Entonces pienso que esos pequeños detalles ayudan bastante a diferenciar en lo que es nuestra artesanía.

7. ¿Qué mercado ha seleccionado para la exportación de su producto? ¿Porqué?

Pues en el momento hemos seleccionado lo que es Chile porque allá tenemos varias amistadas, las cuales nos han informado que nuestro producto allá si puede tener una buena acogida, ya que todo es como le digo nacional y aquí en todo lo que es Sudamérica pues todo el mundo conocemos lo que es las tradiciones, lo que celebramos aquí.

8. ¿Conoce los requerimientos y procedimientos que se deben realizar para concretar una exportación?

Pues la verdad desconozco acerca de la exportación.

9. Entiende los requerimientos en cuanto a las regulaciones que se deben cumplir para que el producto pueda ser exportado.

Por el momento nosotros estamos trabajando solo con el RIMPE porque nosotros el, ese del artesano calificado no nos conviene a nosotros

10. ¿Cómo mediría si el producto ha sido aceptado en el mercado extranjero?

Pues yo pienso que, mediante la compra y venta del producto, con el aumento del pedido del producto.

Perfil de la persona a quien está dirigida la entrevista

Propietario de la empresa (Importador)

Preguntas

- 1. Cuénteme un poco sobre su empresa, historia, ubicación y segmento en el que se enfoca.**

Buenas tardes, bueno nosotros acerca de mi empresa quiero comunicarle que nosotros trabajamos más de treinta años aquí en Chile, yo exporto de diferentes lugares todo lo que es artesanías y trabajamos de norte a sur en todo Chile. Nosotros estamos más ubicados, la bodega principal es aquí en la quinta región es Valparaíso, entonces es allá en donde tengo más acceso a la naviera que llega por eso estoy radicada en sí en Valparaíso.

- 2. ¿De su experiencia, cómo evaluaría la competencia existente en la industria chilena para las artesanías de madera?**

Bueno Chile en este caso de la competencia pues yo diría que Chile tiene mucha madera, árboles en sí. Chile exporta también la madera, pero en mi caso como trabajo tantos años allá yo me he dado cuenta que de la cual hay un lugar que se llama Pucón en donde sacan variedad de artesanías de madera, pero(…) claro también son bonito y todo, pero para poder competir nosotros allá con Chile yo he visto aquí en Ecuador este que son muy bonito, ósea más que todo el tallado que tiene y los terminados, entonces eso. En cambio, en Chile es más rústico el terminado de la madera, es más artesanal lo que ellos hacen, en cambio acá en Ecuador la madera aquí lo hacen detalladamente elaborada, de cada cosa que lo hacen, lo hacen con pinturas, diseños y todo eso hace que pueda competir allá en Chile, entonces le puede gustar más a turistas que llegan en el verano, en sí les gusta mucho lo que es todo en madera de aquí de Ecuador.

- 3. ¿Cuáles son las características que debe cumplir una artesanía de madera para entrar en el mercado chileno?**

Bueno en sí, si hablamos de la importación de madera para entrar a Chile, siempre ha sido de que la madera aquí en el Ecuador tiene que ser, tiene que ser enviada haciendo un tratado bien, especialmente porque verifican que no tengan hongos y esas cosas que vienen en la madera, nada más.

4. ¿Qué medidas toma para garantizar la calidad de los productos que importa y ofrece al usuario chileno?

Nosotros seleccionamos a nuestros proveedores por recomendaciones, además cuando nuestro producto llega a Chile verificamos que no haya sufrido ningún desperfecto en el transporte.

5. ¿Conoce los requerimientos que debe cumplir el producto para ser importado?

Bueno como le decía antes, si hablamos de madera en sí tiene que venir bien tratada para que pueda ingresar al país de Chile y debe tener el certificado de origen y la factura de exportación.

6. En cuanto a la comercialización de porta inciensos de madera, ¿en qué mercado en específico desea promocionar (posicionar o comercializar) el producto?

Bueno, si hablamos en madera la madera en sí es muy vendida, les gusta mucho a los turísticas es en Pucón, allá llegan demasiado turistas extranjeros tanto como chilenos mismos que vienen del norte, como Pucón se encuentra hacia el sur, entonces la gente viene del norte también y también viene los extranjeros muchos se quedan en la ciudad de Pucón entonces por esa razón Pucón veo que es una ciudad en donde se puede salir la madera y sale no, de lo que es la artesanía y de lo que ellos hacen también al igual que la exportación que se hace allá le gusta mucho.

7. ¿Cuál es el canal de distribución para el producto en el país de destino?

Bueno en sí llega para la ciudad de Valparaíso, es el puerto de ahí una vez llegado nosotros nos dedicamos a repartirles de norte a sur a todos nuestros proveedores.

8. ¿Cuál es el porcentaje de ganancia que tiene estimado para el producto?

Nosotros dependiendo el producto en sí nos marginamos al 25 y 30 por ciento ya que nosotros somos exportadores y trabajamos al por mayor, en sí ganamos solamente un 25 y 30 por ciento con el fin de terminar lo más pronto posible.

Anexo 2



Carta de Validación

Yo, Jorge David Mantilla Salgado, titular de la cédula de identidad No. 1003112438, profesor a tiempo completo de la carrera de Comercio Exterior, mediante la presente hago constar que el instrumento entrevista utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: Plan de exportación de pasta incensivos de madera hacia Pucón-Chile.

Nombres y Apellidos	NO. de cédula
Glyssiene Dayana Segovia Conejo	1003128319

Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean, de acuerdo con el siguiente detalle.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Buena 61% al 80%	Muy buena 81% al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de ítems					✓
Amplitud de contenidos					✓
Refacción de ítems					✓
Claridad de precisión					✓
Pertinencia					✓

Promedio de la valoración: / 100%

Observaciones y/o comentarios:

Para la constancia del presente, se firma en la ciudad de Otavalo, a los 08 días del mes de julio del año 2024.

Firma

Jorge David Mantilla Salgado

Carta de Validación

Yo, Jorge David Mantilla Salgado, titular de la cédula de identidad No. 1003112438, profesor a tiempo completo de la carrera de Comercio Exterior, mediante la presente hago constar que el instrumento entrevista utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: Plan de exportación de pasta incienso de madera hacia Pucón-Chile.

Nombre y Apellidos	NO. de cédula
Glyssleine Dayana Segovia Conejo	1003128319

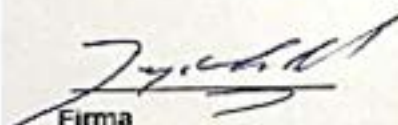
Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean, de acuerdo con el siguiente detalle.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Bueno 61% al 80%	Muy bueno 81% al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de ítems					X
Amplitud de contenidos					X
Relación de ítems					X
Claridad de precisión					X
Pertinencia					X

Promedio de la valoración: / 100%

Observaciones y/o comentarios:

Para la constancia del presente, se firma en la ciudad de Otavalo, a los 08 días del mes de julio del año 2024.



Firma

Jorge David Mantilla Salgado

Carta de Validación

Yo, Jorge David Mantilla Salgado, titular de la cédula de identidad No. 1003112438, profesor a tiempo completo de la carrera de Comercio Exterior, mediante la presente hago constar que el instrumento encuesta utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación Plan de exportación de porta incienso de madera hacia Pacón-Ciña.

Nombres y Apellidos	NO. de cédula
Ghysleine Dayana Segovia Conejo	1003128319

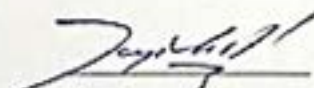
Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser consideradas válidas, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean, de acuerdo con el siguiente detalle.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Bueno 61% al 80%	Muy bueno 81% al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de ítems					X
Amplitud de contenidos					X
Relación de ítems					X
Claridad de precisión					X
Pertinencia					X

Promedio de la valoración: / 100%

Observaciones y/o comentarios:

Para la constancia del presente, se firma en la ciudad de Otavalo, a los 08 días del mes de julio del año 2024.



Firma

Jorge David Mantilla Salgado



Carta de Validación

Yo, Johanna Elizabeth Morocho Terán, titular de la cédula de identidad No. 1003157227, profesora de la Facultad de Ciencias Empresariales, mediante la presente hago constar que el instrumento encuesta utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: Plan de exportación de porta inciensos de madera hacia Pucón-Chile.

Nombres y Apellidos	NO. de cédula
Ghyssleine Dayana Segovia Conejo	1003128319

Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean, de acuerdo con el siguiente detalle.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Bueno 61% al 80%	Muy bueno 81% al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de ítems					✓
Amplitud de contenidos					✓
Redacción de ítems					✓
Claridad de precisión					✓
Pertinencia					✓

Promedio de la valoración: 91 / 100%

Observaciones y/o comentarios:

Para la constancia del presente, se firma en la ciudad de Otavalo, a los 08 días del mes de julio del año 2024

Firma.

Johanna Elizabeth Morocho Terán



Carta de Validación

Yo, Johanna Elizabeth Morocho Terán, titular de la cédula de identidad No. 1003157227, profesora de la Facultad de Ciencias Empresariales, mediante la presente hago constar que el instrumento entrevista utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: Plan de exportación de porta inciensos de madera hacia Pucón-Chile.

Nombres y Apellidos	NO. de cédula
Ghyssleine Dayana Segovia Conejo	1003128319

Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean, de acuerdo con el siguiente detalle.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Bueno 61% al 80%	Muy bueno 81% al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de ítems					✓
Amplitud de contenidos					✓
Redacción de ítems					✓
Claridad de precisión					✓
Pertinencia					✓

Promedio de la valoración: 91 / 100%

Observaciones y/o comentarios:

Para la constancia del presente, se firma en la ciudad de Otavalo, a los 09 días del mes de julio del año 2024

Firma.

Johanna Elizabeth Morocho Terán.



Carta de Validación

Yo, Johanna Elizabeth Morocho Terán, titular de la cédula de identidad No. 1003157227, profesora de la Facultad de Ciencias Empresariales, mediante la presente hago constar que el instrumento entrevista utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: Plan de exportación de porta incienso de madera hacia Pucón-Chile.

Nombres y Apellidos	NO. de cédula
Ghyssleine Dayana Segovia Conejo	1003128319

Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean, de acuerdo con el siguiente detalle.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Bueno 61% al 80%	Muy bueno 81% al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de ítems					✓
Amplitud de contenidos					✓
Redacción de ítems					✓
Claridad de precisión					✓
Pertinencia					✓

Promedio de la valoración: 5J / 100%

Observaciones y/o comentarios:

Para la constancia del presente, se firma en la ciudad de Otavalo, a los 08 días del mes de julio del año 2024

Firma.

Johanna Elizabeth Morocho Terán



Carta de Validación

Yo, Edgar Alexander Atiencia Collaguazo, titular de la cédula de identidad No. 1716562846, experto en el área de Comercio Exterior, mediante la presente hago constar que el instrumento entrevista utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: Plan de exportación de porta inciensos de madera hacia Pucón-Chile.

Nombres y Apellidos	NO. de cédula
Ghysleine Dayana Segovia Conejo	1003128319

Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean, de acuerdo con el siguiente detalle.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Bueno 61% al 80%	Muy bueno 81% al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de ítems			X		
Amplitud de contenidos				X	
Redacción de ítems				X	
Claridad de precisión			X	X	
Pertinencia			X		

Promedio de la valoración: / 100%

Observaciones y/o comentarios:

Para la constancia del presente, se firma en la ciudad de Otavalo, a los 09 días del mes de julio del año 2024

Firma.
Edgar Alexander Atiencia Collaguazo

Carta de Validación

Yo, Edgar Alexander Atiencia Collaguazo, titular de la cédula de identidad No. 1716562846, experto en el área de Comercio Exterior, mediante la presente hago constar que el instrumento entrevista utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: Plan de exportación de porta inciensos de madera hacia Pucón-Chile.

Nombres y Apellidos	NO. de cédula
Ghysleine Dayana Segovia Conejo	1003128319

Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean, de acuerdo con el siguiente detalle.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Bueno 61% al 80%	Muy bueno 81% al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de ítems				X	
Amplitud de contenidos				X	
Redacción de ítems					X
Claridad de precisión					X
Pertinencia					X

Promedio de la valoración: / 100%

Observaciones y/o comentarios:

Para la constancia del presente, se firma en la ciudad de Otavalo, a los 09 días del mes de julio del año 2024



Firma.
Edgar Alexander Atiencia Collaguazo.



Carta de Validación

Yo, Edgar Alexander Atiencia Collaguazo, titular de la cédula de identidad No. 1716562846, experto en el área de Comercio Exterior, mediante la presente hago constar que el instrumento encuesta utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación: Plan de exportación de porta inciensos de madera hacia Pucón-Chile.

Nombres y Apellidos	NO. de cédula
Ghysleine Dayana Segovia Conejo	1003128319

Reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y, por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean, de acuerdo con el siguiente detalle.

Ítems	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Bueno 61% al 80%	Muy bueno 81% al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de ítems				X	
Amplitud de contenidos				X	
Redacción de ítems					X
Claridad de precisión				X	
Pertinencia			X		

Promedio de la valoración: / 100%

Observaciones y/o comentarios:

Para la constancia del presente, se firma en la ciudad de Otavalo, a los 09 días del mes de julio del año 2024

Firma.
Edgar Alexander Atiencia Collaguazo

Anexo 3

FICHA TÉCNICA

Datos del autor	
<i>Autor</i>	Ghysleine Dayana Segovia Conejo
<i>Recurso tecnológico</i>	Microsoft Word Office
<i>Contacto</i>	Dayanasegovia33@gmail.com
<i>Referencias</i>	Datos obtenidos mediante el exportador y sitios web

Generalidades			
<i>Nombre del Producto</i>	Porta inciensos de madera		
<i>Foto</i>			
<i>Especificaciones técnicas</i>	Tamaño	<i>Pequeño</i>	Alto: 16cm Ancho: 11cm Largo: 10cm
		<i>Mediano</i>	Alto: 21cm Ancho: 15,5cm Largo: 8cm
		<i>Grande</i>	Alto: 20.5cm Ancho: 22.5cm Largo: 9cm
	Peso	<i>Pequeño</i>	0.35kg
		<i>Mediano</i>	0.52kg
		<i>Grande</i>	0.82kg
<i>Funcionalidad</i>	Soporte para inciensos Elemento de decoración Porta llaves		
<i>Ciclo de Vida</i>	Se puede describe en etapas: <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y fabricación • Distribución y comercialización • Uso y mantenimiento • Fin de vida útil • Reutilización o reciclaje 		

MATERIA PRIMA


Madera			
Foto			
Origen	Ecuador		
Especificaciones técnicas	<i>Grasor</i>	4mm	9mm
	<i>Medidas (metros)</i>	1.80 x 2.44	1.80 x 2.44


Porcelana Fría	
Foto	
Origen	Ecuador
Marca	Danca
Generalidades	No tóxico, 100% seguro.
	Perfecto para modelar; esculturas, recuerdos, forrados en espuma flex, figuras sobre madera, vidrio, acrílico o metal
	Secado al contacto con el aire

Tejas	
Foto	
Origen	Ecuador (Elaboradas por el exportador)
Composición	Barro
Medidas	Longitud: 3.7cm Ancho: 2.3cm

Laca "decorlac"		
Foto		
Origen	Ecuador	
Serie	800A(acabado transparente Brillante)	
Norma NTE INEN	2284-2014	
Generalidades	Condiciones de almacenamiento	Conservar la laca en el envase cerrado, en un lugar seco y ventilado
	Usos	Acabado para superficies de madera

Sellador Vernin		
Foto		
Origen	Ecuador	
Norma NTE INEN	2282:2001	
Generalidades	<i>Tiempo de secado para lijar</i>	30 – 45 minutos
	<i>Condiciones de almacenamiento</i>	Conservar el sellador en el envase cerrado, en un lugar seco y ventilado.
	<i>Proporción de dilución</i>	Diluir 1 litro de sellador VERNIN A.S. (7080) con 2.5 – 3 litros de Thinner laca de Pinturas Cóndor.

Thinner		
Foto		
Origen	Ecuador	
Norma NTE INEN	2163	
Generalidades	<i>Vida útil en almacenamiento</i>	Conservar el diluyente en el envase cerrado, en un lugar seco y ventilado a una temperatura comprendida entre 5°C y 20°C
	<i>Usos</i>	Es un producto que puede ser utilizado como diluyente de lacas y selladores

Pegamento (Cola Blanca)		
Foto		
Marca	Bioplast	
Origen	Ecuador	
Generalidades	<i>Usos</i>	Adhesivo especial para el encolado de todo tipo de maderas, papel, cartón, corcho, mimbre, poliestireno, manualidades, etc.
	<i>Recomendaciones de aplicación</i>	Los soportes deben estar limpios, secos, limpios de polvo y libres de grasas y

		<p>materiales disgregables.</p> <p>Aplicar con temperaturas comprendidas entre 10 y 35°C. y una humedad relativa del aire de un 70 % máximo.</p>
--	--	--

Pinturas de agua	
Foto	
Origen	Colombia
Generalidades	No tóxica
	Cumple con estándares europeos conforme EN-71.
	Dentro del proceso se usa para pintar las figuras de masapán

Diagrama de flujo de proceso de fabricación

