



# **UNIVERSIDAD DE OTAVALO**

## **CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS**

### **PLAN DE EXPORTACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS ARTESANALES DE LA MICROEMPRESA WINTER SUN, EN MIAMI.**

#### **TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS**

**IVÁN ARTURO ROSERO ALMEIDA**

**ÁNGEL STALIN SUAREZ MINA**

**MSC: LIZANDRO PERUGACHI**

**OTAVALO, 2019**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Iván Arturo Rosero Almeida, portador de la C.I.1003531322 y Ángel Stalin Suarez Mina, portador de la C.I. 1003638457, exponemos que el siguiente trabajo es de nuestra total autoría, además se afirma 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.

-----

Iván Arturo Rosero Almeida

C.I 1003531322

-----

Ángel Stalin Suarez Mina

C.I 1003638457

## CERTIFICACIÓN DE TUTOR

Certifico que el proyecto de investigación titulado: **“Plan de exportación para la comercialización de chaquetas artesanales de la empresa Winter Sun en Miami,** estuvo bajo mi dirección y supervisión, constituye el trabajo de titulación para aspirar al título de Ingeniería en Comercio Exterior y Finanzas de los estudiantes: Rosero Almeida Iván Arturo y Suárez Mina Ángel Stalin, el mismo cumple con las condiciones requeridas por el reglamento de trabajos de titulación (Art. 16 y 25).

-----

Ing. Lizandro Manuel Perugachi Limaico Msc.

C.I. 100186826-2

## **DEDICATORIA**

### **IVÁN ARTURO ROSERO ALMEIDA**

El presente proyecto está dedicado principalmente a Dios, por guiarme en cada paso que doy en mi vida, por brindarme vida, salud y fuerzas para seguir alcanzando mis metas.

A mi madre quien es mi ejemplo de lucha y constancia, a mi padre que es mi apoyo incondicional, gracias a ellos por su amor, esfuerzo y sacrificio logre una meta muy importante en vida, a mis hermanos por contar siempre con su apoyo y cariño, en especial a mi hermano Eddy que es mi ejemplo y ha implantado en mi valores y enseñanzas por su amor y por estar siempre conmigo, a mi abuelita y tía por su amor que me brindaron desde mis primeros años de vida, a mi novia por su cariño y apoyarme siempre, gracias a ellos hoy culmino una etapa importante en mi vida

## **AGRADECIMIENTO**

### **IVÁN ARTURO ROSERO ALMEIDA**

Agradezco a mis padres, hermanos y familia por su amor, esfuerzo y cariño brindado, ya que ellos son mi pilar fundamental en mi vida, los mismos que me apoyaron, a culminar una meta muy importante en mi vida.

Agradezco a la universidad de Otavalo, quien me dio la oportunidad de culminar mis estudios y a todos los docentes los mismos que compartieron sus conocimientos dentro y fuera de las aulas para formar un profesional con conocimientos y valores, de la misma manera agradecer al tutor Msc. Lizandro Perugachi, quien supo enseñarme y guiarme en este trabajo de investigación y en las aulas.

## **DEDICATORIA**

### **ÁNGEL STALIN SUAREZ MINA**

Dedico esta tesis de grado a Dios; A mis padres Ángel y Lasteña quienes me apoyaron todo el tiempo y han sido siempre pieza fundamental para lograr mis objetivos.

A mis hijos Matías y Ángel que son mi fuerza e inspiración por el cual lucho todos los días, A mi novia Carmen que siempre ha estado apoyándome moral y emocionalmente, A mi hermano Andrés que siempre estuvo dándome su apoyo.

A mis maestros quienes nunca desistieron al enseñarme, aun sin importar que muchas veces no ponía atención en clase, a ellos que continuaron depositando su esperanza en mí.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es a ellos a quienes se las debo por su apoyo incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

### **ÁNGEL STALIN SUAREZ MINA**

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida, y sin la gracia de él nada de esto hubiera sido posible.

Agradezco a mis padres Ángel y Lasteña que siempre se han sacrificado para que logre mi tan anhelado sueño de ser un profesional.

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen la UNIVERSIDAD DE OTAVALO, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme formarme profesionalmente en tan prestigiosa institución.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a mi compañero de tesis Iván Rosero y al MSC. Lizandro Perugachi, principal colaborador durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento, enseñanza y tutoría permitió el desarrollo de este trabajo

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	II
CERTIFICACIÓN DE TUTOR .....	III
DEDICATORIA .....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XV
RESUMEN.....	XVI
ABSTRACT .....	XVII
INTRODUCCIÓN.....	1
CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA.....	1
SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	2
EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	2
JUSTIFICACIÓN .....	3
HIPÓTESIS .....	4
OBJETIVOS .....	4
Objetivo general .....	4
Objetivos específicos.....	4
PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
Investigación Cuantitativa.....	4
Investigación Cualitativa .....	4
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	5



Investigación descriptiva .....	5
Investigación Explicativa .....	5
TIPO DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
Investigación documental .....	6
Investigación de campo .....	6
MÉTODO .....	6
Método deductivo .....	6
MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN .....	7
Entrevista.....	7
Encuesta.....	7
Declaración de variables .....	8
Operacionalización de variables .....	8
CAPÍTULO I.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
1. ANTECEDENTES DEL SECTOR ARTESANAL OTAVALEÑO.....	10
1.1 ANTECEDENTES: .....	10
2. LA EMPRESA.....	10
2.1 Tipos de empresa.....	11
2.2 Internacionalización de las empresas.....	11
2.2.1 Tipos de internacionalización .....	11
3. PLAN DE EXPORTACIÓN .....	12
3.1 Características del plan de exportación.....	13
3.2 Estructura del plan de exportación .....	13
3.4 Importancia del plan de exportación.....	15

4. TEORÍA DE COMERCIO INTERNACIONAL.....	15
4.1 EXPORTACIÓN .....	16
4.1.1 DEFINICIÓN.....	16
4.2 PASOS PARA EXPORTAR.....	17
Pasos para exportar: .....	17
4.3 INCOTERMS .....	17
5. MERCADO .....	19
5.1 Mercado objetivo. ....	19
5.2 Mercado meta.....	20
5.3 CLASIFICACIÓN DE MERCADO .....	20
5.4 Selección de mercados de exportación .....	20
5.5.1 BARRERAS ARANCELARIAS. ....	21
5.5.2 BARRERAS NO ARANCELARIAS.....	22
6. PRODUCTO .....	22
6.1 CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	22
6.1.1 Calidad .....	23
6.2 LOGÍSTICA .....	23
6.3 CANAL DE DISTRIBUCIÓN .....	23
6.4 POSICIONAMIENTO DE LA MARCA .....	23
6.5 ANÁLISIS FINANCIERO .....	24
6.5.1 Recursos financieros .....	24
6.5.2 Recursos no financieros .....	24
CONCLUSIONES PARCIALES CAPÍTULO I .....	25
CAPÍTULO II.....	26
2. MARCO METODOLÓGICO.....	26

2.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA MICRO EMPRESA WINTER SUN. ....	26
2.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	27
Formula de población finita.....	28
2.3 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
2.3.1 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS .....	29
2.3.1.1 Validez.....	29
2.3.2 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA.....	31
2.4 MATRIZ FODA .....	39
2.4.1 ESTRATEGIAS .....	40
2.4.2 ANÁLISIS FODA .....	42
CAPITULO III.....	44
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....	44
3.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	44
3.1.1 Historia de la empresa Winter Sun .....	44
3.1.2 Macro Localización .....	45
3.1.3 Micro localización .....	45
3.1.4 Misión .....	46
3.1.5 Visión.....	46
3.1.6 Objetivo estratégicos .....	46
3.1.7 Organigrama estructural .....	46
3.1.8 Valores corporativos .....	47
3.1.9 El equipo de exportación .....	47
3.1.10 Requisitos registro de exportador .....	48
3.1.11 Proceso de Exportación.....	48
3.1.12 DAE .....	49

3.1.13 Certificado de origen.....	50
3.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	51
3.2.2 Características del mercado .....	53
3.2.3 Caracterización del mercado meta .....	54
3.2.4 Tendencias de consumo de la ciudad de Miami .....	55
3.2.5 Demográfica de Miami:.....	56
3.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	56
3.3.1 Descripción del producto de la empresa.....	56
3.3.2 Oportunidad de exportar .....	56
3.3.3 Ficha técnica del producto .....	57
3.3.4 Materia Prima .....	58
3.3.5 Potencial de crecimiento.....	58
3.3.6 Matriz BCG .....	59
3.3.7 ETIQUETA, ENVASE Y EMBALAJE .....	60
3.3.7.1 Etiqueta .....	60
3.3.7.2 Envase.....	61
3.3.7.3 Embalaje.....	61
3.3.8 Ciclo de vida del producto .....	62
3.4 PRECIO.....	63
3.4.1 Determinación del costo .....	63
3.4.2 Determinación del precio para el mercado internacional .....	64
3.4.3 Análisis del punto de equilibrio .....	65
3.5 CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	67
3.5.1 Formación de la distribución a partir de términos comerciales.....	67
3.5.2 Canal de distribución nacional.....	68

3.5.3 Canal de distribución internacional.....	69
3.5.4 Incoterms a desarrollar .....	70
3.5.5 Medio de pago.....	71
3.6 COMUNICACIÓN COMERCIAL.....	71
3.6.1 Publicidad.....	71
3.6.2 Fuerza de ventas.....	72
3.6.3 Relaciones públicas.....	72
3.7 PROYECCIÓN DE VENTAS .....	73
CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO III.....	75
CONCLUSIONES.....	77
RECOMENDACIONES .....	78
Referencias Bibliográficas .....	79
ANEXO 1 .....	82
Preguntas realizadas al gerente de la micro empresa Winter Sun.....	82
ANEXO 2.....	83
Validación y análisis de la encuesta .....	83
ANEXO # 3.....	85
Preguntas de la entrevista realizada a los clientes.....	85
ANEXO # 4.....	86
Calculo de la matriz BCG .....	86
Anexo # 5 .....	87
Catálogo de chaquetas artesanales .....	87

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de Relación .....	8
Tabla 2: Población .....	27
Tabla 3: Base de datos artesanos .....	27
Tabla 4: Encuesta.....	33
Tabla 5: Encuesta.....	34
Tabla 6: Encuesta.....	34
Tabla 7: Encuesta.....	35
Tabla 8: Encuesta.....	36
Tabla 9: Encuesta.....	37
Tabla 10: Encuesta.....	38
Tabla 11: FODA.....	39
Tabla 12: Importaciones en dólares .....	52
Tabla 13: Mercado Miami .....	54
Tabla 14: Ficha técnica .....	57
Tabla 15: Ficha Etiqueta.....	60
Tabla 16: Ficha de Envase .....	61
Tabla 17: Ficha de Embalaje .....	61
Tabla 18: Costos Fijos .....	63
Tabla 19: Determinación Costos Internos.....	64
Tabla 20: Matriz de Exportación .....	64
Tabla 21: Costos Fijos Anuales .....	65
Tabla 22: Punto de Equilibrio.....	66
Tabla 23: Proyección Ventas.....	73
Tabla 24: Proyección de Ventas Futuro .....	74

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Chaquetas Winter Sun .....	26
Gráfico 2: Encuesta .....	33
Gráfico 3: Encuesta .....	34
Gráfico 4: Encuesta .....	35
Gráfico 5: Encuesta .....	36
Gráfico 6: Encuesta .....	37
Gráfico 7: Encuesta .....	38
Gráfico 8: Encuesta .....	39
Gráfico 9: Mapa de Imbabura .....	45
Gráfico 10: Mapa de Otavalo .....	45
Gráfico 11: Organigrama .....	47
Gráfico 12: Destino de las exportaciones ecuatorianas no petroleras al mundo .....	51
Gráfico 13: Matriz BCG .....	59
Gráfico 14: Ciclo de vida del producto .....	62
Gráfico 15: Canal de distribución.....	69
Gráfico 16: Incoterm .....	71
Gráfico 17 Winter Sun .....	71
Gráfico 18: Winter Sun .....	72

## RESUMEN

El presente proyecto es importante para promover la oferta exportable y la identidad de Ecuador, una de las alternativas es la exportación de chaquetas artesanales, la ventaja de este producto es que su elaboración y diseños son artesanales.

En esta investigación se realizó para plantear el procedimiento un plan de exportación de chaquetas artesanales de la micro empresa Winter Sun para su comercialización en Miami, para promover la competitividad y el desarrollo de la micro empresa y pueda realizar sus exportaciones de sus productos sin ningún obstáculo.

Otavalo se caracteriza por cultura y por su variedad de productos y este plan de exportación tiene como objetivo promover el desarrollo del mercado artesanal, ya que muchas pymes que se dedican a la elaboración de productos artesanales actúan de forma empírica y otras acuden a agencias exportadoras y por medio de este proyecto exporten sus productos de forma directa.

Para el estudio de este proyecto se permitió conocer a fondo con aspectos relacionadas con la exportación de este producto, para mayor información se realizó un análisis interno y externo de la micro empresa se aplicó una matriz FODA, que sirvió para conocer las fortalezas y debilidades, además se detalló los costos de fabricación y de exportación que se alcanzara al exportar este producto al mercado internacional.

El presente proyecto termina con una serie de conclusiones que hacen referencia a los resultados obtenidos de acuerdo a los objetivos planteados en cada uno de los capítulos, que permiten mejorar las condiciones y funciones del plan de exportación del producto. Por último, este proyecto beneficia directamente a la micro empresa Winter Sun, para que realice sus exportaciones directamente, satisfaciendo las necesidades del cliente sin intermediarios, y beneficiarlos con productos de calidad y a un precio favorable.



## ABSTRACT

The present project is important to promote the exportable offer and Ecuador's identity; one of the alternatives is exporting handmade jackets, and the advantage of this product is that its elaboration and designs are handmade.

This project was carried out to propose the procedure with an export plan for handmade jackets of Winter's Sun micro company for its commercialization in Miami, to promote the competitiveness and development of the micro enterprise also that it can export its products without any obstacle.

Otavalo is characterized by culture and its variety of products and this export plan aims to promote the development of the artisan market, due to many pymes are dedicated to the production of artisan products empirically and others go to export agencies and through this project, export products directly.

For this project study it was allowed to deeply know with related aspects the export of this product, for more information an internal and external analysis of the micro enterprise was carried out a SWOT matrix, served to know the strengths and weaknesses specifically. In addition, the manufacturing and export costs that will be achieved when exporting this product to the international market were detailed.

This project ends with a series of conclusions that refer to the results obtained according to the objectives set out in each of the chapters, which improves the conditions and functions of the product export plan. Finally, this project benefits the Winter Sun micro company directly, so it can export directly, satisfying the client needs without intermediaries, also benefit them with quality products and favorable price

# **INTRODUCCIÓN**

La situación de las microempresas en la actualidad sigue siendo crítica, porque opera con serias restricciones de tipo financiero, tecnológico, productivo, asesoramiento sobre trámites de importación, exportación y falencias que hacen que su economía e ingresos sean bajos.

De este modo, con este proyecto se pretende dar la solución a los problemas de exportación y que tengan mayor competitividad en el mercado extranjero y así ayudar al desarrollo de nuestro país.

Esta investigación está conformada por en el capítulo I: en cual se encuentra todo lo teórico, conceptos y definiciones necesarias para realizar un plan de exportación. El capítulo II: donde se realizará el marco metodológico en el que se procederá a ejecutar una entrevista y una cuesta, donde surgirá la matriz FODA, en el capítulo III, se presentará los resultados de un diseño de un plan de exportación. Con el propósito de promover al sector artesanal en su producción y comercialización de los productos artesanales, esto nos va a permitir encontrar nuevas formas de comercializar y exportar los productos artesanales de la micro empresa Winter Sun.

Es por esta razón que el problema del sector artesanal es el desconocimiento de los procesos para la comercialización internacional de sus productos, por lo tanto, se elaborará estrategias de exportación para mejor desarrollo del comercio internacional y los artesanos obtengan mayor información y no actúen empíricamente.

## **CONTEXTUALIZACIÓN DEL TEMA.**

Plan de exportación para comercializar chaquetas artesanales de la empresa Winter Sun en Miami.

# **SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

## **EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

En Otavalo la actividad textil es la principal fuente de ingresos, existe una gran cantidad de tejedores que utilizan talleres artesanales, existen también familias que tienen fábricas modernas, lo que ha incrementado la productividad además se puede evidenciar un crecimiento industrial de gran importancia, las pequeñas empresas del sector han logrado salir adelante en los negocios y obtener una mayor penetración de mercado a pesar de la competencia. La producción textil es importante para la ciudad de Otavalo, es considerado como uno de los factores para su desarrollo socio económico, pues se ha generado una gran cantidad de empleos directos e indirectos.

La actividad del comercio al por mayor y menor según las estadísticas INEN representa el 14%, tanto de productos agropecuarios y textiles, lo realizan principalmente a las provincias del norte y sur, las exportaciones de prendas textiles lo destinan básicamente a Panamá, España, Estados Unidos y Europa, facilitadas por las vías de buena calidad, de conexión inter parroquiales, inter cantonales, inter interprovinciales y nacionales (aeropuerto). Estas actividades son las que más predominan e incentivan al desarrollo de la ciudad.

Una de las grandes desventajas del sector textil Otavaleño es el desconocimiento de los procesos de exportar y falta de competitividad de las empresas y además es la competencia desleal y el comercio ilícito.

A esto se suma el hecho que no existe una política más agresiva que fomente las exportaciones textiles artesanales.

## **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cómo contribuyen un plan de exportación para la comercialización de chaquetas artesanales de la empresa WINTER SUN, de la ciudad de Otavalo?

## JUSTIFICACIÓN

En la actualidad se puede determinar que el sector textil es clave para la productividad y desarrollo del país, en la actividad artesanal su mayor problema es el desconocimiento de los productores sobre los procesos de exportación, ya que esta no le permite encontrar nuevos mercados para comercializar los productos, en el Ecuador la realizan personas emprendedoras con conocimientos empíricos las mismas que necesitan apoyo del estado para reforzar sus conocimientos sobre comercio exterior, y así obtener una mayor participación en el mercado internacional.

En esta investigación se realizará un plan de exportación para la comercialización de chaquetas artesanales de la micro empresa Winter Sun, ubicada en la ciudad de Otavalo, el cual es conocido por sus productos artesanales y es un punto estratégico para la demanda del producto, ya que el consumidor del producto es extranjero y este esparce el producto y la marca y así incrementando su producción y generar más fuentes de empleo, mejorar los ingresos obtenidos por medio de las exportaciones realizadas.

Además, las chaquetas artesanales cuentan con una elección de exportación, su ventaja son sus diseños exclusivos y elaborados 100% a mano, la cual genera que el producto sea más adquirido en el mercado internacional.

Es factible este proyecto por que el producto ya se comercializa en el mercado internacional por medio de una agencia dedicada a las exportaciones, esta investigación se realiza con el propósito de dar a conocer los procesos de exportación que debe utilizar para exportar las chaquetas artesanales de la micro empresa Winter Sun.

La micro empresa Winter Sun, cuenta con los recursos económicos y materiales y con el talento humano para llevar a cabo esta investigación, la distribución de las chaquetas artesanales se realizará en Miami (EE. UU), la cual llegará hasta el consumidor final y poder satisfacer así al máximo su necesidad de adquirir el producto.

## **HIPÓTESIS**

El diseño de un plan de exportación mejora la comercialización de chaquetas artesanales de la microempresa Winter Sun.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

- Diseñar un plan de exportación de la micro empresa Winter Sun para comercializar chaquetas artesanales en Miami.

### **Objetivos específicos.**

- Fundamentar las bases teóricas para la elaboración de un plan de exportación.
- Construir un marco metodológico para el plan de exportación de chaquetas artesanales de la micro empresa Winter Sun.
- Diseñar el plan de exportación de chaquetas artesanales.

## **PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **Investigación Cuantitativa**

Según Hernández (2012) la investigación cuantitativa “usa la recolección de datos para probar hipótesis, en la mediación numérica y el estadístico, para establecer el comportamiento y probar.”(p.6)

La investigación cuantitativa se toma en cuenta este enfoque ya que se va a recolectar datos importantes se necesita conocer acerca del producto para realizar algunas estadísticas.

### **Investigación Cualitativa**

Para Hernández (2012) la investigación cualitativa “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de la investigación en el proceso de interpretación”(p.7)

En la investigación también se toma en cuenta la investigación cualitativa ya que ayuda con aportes informáticos basados en cualidades como gustos o preferencias del producto.

## **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El diseño de esta investigación se realiza la investigación descriptiva, documental y de campo, tomando en cuenta las variables ya que por medio de estas se realizará el diagnostico actual de las chaquetas artesanales.

### **Investigación descriptiva**

Para Tamayo (2010) la investigación descriptiva “comprende la descripción registro análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos.” (pag.25).

Este tipo de investigación se aplicará para comprender el análisis del fenómeno a investigar y realizar el diagnosticar la situación actual de las exportaciones de chaquetas artesanales en la ciudad de Otavalo.

### **Investigación Explicativa**

Para Hernández (2011) la investigación explicativa “tiene como objetivo principal determinar las causas que producen el fenómeno en estudio. Por tanto, el fenómeno se asume como un efecto que puede ser variado por modificaciones en las causas que lo producen.” (p.57)

La investigación explicativa es el método que permite observar y determina el comportamiento del fenómeno de estudio, a pesar de que los resultados siempre están

abiertos a cuestionamiento y a diferentes interpretaciones, no hay duda de que son preferibles a no realizar ninguna investigación en absoluto.

## **TIPO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Investigación documental**

Para Baena (2014) la investigación documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura, crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas y centros de documentación e información.” (p.35)

Para esta investigación se recopila todo tipo de información escrita y se toma en cuenta los estudios de exportación de chaquetas artesanales realizados anteriormente, de revistas, periódicos para así partir de una idea generalizada de los problemas que ocurren en la ciudad de Otavalo Ecuador, para fundamentar la comercialización de sacos de lana en el extranjero y el desarrollo socio-económico del sector productivo.

### **Investigación de campo**

Según Baena (2014) la investigación de campo consiste en la recolección de datos directo de la realidad, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural.” (p.88)

En la investigación de campo como un término general que incluye el sinfín de actividades que realizan los investigadores de campo cuando recopilan datos: participan, observan, generalmente entrevistan a algunas de las personas que observan y normalmente analizan documentos o algunos objetos relacionados con el estudio.

## **MÉTODO**

### **Método deductivo**

Según Sánchez (2012) “El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos para deducir por medio del razonamiento lógico” (p.14)

El método deductivo se basa en la recopilación de datos de casos prácticos mediante la observación directa del entorno, por tal motivo se utiliza este método para la recopilación y el análisis de la información acerca de las diferentes áreas de la empresa y establecer la situación actual de dicha entidad. Partiendo de ello se pretende ampliar y mejorar la oferta de la empresa a través de las nuevas tendencias que requiere el mercado textil.

## **MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN**

Se analizará como es el comportamiento de cada área de la empresa a través de los métodos y los instrumentos de la recolección de datos sobre las características que engloban a los diferentes departamentos de la empresa para de esta manera determinar la competitividad y el alcance de mercado de la empresa y finalmente discutir sobre las políticas que la empresa puede aplicar para tomar decisiones correctas.

### **Entrevista**

Para Behar (2014), “es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar,” (p.55)

La entrevista tiene como objetivo principal la recolección de información necesaria, en la misma que el investigador debe elaborar preguntas coherentes para que el entrevistado conteste sin ningún problema.

Se presenta el desarrollo del instrumento de la investigación que contempla el siguiente aspecto:

### **Encuesta**



Según Behar (2014) “la encuesta recogen información de una porción de la población de interés, dependiendo el tamaño de la muestra en el propósito del estudio.” (p.62)

La encuesta recolecta información de una población determinada que se establece a través de la muestra, la encuesta dirigida a los propietarios de las microempresas de la ciudad de Otavalo con el fin de realizar el diagnóstico de la situación comercial y administrativa con la que cuenta cada uno y así fortalecer nuestra competitividad.

### Declaración de variables

- **VI:** Plan de exportación
- **VD:** mejora de la comercialización de chaquetas artesanales de la micro empresa, Winter Sun.

### Operacionalización de variables

**Tabla 1: Matriz de Relación**

VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION
PLAN DE EXPORTACIÓN	Diagnostico empresarial	Antecedentes Conceptos Definiciones	Documentos Fuentes
	Procesos de exportación	Procesos aduaneros Documentos, Tramites, certificados	Documentos digitales

	Formalidades Aduaneras	Barreras Arancelarias	Certificados de Inspección
Mejora de la Comercialización de Chaquetas de la microempresa Winter Sun	Mercado Internacional.  Comercialización	Selección de mercados. Segmentación de mercados. Mercado objetivo. Clientes internacionales Pasos para exportar. Costos, ganancias, producción.	Documentos físicos, digitales  Matriz de mercados  Modelo de Negocios

Elaborado por: Los autores

# **CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO**

## **1. ANTECEDENTES DEL SECTOR ARTESANAL OTAVALEÑO**

### **1.1 ANTECEDENTES:**

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la Colonia, donde se fabricaban tejidos en lana de oveja de forma empírica, esta actividad en sus inicios permitía a los artesanos mantener una estabilidad económica para sus hogares. Actualmente los artesanos están fabricando productos en todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el algodón, poliéster, nylon, acrílicos, lana y la seda.

Varios cantones y sectores de la provincia de Imbabura como Otavalo, Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí, se da la mayor actividad textil de la Sierra, sus productos principales conservan diseños autóctonos y el 45.99% son fabricados en talleres artesanales donde predomina la mano de obra. Estos productos artesanales en sus inicios al igual que hoy se comercializan en el cantón Otavalo su comercio se concentra en el mercado local.

Algunos artesanos han incursionado la comercialización en mercados extranjeros lo que les ha permitido alcanzar un alto nivel económico, mismo que lo han invertido en tecnología, incrementando su producción y reduciendo costos, lo que ha repercutido en el estancamiento de los artesanos que no han tenido la posibilidad de acceder a una tecnología, a más de ello la falta de innovación en sus diseños y marcas patentadas ha provocado que su producción no sea competitiva y no satisfaga la demanda de los mercados locales y extranjeros.

## **2. LA EMPRESA**

Romero, autor del libro "Marketing", define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela" (p.09)

Al respecto, empresa es una entidad conformada por trabajadores y bienes adquiridos y con la materia, para cumplir su objetivo que es satisfacer las necesidades de los clientes.

## **2.1 Tipos de empresa**

### **Actividad o Giro**

- Industriales
- Comerciales
- Servicio

### **Origen del capital**

- Públicas
- Privadas

### **Tamaño o Magnitud**

- Micro empresa
- Mediana empresa
- Gran empresa
- Multinacional

## **2.2 Internacionalización de las empresas**

Según Gil (2009)

“La internacionalización es un proceso en el cual una empresa logra traspasar las fronteras de su país de origen y se inserta en otros mercados, en otros países, para poder colocar sus productos u operaciones, la exportación es la forma más básica de internacionalización de una empresa” (p.78)

El empresario conoce que existe una gran demanda manera más adecuada en la cual a la empresa se da a conocer en otros mercados logra cubrir las necesidades de ciertos mercados internacionales y una de estas maneras es la exportación.

### **2.2.1 Tipos de internacionalización**

El profesor Gil nos señala que la internacionalización de una empresa en la mayoría de los casos es consecuencia de la fortaleza de una empresa en su mercado. Entonces el paso natural de esa empresa es comenzar a exportar. Aquí te presentamos las formas más usuales de internacionalización:

- Las exportaciones, que pueden ser pasivas es decir cuando la empresa no hace esfuerzos, los compradores la detectan y van a comprarle. Además, está la exportación activa que es cuando la empresa decide exportar; hace los esfuerzos, busca compradores, contrata un experto en comercio internacional y se inicia el proceso. Finalmente está la exportación regular o consolidada que es cuando ya se tienes un mercado seguro y se exporta continuamente.
- Inversión extranjero directa, es cuando una empresa ubica una planta en otro país y contratan personal. Normalmente estas empresas tienen una gran capacidad financiera para la internacionalización.
- Adquirir empresas en otros países o fusionarse con otras empresas. Es una forma más rápida de internacionalización, se compra el know-how y una porción del mercado.
- Alianzas estratégicas es cuando se busca un socio que pueda dedicarse a diferentes aspectos del negocio. Se hacen alianzas estratégicas para proyectos o se crea una nueva razón social.
- Las franquicias y las licencias en las cuales se exporta el know-how de tu empresa.

### **3. PLAN DE EXPORTACIÓN**

Según Lerma y Márquez (2010) “el plan de exportación es la guía que muestra al empresario hacia dónde dirigir su esfuerzo exportador y cómo competir con sus productos y/o servicios en el mercado internacional (exportaciones seguras, en incremento y rentabilidad) a fin de lograr el éxito” (p.539). Existen numerosas razones por las cuales una empresa decide insertar sus productos en el mercado internacional. Un plan de exportación es una herramienta útil que le permite al empresario conocer cómo está parado frente a los mercados externos y como satisfacer sus necesidades.

### **3.1 Características del plan de exportación**

Para Lerma y Márquez (2010) indica que las características para un buen plan de exportación son esenciales cinco tareas: (p.543)

1. Descripción de la situación actual del negocio, lo que implica la elaboración de un resumen detallado de todos los aspectos relevantes de sus operaciones actuales.
2. Detección de oportunidades comerciales en el mercado internacional (investigación producto-mercado).
3. Evaluación de la competitividad internacional de la empresa y de sus productos o servicios, mediante el análisis comparativo entre las fuerza y debilidades de la empresa (principalmente en lo que se refiere a los productos y servicios) contra los competidores en cada mercado meta.
4. Determinación de la estrategia competitiva. Con base en la información recabada en los tres pasos previos, y haciendo uso del ingenio y astucia, usted podrá identificar y determinar las acciones para mejorar el funcionamiento de su compañía en los nuevos mercados, y así incrementar el éxito de u esfuerzo exportador.
5. Formulación del plan de exportación. Donde se identifican y describen uno o varios proyectos específicos de exportación que sean prometedores.

### **3.2 Estructura del plan de exportación**

Según Aduanas del Ecuador (2018) la estructura del plan de exportación con sus puntos principales es:

#### **1. Objetivos del plan**

Exportar puede ser una manera rentable de ampliar un negocio, difundir sus riesgos y reducir su grado de dependencia con el mercado local.

#### **2. Resumen para exportar**

Las dos claves fundamentales para alcanzar el éxito de una exportación son la selección de mercado de los posibles países para su producto y realizar una profunda investigación con el fin de identificar las características de estos mercados.

### **3. Antecedentes para exportar:**

- Situación de la empresa
- Hipótesis de la base del plan
- Datos macro coyunturales
- Porque la decisión de exportar

### **4. Objetivos de la empresa con la exportación (marketing y financieros)**

- Cuáles son las metas que la empresa quiere alcanzar mediante la realización de una exportación.

### **5. La inteligencia del marketing (creación de fuentes de información)**

- Ponerse en contacto con clientes potenciales en el extranjero sin salir de casa
- Transmitir una imagen "moderna" del negocio
- Llegar a clientes en el extranjero en formas rentables
- Proyecta la impresión de una organización profesional

### **6. Identificación y evaluación de oportunidades**

- Oportunidades de mercados existentes
- Oportunidades de mercados creadas
- Oportunidades de mercados creadas por la competencia
- Oportunidades de mercados futuras
- Evaluación del ambiente del marketing internacional o NOTA: requiere elaboración de estudio de mercado para exportación

### **7. Análisis producto/espacio**

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

### **8. Alternativas de entrada al mercado seleccionado**

Buscar la mejor manera para llegar al mercado, sabiendo cual es el producto adecuado que en este mercado mayorista.

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

**10. Plan de acción:**

- Producto
- Ventas
- Asistencia a la venta
- Promoción
- (Comercio y Aduanas)

### **3.4 Importancia del plan de exportación**

Según Lerma & Márquez (2010) La importancia de un plan de exportación “radica en identificar donde uno se encuentra y a donde se quiere llegar en los negocios internacionales; y, además, sirve para que, en forma secuencial, se focalice la Visión, Misión y Objetivos de la empresa tiene para exportar”. (p. 519)

Por lo tanto, el plan de exportación consiste en buscar nuevos mercados y para ingresar a estos mercados se debe realizar un estudio breve del mismo, el plan de exportación ayuda a realizar la estructura y proceso adecuado para realizar una exportación a un cierto mercado.

## **4. TEORÍA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

Estrada (2016) cita de Adam Smith define que:

“La ventaja absoluta es que un país, una empresa o un productor, es más eficiente que otro en la producción de ciertos bienes, productos o servicios” (p. 27)



Por consiguiente, la ventaja absoluta una de las teorías que ayuda al surgimiento del comercio internacional, en la que explica que un país es eficiente en ciertos productos o cuenta con recursos naturales de calidad y sus trabajadores se caracterizan por obtener mayor capacidad, esto lleva a que un país o una empresa podría realizar o se especialice en un producto que otros, pero con un costo más bajo.

## **4.1 EXPORTACIÓN**

### **4.1.1 DEFINICIÓN**

Daniels (2014) explica que la “exportación es la venta de servicios producidos por una empresa que tiene su sede en un país a clientes que residen en otro país”. (p.365)

Además, la exportación es la venta que se realiza con un país o más, de varios productos o servicios en los cuales el país se destaque o produzca a más alta calidad y a un menor precio o cuente con una riqueza natural la cual no cuenta varios países, los países deben especializarse en los productos y servicios que se destaquen de otros países y así poder ampliar el comercio exterior ya que mientras un país exporte ayuda a la economía del mismo país.

#### **4.1.2 Exportación directa.**

Daniels (2014) define que la exportación directa es que “la empresa vende directamente sus productos a un intermediario independiente, como un agente, distribuidor o minorista ubicado fuera del país de origen, el cual luego vende el producto a los consumidores locales”. (p.373)

Por lo tanto, la exportación directa se realiza cuando el país, empresa o vendedor, realiza la venta al exterior sin ningún intermediario lo hace principal mente con el mayorista del país destinada la exportación.

#### **4.1.3 Exportación indirecta.**

Pastrana (2014) explica que el comercio exterior indirecto es que “el productor vende sus géneros a un intermediario nacional especializado en comercio internacional. La función del fabricante es sólo facilitar la mercancía, mientras que es el intermediario quien asume los posibles riesgos y gastos de distribución.” (p.1)

Además, la exportación indirecta es la que el productor o la persona que realiza servicios venden sus productos o servicios a un intermediario nacional para que este intermediario realice la exportación al país de destino.

## **4.2 PASOS PARA EXPORTAR**

Pasos para exportar:

1. Calificarse como Exportador
  - Obtención del Ruc
  - Obtención de la firma digital.
  - Registrarse en el SENA
  - Calificar el origen del producto
2. Registrar los precios ante un notario para las cartas de crédito o por pedido del importador (opcional)
3. Elaborar la Factura Comercial.
4. Aprobar el DAE electrónicamente en el SENA.
5. Conocimiento de embarque.
6. Presentar el Certificado de Origen.
7. Otros Documentos.

## **4.3 INCOTERMS**

Para Estrada (2016) explica que los incoterms, “son un conjunto de términos comerciales de tres letras que describen, las tareas, los costos y los riesgos que implica la entrega de una mercancía de un vendedor a un comprador.” (p.175)

Los incoterms son términos comerciales donde el comprador y el vendedor llegan a un acuerdo y deciden el término que se utilizara para realizar la importación o exportación, la principal función de los incoterms implica en el transporte y los riesgos de las mercancías, y los incoterms son expresados en tres letras.

Los incoterms se dividen en dos grupos:

El primer grupo de incoterms estos pueden utilizar cualquier modalidad de transporte.

- **Ex-work:** El vendedor tiene la mínima obligación, ya que la mercancía debe ser entregada en la fábrica del vendedor.
- **Free Carrier:** La obligación del vendedor es entregar la mercancía al transportista, de ahí asume la responsabilidad el comprador.
- **Carriage Paid To:** El vendedor asume el transporte hasta el lugar convenido, y ahí asume la responsabilidad el comprador.
- **Carriage And Insurance Paid To:** El vendedor asume la responsabilidad del transporte y seguro hasta el lugar convenido, y una vez la mercancía es entregada en el lugar convenido la responsabilidad asume el comprador
- **Delivered At Terminal:** El vendedor debe entregar la mercancía en la terminal convenida, una vez entregada la mercancía en lugar convenido la responsabilidad asume el comprador.
- **Delivered At Place:** El vendedor debe entregar la mercancía en el lugar convenido asumiendo el transporte y el seguro, una vez entregada la mercancía en el lugar destinado asume la responsabilidad el comprador.
- **Delivered Duty Paid:** El vendedor tiene la máxima responsabilidad debe entregar la mercancía en el destino que el comprador decida con todos los derechos pagados, el comprador tiene la mínima obligación.

En el segundo grupo se encuentran los incoterms de transporte marítimo.

- **Free Along Ship:** La obligación del vendedor es entregar la mercancía al costado del buque, una vez entregada la mercancía a lado del buque la responsabilidad asume el comprador.

- **Free On Bord:** La obligación del vendedor es de entregar la mercancía en franco abordo, una vez la mercancía entregada en franco abordo la responsabilidad asume el comprador.
- **Cost And Freight:** La obligación del vendedor es de entregar la mercancía en el puerto acordado y debe asumir el costo y el flete, la obligación del comprador es contratar un seguro.
- **Cost, Insurance And Freight:** La obligación del vendedor es entregar la mercancía en el puerto convenido asumiendo los costos, flete y seguro de la mercancía, la responsabilidad del comprador asume una vez obtenida la mercancía en el puerto convenido.

## 5. MERCADO

Para Monferrer (2013) define qué mercado “Originalmente el término de mercado se utilizó para designar el lugar donde compradores y vendedores se reunían para intercambiar sus bienes.”(p.51) Es decir, un mercado es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones.

### 5.1 Mercado objetivo.

Monferrer (2013) explica que mercado objetivo es “la parte del mercado disponible cualificado a la que la compañía decide dirigirse.” (p.52)

Por otra parte, el mercado objetivo es una parte específica del mercado o una cierta parte de los clientes por la cual fue elaborado el producto y satisfacer las expectativas de los consumidores finales.

## 5.2 Mercado meta

Kotler (2008) define que “El mercado meta hace referencia al destinatario ideal de un servicio o producto. Por lo tanto, se trata del sector de población al que se dirige un bien y al que podrá dirigir una organización sus esfuerzos de mercadotecnia.” (p.43)

Según Kotler, el mercado meta es una de las razones por las cuales se realiza la segmentación de mercado, ya que es necesario saber a quién nos dirigimos y al cual debemos satisfacer con el producto a ofertar.

## 5.3 CLASIFICACIÓN DE MERCADO

Tipos de Mercado desde el Punto de Vista Geográfico:

Para Moferrer (2013) tiene identificado geográficamente el mercado se divide de esta manera: (p.53)

**5.3.1 Mercado internacional:** Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.

**5.3.2 Mercado nacional:** Para García (2001) define que “en el mercado nacional existe elementos tales como las fuerzas políticas, la estructura legal y el clima económico, que tienen un elemento decisivo sobre el resultado.” (p.20)

Además, Mercado nacional es el cual realiza la compra o venta de productos, bienes o servicios dentro del territorio nacional.

## 5.4 Selección de mercados de exportación

Para Estrada (2016) “la selección de mercados adecuada para la empresa y el producto, hace más fácil el resto de procesos, entre los que se encuentra la logística, la producción y la venta.” (p.61)

Por lo tanto, conocer el mercado correcto hace que la exportación de los productos se realice los procesos de forma más rápida y eficaz.

En primer lugar, para la selección de mercados óptima es la eliminación de aquellos mercados menos favorables.

A continuación, para determinar estos mercados se han de analizar los siguientes factores:

- Tamaño del mercado: que tenga potencial de compra.
- Proximidad.
- Fase de Crecimiento: nivel macro que asegure crecimiento.
- Precio: encontrar mercados interesantes.
- Ventajas competitivas: elegir aquellos países donde se tenga alguna ventaja.

## **5.5 MERCADO DE EE.UU.**

Estados Unidos presenta atractivas oportunidades comerciales para los exportadores ecuatorianos, de acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador, en el 2017 las exportaciones hacia este país fueron de: USD 2`591 millones. En este rubro están considerados productos con y sin valor agregado como la rosa, el camarón y el banano, pescado procesado, aceite de palma, maquinaria, tableros, madera aserrada, entre otros.

### **5.5.1 BARRERAS ARANCELARIAS.**

Para Estrada (2013) “las barreras arancelarias son restricciones al comercio externo de un país, mediante impuestos a la exportación e importación de bienes o servicios por parte de un país o una zona económica.” (p. 27)

Por esta razón, las barreras arancelarias son impuestos que un país aplica a ciertos productos o servicios para proteger el producto nacional, y este impuesto se conoce como arancel.

## **5.5.2 BARRERAS NO ARANCELARIAS**

Según Estrada (2013) “Las barreras no arancelarias, son regulaciones utilizadas por los gobiernos para restringir las importaciones de todos o algunos países, generalmente para proteger los productos domésticos.” (p. 29)

Por lo tanto, las barreras no arancelarias son creadas con el fin de proteger al producto nacional, y evitar las importaciones y elevando los impuestos de ciertas mercancías y así resguardar el producto nacional.

## **6. PRODUCTO**

Según Baldwin (2010) define que el producto “por norma general, en las sociedades desarrolladas los deseos y necesidades se satisfacen a través de productos.” (p. 49)

Por esta razón, el producto son las características, beneficios o usos con un objeto de ser producido o fabricado y así es creado para satisfacer la necesidad del consumidor.

### **6.1 CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

Según Martínez y Jiménez (2011) el producto se clasifica de la siguiente manera (p.43):

#### **SEGÚN LA TANGIBILIDAD:**

- Según el tiempo que dura el producto.
- Tangible o intangible.

#### **SEGÚN LA DURABILIDAD:**

- Bienes no duraderos; Son los que son elaborados con una fecha de expedición.
- Bienes duraderos; Son productos que son elaborados con una vida útil de varios años.

#### **SEGÚN EL TIPO DE USUARIO:**

- Bienes industriales; Son los que son utilizados para elaborar otros productos.
- Bienes de consumo; Son los productos utilizados para satisfacer las necesidades de los consumidores finales estos pueden ser, personales o familiares

### **6.1.1 Calidad**

González (2018) “muchos productos de alta calidad son de diseños sencillos, con mínimas complicaciones, el tamaño tampoco define la calidad del producto.” (p.20)

La calidad de un producto no se basa en el tamaño ni en las complicaciones, la calidad del producto se encuentra cuando este satisface la necesidad del cliente.

## **6.2 LOGÍSTICA**

Para Estrada y Estrada (2013) la logística es “el proceso por el que la empresa gestiona de forma adecuada el movimiento, la distribución eficiente y el almacenamiento de la mercancía.” (p. 175)

La logística es el proceso que se utiliza para el traslado de la mercancía y la distribución de una manera eficaz y finalizando con el almacenamiento de la mercancía, con una buena logística se puede reducir costos.

## **6.3 CANAL DE DISTRIBUCIÓN**

Para Monferrer (2013) el canal de distribución es, “representa cada una de las etapas que componen el recorrido del producto desde el fabricante hasta el consumidor final.” (p. 132)

El canal de distribución es el conducto que cada empresa escoge para transportar sus productos desde el punto de fabricación hasta el consumidor final.

## **6.4 POSICIONAMIENTO DE LA MARCA**

Según Prieto (2009) el posicionamiento de la marca, “actúa sobre la mente para que ésta jerarquice, seleccione y clasifique el concepto, desarrollo y evolución del producto o



servicio y todos los elementos de información de la respectiva campaña publicitaria.” (p. 22)

El posicionamiento de la marca es que el producto ocupe un puesto y lugar importante en el mercado, y que el producto sea anhelado en la mente de los consumidores por medio de campañas publicitarias y estas mismas deben ser mejores que la competencia.

## **6.5 ANÁLISIS FINANCIERO**

Córdoba (2014) define que el “análisis financiero es el conjunto de técnicas diagnosticar la situación y las perspectivas de la empresa. El fin fundamental financiero es poder tomar decisiones adecuadas en el ámbito de la empresa.” (p. 154)

El análisis financiero es muy importante para los dirigentes de la empresa, ya que por medio del análisis financiero ellos pueden tomar decisiones correspondientes a los riesgos u oportunidades por la cual este pasando actualmente la empresa.

### **6.5.1 Recursos financieros**

Los recursos financieros es el conjunto de activos financieros con los que cuenta una empresa, como también la liquidez de la misma, y con el efectivo, los bonos, las divisas son parte de los recursos financieros.

### **6.5.2 Recursos no financieros**

Los recursos no financieros no provienen de un capital propio a la empresa, sino que están sujetos por financiación ajena y son obligaciones de pago que posee la empresa es lo contrario de los recursos financieros.

## **CONCLUSIONES PARCIALES CAPÍTULO I**

Se recopiló toda la información necesaria de definiciones y conceptos que permitirá realizar el diseño del plan de exportación eficiente para ayudar a la microempresa, fortaleciendo los conocimientos de exportación necesarios; en vista que en la actualidad lo hace de forma empírica.

Algunos beneficios de contar con un plan de exportación son reconocer la posición de la compañía con respecto a los mercados externos, analizar previamente posibles riesgos y crear un plan de contingencia para superarlos, aprender más sobre los mercados finales y mejorar la relación con proveedores, agentes de ventas e instituciones financieras.

Antes de elaborar un plan de exportación para la empresa Winter Sun, es necesario identificar y recolectar información sobre la compañía y sus requerimientos de exportación.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO METODOLÓGICO

La metodología del proyecto tiene como propósito la recolección de información necesaria de la micro empresa Winter Sun, para determinar la necesidad de la elaboración de un plan de exportación mediante el desarrollo de un marco metodológico que contiene los siguientes componentes:

Se desarrollarán los siguientes métodos los que son: diseño y tipo, enfoques y metodología de la investigación, así como la recolección de datos y por ultimo instrumento y técnica, la cual se realiza la validez de preguntas las mismas que las recibirán 3 expertos, para realizar la entrevista al gerente de la micro empresa Winter Sun, con la finalidad de diagnosticar la situación actual de la misma.

#### 2.1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA MICRO EMPRESA WINTER SUN.

La micro empresa Winter Sun, en la actualidad se encuentra ubicada en la Provincia de Imbabura, ciudad de Otavalo, fue fundada en 1983, funcionando hasta la actualidad, se dedica a la fabricación artesanal de prendas de vestir como: Blusas, vestidos, camisetas y las chaquetas, esta última cuenta varios diseños:

**Gráfico 1: Chaquetas Winter Sun**



Fuente: Winter Sun

El mercado donde se expende los productos en la actualidad es: Estados Unidos, especialmente en el mercado de Miami, donde los productos han tenido una gran acogida por su confección y diseños artesanales; lo que ha permitido a través de las ventas y sus exportaciones, cubrir los gastos que conlleva la fabricación; generando una utilidad representativa para sus propietarios. Para diferenciarse de la competencia, la innovación artesanal es constante, dando un sitio preponderante en el mercado exterior.

## 2.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Micro empresa Winter Sun, está conformada por:

**Tabla 2: Población**

Detalle	Número de integrantes
<b>Gerente General / Jefe de producción</b>	<b>1</b>
<b>Trabajadores Permanentes</b>	<b>14</b>

Elaborado por: Los autores

También se realizará una encuesta considerando la base de datos proporcionada por la Cámara de Comercio de Otavalo, misma que se desarrollan en el campo de la industria artesanal, por ser una población ya identificada se aplicara la fórmula para obtener la muestra:

**Tabla 3: Base de datos artesanos**

BASE DE DATOS DE ARTESANOS PRODUCTORES Y COMERCIANTE DE PRODUCTOS TEXTILES DE LA CIUDAD DE OTAVALO.	
ACTIVIDADES	Nº DE EMPRESAS
ARTESANIAS	179
BOUTIQUE	8
CALZADO	9
FIBRAS TEXTILES	14
MOCHILAS	2

ROPA	21
ROPA INTERIOR	3
SOMBREROS GORRAS	14
TEJIDOS	29
TEXTILES	58
VARIOS	19
<b>TOTAL</b>	<b>356</b>

Fuente: Informe de Encuestas U Otavalo 2019.

## Formula de población finita.

### Formula

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + (Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q)}$$

Población finita

n= tamaño muestra

z= nivel de confianza

p= porcentaje de la población que tiene el atributo deseado.

q= porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado.

N= tamaño de la población.

e= error de estimación máximo aceptado.

### Ingreso de datos

<b>Z=</b>	1,96
<b>p=</b>	95%
<b>q=</b>	5%
<b>N=</b>	356
<b>e=</b>	5%

Elaborado por: Los autores

### Tamaño de la muestra

n=

60.71

## **2.3 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.3.1 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS**

La validez y la confiabilidad de la encuesta y entrevista, nos permitirá obtener una información confiable por ende la realización y ejecución del proyecto de investigación.

#### **2.3.1.1 Validez**

Los instrumentos fueron validados por profesionales en el campo del comercio exterior, quienes cuentan con conocimientos en el área, y aportaron con sugerencias en la elaboración de las preguntas.

Magister Edwin Santiago Núñez con N° de cédula 171639522-1, docente de tiempo completo en la carrera de Comercio Exterior y Finanzas, manifiesta por medio de la carta de validación que la entrevista a realizarse a la micro empresa Winter Sun, se encuentra en condiciones adecuadas con un porcentaje de 91% de 100%

Ingeniero Luis Alfonso Albuja Cabrera con N° de cédula 100197158-7, Gerente de la empresa de exportaciones CTS ECUADOR CIA LTDA, manifiesta por medio de la carta de validación que la entrevista a realizarse, se encuentra en condiciones adecuadas con un porcentaje de 93% al 100%.

Magister Edgar Llovani Sotomayor con N° de cédula 170738253-3, docente de tiempo completo en la carrera de comercio exterior, manifiesta por medio de la carta de validación que la entrevista a realizarse a la micro empresa Winter Sun, se encuentra en condiciones adecuadas con un porcentaje de 90% al 100%.

## **ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE LA MICRO EMPRESA WINTER SUN**

**Objetivo:** Recolectar información actualizada de la micro empresa Winter Sun, para determinar la necesidad o no de elaboración de un plan de exportación de chaquetas artesanales.

### **1. ¿Desde cuándo ha estado en funcionamiento la empresa Winter Sun?**

La empresa Winter Sun está en funcionamiento 24 años, elaborando productos textiles elaborados a mano.

### **2. Cuál es la misión**

La empresa Winter Sun si cuenta con misión es la siguiente:

Entender las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

### **3. Cuál es la visión**

La micro empresa Winter Sun si cuenta con visión es la siguiente:

Ser un referente en excelencia en los productos de prendas de vestir que se exporta a Estados Unidos (Miami).

### **4. ¿La empresa Winter Sun desde cuándo inició las exportaciones?**

La micro empresa Winter Sun realiza exportaciones hace 24 años al mercado de Estados Unidos.

### **5. ¿Qué dificultades encuentra al realizar las exportaciones de sus productos?**

La micro empresa no ha encontrado dificultad alguna al realizar exportaciones, la micro empresa contrata a un experto para que realice las exportaciones, ya que la micro empresa no cuenta con los conocimientos adecuados para realizar las exportaciones.

### **6. ¿Qué factores son los que han influido en la empresa para exportar productos textiles?**

La necesidad de los clientes extranjeros en adquirir nuestros productos textiles artesanales.

**7. ¿De qué forma el Estado ha apoyado la exportación de textiles de la empresa Winter Sun?**

El estado apoya con asesoramiento para ser más eficientes en los procesos productivos de la micro empresa.

**8. ¿Cuál es la capacidad productiva mensual de su empresa para chaquetas artesanales para la exportación?**

La capacidad productiva mensual es de 800 prendas de vestir, ya que las prendas son elaboradas artesanalmente pintadas a mano.

**9. ¿A qué mercado exporta actualmente?**

La micro empresa Winter Sun exporta a Estados Unidos

**10. ¿Cuáles son los canales de comunicación comercial que utiliza para llegar al mercado internacional?**

Los canales comerciales que utiliza la micro empresa Winter Sun es la página web de la micro empresa, ferias internacionales, shopify.

**11. ¿Estaría de acuerdo con la implementación de un diseño de plan de exportación que le permita conocer los procesos adecuados para exportar su producto?**

Si estoy de acuerdo con la implementación de un diseño de plan de exportación para la micro empresa Winter Sun, ya que con este diseño las exportaciones realizadas serán más eficientes.

### **2.3.2 ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA.**



La micro empresa Winter Sun, tiene varios años en funcionamiento exportando prendas de vestir artesanales, cuenta con una visión y misión que motivan e inspiran a la identidad de la micro empresa y proyecta una imagen positiva de la misma. Hasta el momento no ha encontrado ninguna dificultad al realizar sus exportaciones pues la micro empresa, contrata a un experto para que realice esta actividad, pues el producto artesanal ofertado es muy acogido en el mercado de EEUU.

Winter Sun, cuenta con una capacidad productiva mensual de 800 prendas de vestir, éstas son elaboradas por manos obreras calificadas de la ciudad, las mismas que pintan y confeccionan a mano, ninguna prenda conlleva un proceso industrial, al ser confección artesanal le ha dado un valor agregado en el mercado internacional.

Winter Sun, reconoce que su falencia es el desconocimiento de procesos de exportación, por lo tanto, este proyecto de investigación pretende dar solución a este limitante con el diseño de un Plan de Exportación para las chaquetas.

## ENCUESTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE EMPRESAS TEXTILES DE OTAVALO.

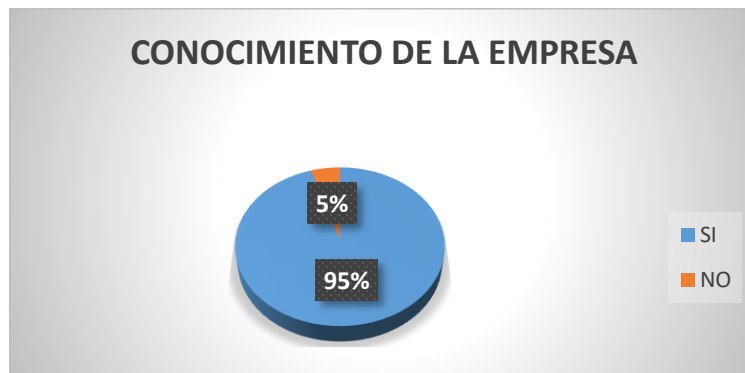
El objetivo de esta encuesta es la obtención de información para conocer la situación actual de la micro empresa Winter Sun.

### 1. ¿Conoce Ud. o a escuchado hablar de la empresa WINTER SUN en Otavalo?

Tabla 4: Encuesta

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	58	95.08%
NO	3	4.92%
TOTAL	61	100%

Gráfico 2: Encuesta



Elaborado por: Los autores

### ANÁLISIS:

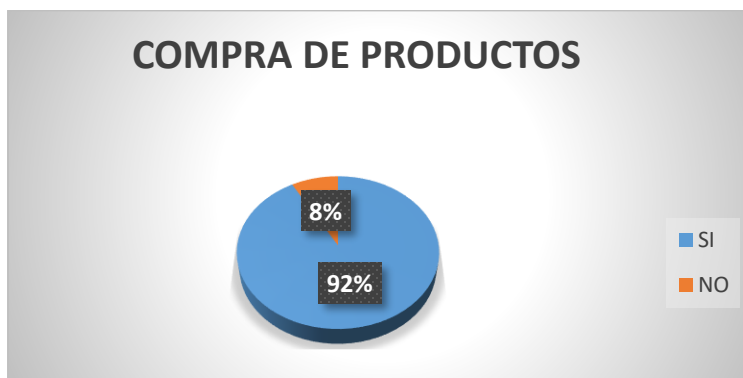
Mediante los datos recolectados se puede evidenciar que la micro empresa WINTER SUN es muy conocida en el mercado por lo tanto esta empresa sirve mucho para nuestro plan de trabajo ya que existe gran expectativa por parte de los consumidores.

### 2. ¿Si la respuesta anterior fue SI, ¿ha comprado o adquirido productos de la empresa WINTER SUN?

**Tabla 5: Encuesta**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	56	91,80%
NO	5	8,20%
TOTAL	61	100%

**Gráfico 3: Encuesta**



Elaborado por: Los autores

**ANÁLISIS:**

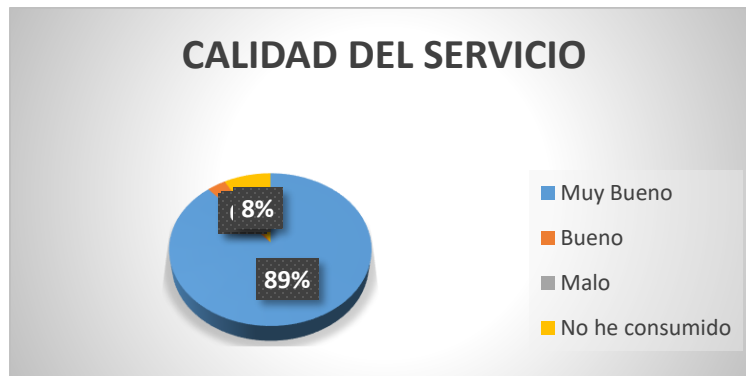
De acuerdo a las encuestas realizadas a las micro empresas que adquieren los productos de Winter Sun, en su gran mayoría reconocen esta empresa y han adquirido productos de la misma es muy satisfactorio y beneficioso para el diseño de este plan de exportación ya que es una empresa reconocida por sus productos elaborados artesanalmente.

**3. ¿Cómo considera Ud. ¿El servicio de atención en la empresa WINTER SUN?**

**Tabla 6: Encuesta**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	54	88,52%
Bueno	2	3,28%
Malo	0	0%
No he consumido	5	8,20%
Total	61	100%

**Gráfico 4: Encuesta**



Elaborado por: Los autores

### ANÁLISIS:

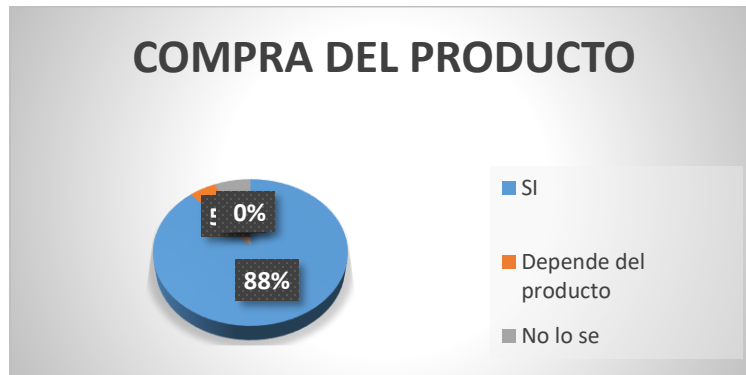
Con relación a la calidad del servicio de atención en la micro empresa WINTER SUN la mayoría de los encuestados asegura tener un excelente servicio por parte de los trabajadores de esta empresa, clientes que han visitado o adquirido dichos productos lo que esto genera una gran confiabilidad en la micro empresa para clientes que no la conocen tengan una gran referencia al momento de visitar WINTER SUN.

#### 4. ¿Compraría chaquetas elaboradas en la empresa WINTER SUN?

**Tabla 7: Encuesta**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	54	88,52%
Depende del producto	3	4,92%
No lo se	4	6,56%
No, no me arriesgaría	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 5: Encuesta**



Elaborado por: Los autores

**ANÁLISIS:**

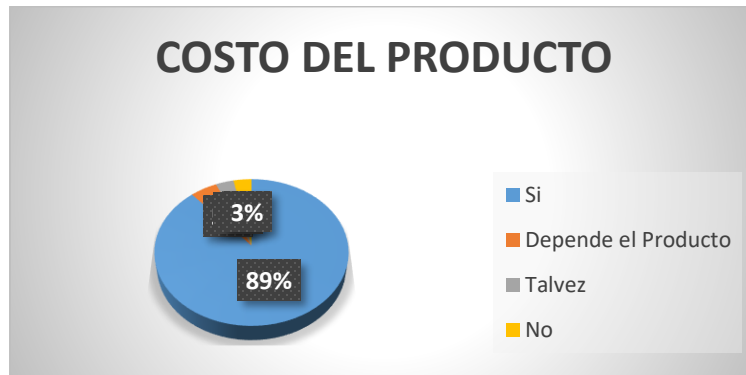
De acuerdo a la información proporcionada por la población Otavaleña más de la mitad de los encuestados estarían dispuestos a comprar las chaquetas artesanales que produce la empresa WINTER SUN también existe un número que tiene duda si realmente compraría este producto, siendo así también existen encuestados que aseguran que lo comprarían dependiendo la información de que clase de producto se trata.

5. ¿Estaría Ud. Dispuesto a pagar un alto costo por una chaqueta elaborada en WINTER SUN, que este acorde con sus exigencias?

**Tabla 8: Encuesta**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	54	88,52%
Depende el Producto	3	4,92%
Talvez	2	3,28%
No	2	3,28%
Total	61	100%

**Gráfico 6: Encuesta**



Elaborado por: Los autores

**ANÁLISIS:**

El 89 % de los encuestados si estaría dispuesto a pagar un alto costo por las chaquetas artesanales que la micro empresa WINTER SUN realiza, pero existe un 3 % de personas que no están dispuestas a pagar un alto costo por las chaquetas artesanales las mismas que para su elaboración llevan un tiempo producirlas, así mismo el 3% de las personas que tienen duda si lo harían y con el 5% que dicen que todo dependería del tipo de producto.

6. ¿Ha tenido Ud. alguna vez una mala experiencia con los productos de la empresa WINTER SUN?

**Tabla 9: Encuesta**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	2	3,28%
NO	59	96,72%
TOTAL	61	100%

**Gráfico 7: Encuesta**



Elaborado por: Los autores

### **ANÁLISIS:**

Mediante la información recaudada, a las personas que compran las chaquetas artesanales se logró identificar que tiene un alto porcentaje de efectividad y excelencia en los productos que la empresa WINTER SUN vende sin embargo un bajo porcentaje nos comenta que ha tenido alguna vez una mala experiencia con algún producto, esto nos sirve para mejorar conjuntamente la calidad del servicio y producto de WINTER SUN.

### **7. ¿Conoce otro tipo de empresa que se dedique a la elaboración de chaquetas?**

**Tabla 10: Encuesta**

<b>VARIABLE</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	2	3,28%
NO	59	96,72%
<b>TOTAL</b>	61	100%

**Gráfico 8: Encuesta**



### **ANÁLISIS:**

Esta pregunta obtiene una gran ventaja ya que de los encuestados la mayoría con 97% representado nos dice que no conoce la existencia de otro tipo de empresa que elabore este tipo de chaquetas artesanales lo cual es una gran ventaja para WINTER SUN ya que elabora productos netamente originales y no tiene una gran competencia local esto hace que la empresa pueda ir creciendo cada vez más y ofreciendo este tipo de producto de gran acogida por parte de los consumidores.

## **2.4 MATRIZ FODA**

**Tabla 11: FODA**

<b>FODA</b>	
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Personal capacitado en la elaboración de chaquetas artesanales.</li><li>• Buena calidad en los diseños y confección artesanal.</li><li>• Capacidad para cubrir otros mercados</li><li>• Posee un producto artesanal aceptado en un mercado industrializado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pocos oferentes del producto en el mercado Miami.</li><li>• El producto es demandado en el mercado exterior.</li><li>• Reconocimiento del consumidor la calidad del producto.</li><li>• Posicionamiento de la marca en Miami.</li></ul>



DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de publicidad sobre el producto.</li> <li>• Falta de investigación de nuevos mercados internacionales.</li> <li>• Falta de conocimiento en el proceso de exportación del producto.</li> <li>• Capacidad instalada reducida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrabando de productos textiles.</li> <li>• Mercado industrializado que elaboran más prendas en menor tiempo y costos.</li> <li>• Barreras arancelarias.</li> <li>• Falta de financiamiento.</li> </ul>

Elaborado por: Los autores

## 2.4.1 ESTRATEGIAS

### Estrategia FO:

Personal capacitado para la elaboración de confecciones artesanales y así ha ido obteniendo reconocimiento del consumidor.

### Estrategia FO:

Buena calidad en los diseños y en la confección frente a pocos oferentes del producto en el mercado meta.

### Estrategia FO:

Capacidad para cubrir otros mercados y cubrir la demanda en mercados exteriores.

### Estrategia FO:

Producto artesanal aceptado y así obteniendo una marca posesionada en Miami.

### Estrategia FA:

Buena calidad en diseños artesanales en un mercado industrializado.

### Estrategia FA:

Barreras arancelarias no son impedimento para la micro empresa que cuenta con capacidad para cubrir otros mercados.

### Estrategia FA:

Falta de financiamiento para contratar más personal capacitado para la elaboración de las chaquetas artesanales.

**Estrategia FA:**

Posee un producto aceptado en un mercado que el contrabando de prendas textiles es en grandes cantidades.

**Estrategia DO:**

La micro empresa cuenta con falta de publicidad y la misma cuenta con el reconocimiento del consumidor por la calidad de los productos.

**Estrategia DO:**

Falta de investigación de nuevos mercados ya que existe pocos oferentes del producto en el mercado meta.

**Estrategia DO:**

Falta de conocimientos sobre los procesos de exportación de la micro empresa ya que cuenta con el posicionamiento de la marca en el mercado exterior.

**Estrategia DO:**

La micro empresa cuenta con la capacidad instalada reducida y el producto es demandado en el mercado internacional.

**Estrategia DA:**

Falta de conocimiento de los procesos de exportación lleva al contrabando de productos textiles.

**Estrategia DA:**

Capacidad instalada reducida por falta de financiamiento.

**Estrategia DA:**

Falta de publicidad en un mercado industrializado.

**Estrategia DA:**

Falta de investigación de nuevos mercados y sus barreras arancelarias para ingresar en nuevos mercados exteriores.

## **2.4.2 ANÁLISIS FODA**

Como conclusión se puede establecer que la micro empresa Winter Sun, el problema que presenta es el desconocimiento de los procesos de exportación para sus productos (Chaqueta), es por ello que es necesario diseñar un plan de exportación para que la micro empresa sea más eficiente.

## CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO II

Se utilizó técnicas e instrumentos para la recolección de datos necesaria de la micro empresa Winter Sun, las mismas que fueron una entrevista y una encuesta las que fueron validadas por tres expertos en el área de comercio exterior, los mismo que con las observaciones y comentarios realizadas se formularon las respectivas preguntas.

Para la recolección de la información, acudimos a la empresa donde se pudo constatar la magnitud de la planta y los procesos de fabricación que tiene en la actualidad, luego se aplicó una entrevista a los administradores y a sus trabajadores, mismos que nos orientaron con sus respuestas logrando determinar la falencia principal que es el desconocimiento de los procesos de exportación.

En cuanto a la encuesta se aplicó a 61 empresa del sector textil de Otavalo, las cuales conocen a la micro empresa y a sus productos, sus respuestas permitieron conocer como el sector externo le considera a Winter Sun, determinando que posee más fortalezas y oportunidades que pueden ayudar a superar las debilidades y amenazas del sector interno y externo.

## **CAPITULO III PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

Winter Sun, es una micro empresa que ya lleva años realizando exportaciones al mercado de Miami - Estados Unidos, este mercado se caracteriza por ser amplio y accesible a la hora de comercializar las chaquetas, y con las exportaciones realizadas, ha aumentado la rentabilidad de la empresa y ha generado fuentes de empleo para el sector artesanal del Cantón Otavalo.

### **3.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

#### **3.1.1 Historia de la empresa Winter Sun**

La micro empresa Winter Sun, en 1983 inició sus actividades de producción de prendas de vestir como: Blusas, camisetas, chalecos y chaquetas bajo la administración del Sra. Anga Miller (Extranjera), mismas que posteriormente se exportaron a mercados de Miami EE.UU, la particularidad de estos productos es que son elaboradas por artesanos Otavaleños y no hay intervención de máquinas industriales, por lo que lleva tiempo terminar el producto y el costo es elevado, por lo que en el mercado local no tuvo aceptación.

Desde sus inicios el propietario con conocimientos de los gustos y preferencias del mercado de Miami, realizó las primeras exportaciones de todos sus productos, en maletas como menaje, siendo el producto más acogido las Chaquetas, que hasta hoy en día tienen preferencia por el consumidor, cabe considerar que como la economía de este mercado es más holgado, el precio no tuvo influencia negativa, pues el cliente tiene preferencia por lo artesanal.

Con el transcurso del tiempo la empresa ha logrado posesionarse en el mercado de Miami-EE. UU, continúa exportando su producto cada mes; por lo que está generando trabajo para quince familias de artesanos, los cuales están encargados de realizar el pintado manualmente y la confección.

El posicionamiento alcanzado le ha obligado a incrementar su producción y ser reconocido. Los precios han permitido una estabilidad económica de la microempresa.

### 3.1.2 Macro Localización

**Gráfico 9: Mapa de Imbabura**



Fuente: [www.googlemap.com](http://www.googlemap.com)

Imbabura es una provincia de la Sierra Norte de Ecuador, tiene una población de 398.244 habitantes, conocida como la "Provincia de los Lagos" por la cantidad de lagos que se encuentran dentro de la provincia, como son el lago San Pablo y las lagunas de Cuicocha, Yahuarcocha ("Lago de Sangre") y Puruhanta en Pimampiro, así como otros menores: laguna San Marcos, lagunas de Piñán, lagos de Mojanda y Laguna Negra entre Sigispamba y Monte. La capital de la provincia es Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui y Urcuqui.

### 3.1.3 Micro localización

**Gráfico 10: Mapa de Otavalo**



Fuente: [www.googlemap.com](http://www.googlemap.com)

Otavalo tiene una población aproximada de 250.000 habitantes (nombre completo: San Luis de Otavalo) es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador, es conocida como la “La Capital Intercultural del Ecuador” por su patrimonio cultural e histórica, y por ser del pueblo quichua de los otavalos, reconocido por su habilidad textil artesanal y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Ecuador, llamado "La Plaza de Ponchos", clima mediterráneo-templado seco o sub-andino de valles y la ciudad tiene amabilidad de sus habitantes; "la bohemia del norte" por su gente conservadora, amable, abierta al arte y a la música, Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de mercado artesanal, descanso, paisajismo, cultura e historia.

Y la microempresa Winter Sun, se encuentra ubicada en la carretera vía Otavalo Quiroga como referencia Rio Blanco.

#### **3.1.4 Misión**

Ser una microempresa líder en producción y comercialización de prendas de vestir artesanales, y mantener altos estándares de calidad y eficiencia, para ser competitivos en el mercado exterior.

#### **3.1.5 Visión**

Winter Sun, para el año 2024 ser una microempresa referente en la producción y exportación de prendas de vestir artesanales.

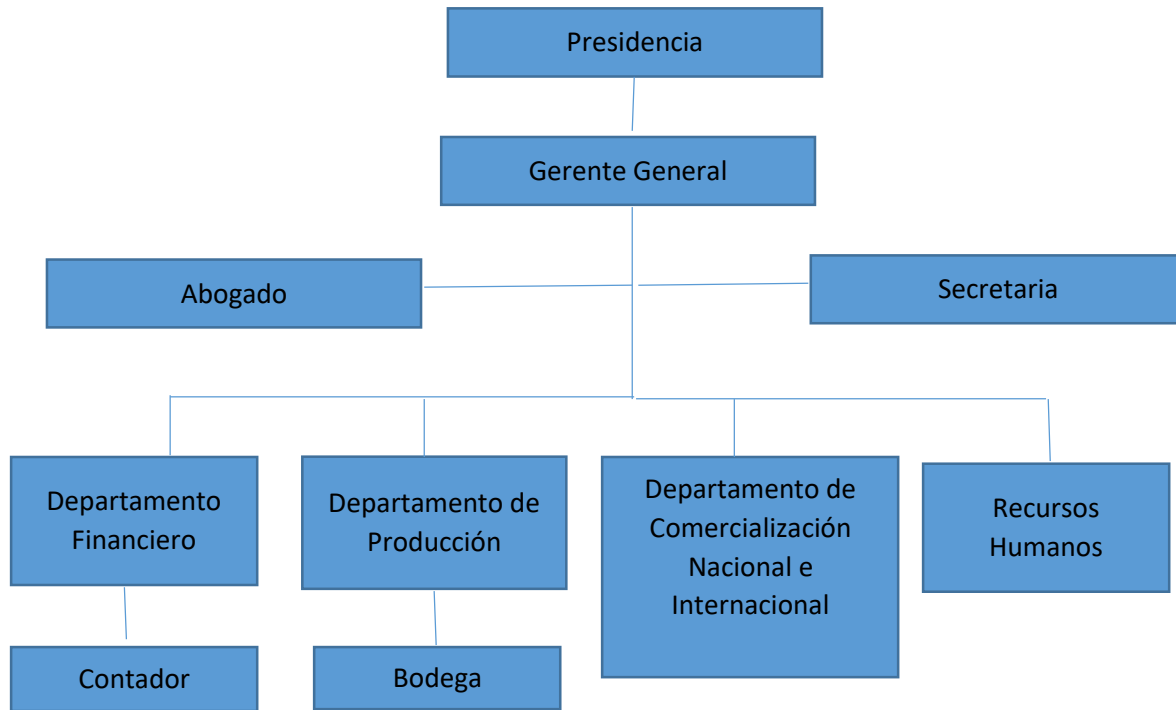
#### **3.1.6 Objetivo estratégicos**

1. Diseño de plan de exportación que facilite las actividades de exportación.
2. Expandir el producto en mercados internacionales.
3. Superar las ventas actuales y a la posible competencia.

#### **3.1.7 Organigrama estructural**

Con este proyecto se propone el siguiente organigrama para la microempresa Winter Sun, la cual le ayudara internamente a obtener una estructura organizada y poder realizar sus actividades de forma organizada.

**Gráfico 11: Organigrama**



Elaborado por: Los autores

### 3.1.8 Valores corporativos

- Responsabilidad,
- Puntualidad,
- Honestidad,
- Compañerismo
- Pasión en el trabajo.

### 3.1.9 El equipo de exportación

En la actualidad el equipo de exportación está conformado por el gerente de la microempresa y un profesional contratado de comercio exterior, quien realiza las exportaciones el mismo que cuenta con la experiencia suficiente para la exportación



de chaquetas artesanales.

### **3.1.10 Requisitos registro de exportador**

Según información obtenida de la página web Aduana del Ecuador SENA E manifiesta que:

Para registrarse como exportador toca primero gestionar el RUC en el Servicio de Rentas Internas y se deberá:

- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

- Registrarse en el portal ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

- Actualizar base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

### **3.1.11 Proceso de Exportación**

Según información obtenida de la página web Aduana del Ecuador SENA E manifiesta que:

El proceso de exportación se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante. (SENA E, 2014)

Los datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

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

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

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

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

Por lo expuesto la declaración aduanera se la realiza por medio del sistema ECUAPASS y luego le realizan el aforo asignado.

### **3.1.12 DAE**

DAE es un (DOCUMENTO ADUANERO DE EXPORTACION) en el cual se registrarán las exportaciones que cualquier persona desee realizar. La Exportación se debe

presentar en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos de acompañamiento y soporte que sean necesarios para dicha exportación, con el sistema ECUAPASS la presentación de la DAE es el primer paso para realizar la Declaración de Exportación controlando que todo lo que se declara tentativamente sea lo que realmente se desea exportar.

Lo que contiene el formulario de la DAE es la información general, la información del exportador, la información de la carga y los totales a ser exportados.

### **3.1.13 Certificado de origen**

Según información obtenida de la página web Exporta Fácil manifiesta que:

Certificado de origen es el documento que sirve para comprobar su procedencia en el país de destino con el objeto de verificar el cumplimiento de las normas internacionales de origen y aplicación de preferencias arancelarias otorgadas por el país de destino.

Este certificado es emitido en el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y por las Cámaras de Comercio, Industrias o Producción, para países de destino en la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Comunidad Andina de Naciones (CAN) y MERCOSUR.

Trámite a seguir:

Registro en el Sistema de Identificación Previa a la Certificación de Origen en el sitio web del MIPRO, consignando los datos generales del exportador y de las sub partidas que se exportan.

Visita de verificación en la empresa productora si se trata de la primera exportación o si existe perfil de riesgo que puede motivar observaciones de las aduanas de destino.

Elaboración del informe técnico por parte del funcionario delegado para la verificación, que concluye si la mercancía a exportar, cumple o no las reglas de origen según el mercado de exportación.

Comunicación del resultado al usuario.

El usuario cancela el valor del Certificado de origen (usd 10.00).

El usuario llena los datos del Certificado de origen.

El funcionario habilitado revisa el contenido del certificado de origen, verifica la información con otros documentos como la factura, luego procede a legalizar el certificado de origen, a través de la firma y sello que se encuentra registrado en las Aduanas de los países de destino.

### 3.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

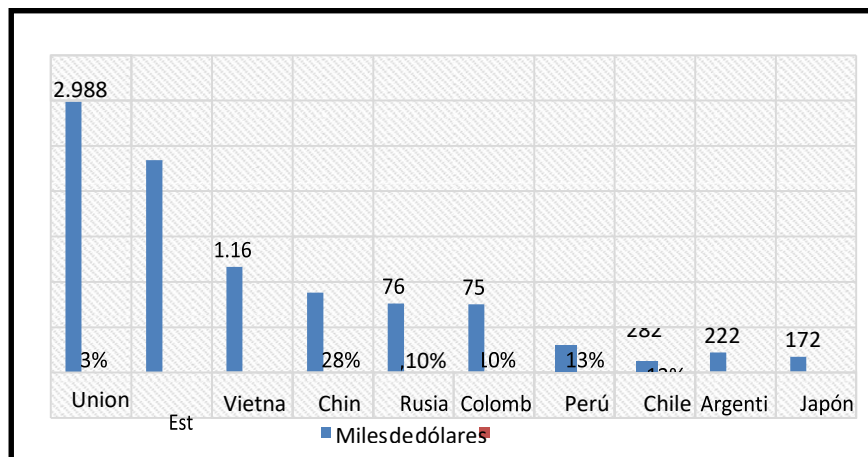
Los productos elaborados en Ecuador se caracterizan por ser diversos, con la investigación de mercado se da conocer si el mercado tiene aceptación de adquirir el producto chaquetas artesanales, y además incrementar la participación de las artesanías ecuatorianas en el mercado internacional.

En este punto se realizará un estudio breve de la situación actual del mercado meta para conocer si el producto a exportar tendrá acogida.

#### 3.2.1 Destino de las exportaciones ecuatorianas no petroleras al mundo

El grafico que se indica a continuación da a conocer los principales países que poseen una mayor participación en las exportaciones no petroleras ecuatorianas los datos están representados en miles de dólares

**Gráfico 12: Destino de las exportaciones ecuatorianas no petroleras al mundo**



Fuente: Banco Central del Ecuador

## Análisis

Según el gráfico obtenidos del Banco Central del Ecuador, en este podemos determinar los principales países a los que Ecuador exporta los productos no petroleros, en primer lugar con una participación de 2.988 millones de dólares, se encuentra la Unión Europea, debido su gran población y por ser una gran potencia y una economía que maneja supera a todos los países, en segundo lugar se encuentra Estados Unidos que ha comparación de la Unión Europea tiene una participación de 2.344 millones de dólares, con una diferencia del 644 millones de dólares, siendo así los dos países más representativos de las exportaciones del Ecuador.

**Unidad:** Dólar Americano

**Tabla 12: Importaciones en dólares**

Importadores	Valor importado en 2014 USD	Valor importado en 2015 USD	Valor importado en 2016 USD	Valor importado en 2017 USD	Valor importado en 2018 USD
Mundo	205.969.251	195.915.891	193.822.072	203.607.093	219.397.624
Estados Unidos de América	46.627.468	48.514.527	45.432.076	45.774.410	47.745.027
Alemania	19.009.810	17.133.079	17.591.968	19.156.461	20.169.720
Japón	14.576.466	13.317.343	12.914.757	12.812.958	13.750.389
Reino Unido	14.045.357	13.395.654	12.434.889	12.514.650	13.008.631

Francia	11.422.726	10.306.005	10.282.560	10.797.197	11.685.207
---------	------------	------------	------------	------------	------------

Elaborado por: Trademap

## Análisis

De acuerdo con las estadísticas del sitio web trademap, Estados Unidos es uno de los mayores importadores de prendas de vestir a nivel mundial en los últimos 5 años a estado liderando el primer lugar en importaciones.

### 3.2.2 Características del mercado

#### Perfil del país



**ESTADOS UNIDOS**

**Capital:** Washington DC

**Población total:** 325.719.178

**Crecimiento Natural:** 0,7%

**Densidad:** 36 habitantes/km<sup>2</sup>

**Población urbana:** 82,1%

**Población de principales áreas metropolitanas:** Miami (5.805.883);

**Lengua oficial:** A nivel nacional no hay una lengua oficial. Sin embargo, el inglés es la lengua oficial de la mayoría de los estados del país y la lengua más hablada.

**Otras lenguas habladas:** El español es el idioma más hablado después del inglés. Dicho idioma se puede encontrar concentrado en las siguientes regiones: Arizona, Texas, California, Florida y Nuevo México, pero se pueden encontrar comunidades de habla hispana por todo el país. En estados con una proporción importante de inmigrantes, se pueden escuchar también otras lenguas, como el chino, japonés, italiano, alemán, polaco

o el griego. Además, hay muchas lenguas aborígenes (de las poblaciones Nativas Americanas) como el navajo, cree, cheroqui, etc.

**Idioma(s) de negocios:** inglés.

Estados Unidos es uno de los países más influyentes de la Tierra. Su PIB nominal, estimado en más de 17.2 billones de dólares en marzo del 2017 representa aproximadamente una cuarta parte del PIB nominal mundial. En conjunto, la Unión Europea tendría un PIB mayor, pero no está considerada una única nación.

### 3.2.3 Caracterización del mercado meta

**Tabla 13: Mercado Miami**

Nombre Oficial	Miami
Capital	Miami
Población	417.650
Idioma	Inglés y habla hispano
Superficie	143,15 km <sup>2</sup>
PIB Per cápita	44 480
IDH	0,711
Distritos	South Beach Key Biscayne

	Bal Harbou Coconut Grove Coral Gables Design District.
Religión	Bautista y catolica
Moneda	1 USD = 0.8736 EUR, 1 EUR = 1.1354 USD
Estaciones del climáticas	El clima de Miami es Clima tropical, con veranos calurosos y húmedos, e inviernos templados y secos.

Fuente: El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones

### 3.2.4 Tendencias de consumo de la ciudad de Miami

El mercado de MIAMI se considera como uno de los estados más grandes sus tendencias de consumo son un factor clave para ingresar un producto a una ciudad, la población se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. Para quienes el bienestar es muy importante conjuntamente con la necesidad de llevar una vida saludable por ende se convierte cada vez más en una prioridad la preferencia por productos novedosos, eco amigable funcional y orgánico, además que a los consumidores les interesa conocer el origen, elaboración y beneficios de cada producto.

Hay una tendencia de internacionalización de los hábitos de consumo donde se muestran más cautelosos al momento de gastar sus ahorros e ingresos, se han vuelto consumidores conscientes y con menos tendencia a tener deudas.



También buscan soluciones más rápidas para adquirir un producto, pero que no afecten la calidad de lo que desean comprar. En consecuencia, se han incrementado las ventas por internet y las aplicaciones móviles, las cuales garantizan al consumidor, el consumo instantáneo que desea. Cada vez son más los clientes que buscan métodos digitales que aceleren sus procesos de compra, por eso, es indispensable que los proveedores y vendedores posean sitios web actualizados.

### **3.2.5 Demográfica de Miami:**

- Etnia: Intercultural
- Género: masculino/femenino
- Edad: personas adultas
- Ingresos económicos: Entre \$500 a \$1.000 USD.

## **3.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

### **3.3.1 Descripción del producto de la empresa**

Las chompas artesanales son elaboradas por los artesanos que se encuentran situados en las cabeceras de Otavalo, sus componentes principales son: La tela, la pintura, y la creatividad de los artesanos que elaboran variedad de diseños inspirados en el Archipiélago de Galápagos, éstos diseños llaman la atención de los compradores en especial entre las damas, las chaquetas artesanales han tenido gran aceptación por no ser producto industrial.

### **3.3.2 Oportunidad de exportar**

La oportunidad de exportar a Miami es alta, existe un historial alto de exportaciones realizadas en el pasado por Winter Sun, esta ciudad es la más opcionada por su preferencia en productos donde la intervención de la industria sea mínima. Las chaquetas

artesanales tienen diseños exclusivos y la confección de la misma es a base materias primas de calidad, al igual que los suministros, por esta razón la elaboración de las chaquetas no tiene ningún problema ni demora en la entrega a la fecha pactada.

### 3.3.3 Ficha técnica del producto

**Tabla 14: Ficha técnica**

Ficha técnica del producto		
Nombre Chaquetas artesanales		
	Procedencia	Otavalo – Ecuador
	Elaborado por:	Artesanos
	Materiales	Tela, pintura, hilos, botones.
	Técnica	Elaborada a mano
	Descripción del producto	Es una chaqueta pintada a mano inspirados en diseños de la fauna del archipiélago del Ecuador, son 100% elaboradas a mano, la tela es pintada de acuerdo al diseño pedido, terminado el pintado se deja por
		Se la deja durante 20 minutos en carbonato el cual permite que se pueda fijar el colorante. la tela pintada por 12 horas para que los colorantes estén fijados correctamente y poder lavar y

		realiza la confección.
	Modelos	Helecho marino Océano azul Palma de fuego Camino secreto
	Colores	Azul, rojo, blanco, verde, rosado
	Partida arancelaria	9204.32.2030
	Certificación	100% Artesanal

Elaborado por: Los autores

### 3.3.4 Materia Prima

La microempresa Winter Sun, adquiere su materia prima principal a la empresa Jersey, de la ciudad de Quito, estas telas presentan una gran calidad, sobre las cuales los artesanos aplican pinturas textiles combinando y creando diseños únicos y exclusivos.

#### 3.3.4.1 Proceso de la materia prima.

Con la materia prima ya adquirida, la tela pasa por un proceso los cuales son: pintado a mano, los diseños dependen de la solicitud de los clientes, para luego pasar al proceso de secado, este proceso se demora aproximadamente doce horas, una vez seca la pintura esta lista para su confección de las chaquetas artesanales.

### 3.3.5 Potencial de crecimiento

La microempresa en la actualidad tiene una producción mensual de 500 prendas artesanales, y está se orienta a incrementar su producción y así obtener un potencial de crecimiento, la microempresa realiza exportaciones ya por varios años al mercado de Estados Unidos (Miami), y exporta 450 prendas a este mercado, con la ayuda de agencias exportadoras y está proyectándose a buscar nuevos mercados.

### 3.3.6 Matriz BCG

Esta matriz nos ha permitido conocer el crecimiento y participación de los productos que fabrica Winter Sun.

**Gráfico 13: Matriz BCG**




Elaborado por: Los autores

En el gráfico que se observa qué en el cuadrante de la estrella se encuentra las chaquetas por ser el producto de mayor demanda con una participación 56,97%, y crecimiento del 58,54%, en la interrogante se encuentran los vestidos con el 47% y 23%, es decir que al momento necesitan cierta inversión adicional y promoción para sobresalir de esta posición. Productos como los chalecos cuadrante vaca presentan el 40% y 41%, las túnicas cuadrante perro presentan el 24.57% y el 29.68% en participación y crecimiento, esto nos indican que necesitan innovarse para ser más atractivos o simplemente como las túnicas dejar de producirlas. El gráfico se realizó por medio de cálculos. (Ver anexos).

### 3.3.7 ETIQUETA, ENVASE Y EMBALAJE

#### 3.3.7.1 Etiqueta

Tabla 15: Ficha Etiqueta


<b>ETIQUETAS PERMANENTE</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tallas: M,X, XXL</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dimensiones: 50 x 50 cm</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Porcentajes de fibras textiles: - Tela 100% - pintura 60%</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Razón social: - Fabricante: Empresa WITER SUN RUC: 1001506557001</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• País de origen: Otavalo-Ecuador</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Instrucciones de cuidado y conservación: - Lavar a mano, no usar blanqueador, no lavar en seco, no plancha.</li><li>• Cumplir con la norma NTE INEN 1 875:2004 y RTE INEN 013:2013.</li></ul>

Elaborado por: Los autores

Es muy importante que toda esta información debe estar en el idioma inglés, o el idioma donde el producto se comercializará.

### 3.3.7.2 Envase

**Tabla 16: Ficha de Envase**

ENVASE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundas de polietileno.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensiones: 35x50 cm.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de la empresa: Winter Sun</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• País de origen: Otavalo-Ecuador</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son muy resistentes a ralladuras y soportan al impacto en bajas temperaturas.</li> </ul>

Elaborado por: Los autores

El envase para envío es una bolsa plástica de polietileno para cuidar y proteger el producto, con un diseño de la empresa Winter Sun, cada chaqueta exportada lleva su envase propio para facilitar su traslado y manipulación y permite una presentación llamativa del producto al consumidor final.

### 3.3.7.3 Embalaje

**Tabla 17: Ficha de Embalaje**

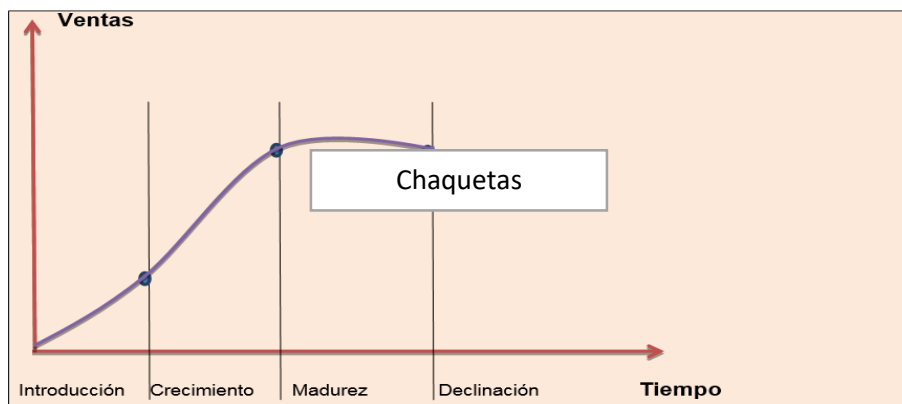
EMBALAJE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caja de cartón.</li> </ul>
----------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensiones: 61x36x36 cm, 32 chaquetas</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de la empresa: Winter Sun</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• País de origen: Otavalo-Ecuador</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pictogramas: de manejo:</li> </ul>  <p>Proteger de la humedad.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• País de destino: Miami.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Indicación de peso: 14 kg.</li> </ul>	

Elaborado por: Los autores

### 3.3.8 Ciclo de vida del producto

Gráfico 14: Ciclo de vida del producto



Elaborado por: Los autores

**Etapas de introducción.** En esta etapa el producto está iniciando en el mercado por lo cual las ventas son bajas, el producto no es conocido aun en el mercado, aquí es muy

importante la promoción.

**Etapa de crecimiento.** El producto ya cuenta con el interés del consumidor, por esta razón las ventas aumentan al igual que los beneficios, el producto en esta fase aún necesita mantenerse en promoción para seguir creciendo.

**Etapa de madurez.** La estabilización en el mercado y el crecimiento de las ventas son rentables, puesto que el producto ya es reconocido y demandado en el mercado.

**Etapa de declive.** El producto se prepara para salir del mercado saturado, las ventas disminuyen, una de las causas es la falta de innovación.

### **Análisis.**

De lo anterior podemos observar el ciclo de vida del producto, conocemos en qué etapa se encuentra las chaquetas artesanales en el mercado de Miami, en la etapa de madurez lleva años exportando y sus ventas han ido aumentando, el producto paso por todas las etapas no fue fácil llegar a ubicarse y ser reconocido y cotizado por la calidad y por ser únicos en sus características y eso lo reconocen los clientes.

Winter Sun exporta sus productos por varios años, y para no caer en declive debe tomar en cuenta todas las etapas y no dejar de innovar en sus diseños.

## **3.4 PRECIO**

### **3.4.1 Determinación del costo**

La determinación del costo para este proyecto se obtuvo los siguientes datos de la micro empresa Winter Sun.

**Tabla 18: Costos Fijos**

<b>COSTOS FIJOS</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costos USD</b>
<b>Materia prima</b>	Tela, pintura	<b>7.500</b>
<b>Mano de obra</b>	15 trabajadores a \$ 500 c/u	<b>7.500</b>



CIF		
Taller	impuesto predial anual \$60/12	5
envase	616 chaquetas producidas*0.15ctvos	92,4
Servicios básicos	\$80	80
Vehículo	\$60	60
<b>TOTAL CIF</b>		<b>237,4</b>

Elaborado por: Los autores

Desarrollo:

**Tabla 19: Determinación Costos Internos**

DETERMINACIÓN DE COSTOS INTERNOS		
Detalle	Descripción	Cálculo
Materia Prima	Materia Prima	7.500
Mano de obra	total mano de obra	7.500
CIF	Total del CIF	237,4
Costo de productos en proceso	suma	15.237,4
Chaquetas Producidas	616	616
Costo unitario	<b>TOTAL</b>	<b>24,74</b>

Elaborado por: Los autores

### 3.4.2 Determinación del precio para el mercado internacional

Para establecer el precio para mercados internacionales, se puede recurrir a técnicas que contiene varios factores: Costo por unidad, embalaje, etiquetas, fletes, seguros, utilidad entre otros. Tomando en cuenta estos factores se obtendrá el precio de la exportación de las chaquetas artesanales.

Para la elaboración de la matriz de exportación de chaquetas artesanales se consideró la siguiente información:

**Tabla 20: Matriz de Exportación**

MATRIZ DE EXPORTACIÓN					
INCOTERMS	CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR USD	COSTO EMPRESA USD	COSTO UNITARIO /Doc USD
	Costo chaquetas	616	24,74	15.239,84	24,74
	Rentabilidad 40%	616	9,90	6.095,94	34,64

	Etiqueta, instrucciones de uso por unidades	616	0,15	92,4	
	Envase unitario de plástico por unidades	616	0,10	61,6	
	Cajas de cartón	19	1,50	28,50	
	Rótulos de exportación por docenas	19	0,10	1,90	
EXW	Otavaló	TOTAL		21.520,18	34,93
	Transporte Otavaló -Quito	1	70	70	
	AWB	1	25	25	
	Aduana	1	50	50	
	Manejo	1	50	50	
FCA	Quito	TOTAL		21.715,18	35,25
	Flete internacional aéreo			518,21	
CPT	Aeropuerto Internacional	TOTAL		22.233,39	36,09
	Seguro cobertura máxima	1	CFR*3.50%	778,17	
CIP	Aeropuerto internacional	TOTAL		23.011,56	37,35
	Descarga Internacional	1	40	40	
DAT	MIAMI– USA	TOTAL		23.051,56	37,42

**Elaborado por: Los autores**

### **Análisis:**

La matriz de exportación presenta el precio de la elaboración de cada una de chaquetas artesanales en el mercado nacional es el valor de 24,74\$, y utilizando el término DAT nos da un precio de 37,42\$ para el mercado internacional. La obligación de la micro empresa es de entregar la mercancía en la terminal pactada en este caso en el aeropuerto de Miami, una vez entregada la mercadería el comprador asume toda la responsabilidad el valor de las chaquetas.

### **3.4.3 Análisis del punto de equilibrio**

Para realizar el punto de equilibrio de la microempresa Winter Sun, se tomó los siguientes datos, y aplicaremos la formula y esta nos dará el punto de equilibrio.

**Tabla 21: Costos Fijos Anuales**

<b>COSTOS FIJOS</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cálculo USD</b>
<b>Mano de obra (costo fijo)</b>	15 trabajadores *\$ 500c/u	<b>7.500</b>

<b>CIF</b>		
<b>Taller impuesto predial</b>	\$60 al años /12 meses	<b>5</b>
<b>Envases</b>	envases 616*0.15	<b>92,4</b>
<b>Servicios básicos</b>	\$80	<b>80</b>
<b>Vehículo</b>	\$60	<b>60</b>
<b>Total CIF ( costo fijo)</b>		<b>237,4</b>
<b>Total mensual</b>		<b>7.737,4</b>
<b>Total costo fijo anual (costo fijo)</b>	12 meses	<b>92.848,8</b>
<b>COSTO DE VENTA (MATERIA PRIMA)</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cálculo</b>
<b>Tela</b>	23 rollos (23*300)	<b>6.900</b>
<b>Pintura</b>		<b>600</b>
<b>total costo de venta</b>		<b>7.500</b>
<b>Total costo de venta anual (costo de venta)</b>	12 meses	<b>90.000</b>
<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Detalle</b>	<b>Cálculo</b>
<b>Precio de venta/matriz de exportación</b>		<b>37.42</b>
<b>Costo de venta/determinación de costos</b>		<b>24,74</b>
<b>Total</b>		<b>12,68</b>

Elaborado por: Los autores

### Proceso:

Punto de equilibrio en dólares

**Tabla 22: Punto de Equilibrio**

<b>DATOS PARA CALCULAR</b>		
	<b>Descripción</b>	<b>Datos</b>
	Mano de obra trabajadores 15	
	Pago trabajadores (Nómina)	<b>7.500</b>
<b>CIF</b>	Impuesto predial	<b>60</b>
	Envases	<b>92,4</b>
	Servicios básicos	<b>80</b>
	Vehículo	<b>60</b>
	Meses	<b>12</b>
	Tela, pintura	<b>7500</b>
	Costo de Venta Total matriz	<b>276.618.72</b>

	Precio de Venta unitario matriz	<b>37,42</b>
	<b>Costo de Producción Unitario</b>	<b>24,74</b>

Elaborado por: Los autores

Ahora para determinar el punto de equilibrio en dólares y unidades, aplicamos las siguientes fórmulas:

$$P.E = \frac{CF}{1 - \frac{C.Variable}{Ventas}} \quad P.E = \frac{92.848,8}{1 - \frac{90.000}{276.618,72}} = \$ 137.626,69$$

$$P.E.Q = \frac{PE \$}{Margen de contribución} \quad P.E.Q = \frac{137.626,69}{12,68} = 10.853.84 \text{ Unidades}$$

#### Análisis:

Los resultados obtenidos mediante las formulas realizadas se estableció que el punto de equilibrio de 137.626,69, y el punto de equilibrio por unidades es de 10.853.84.

### 3.5 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

#### 3.5.1 Formación de la distribución a partir de términos comerciales.

La formación de distribución se realizará una logística donde incluirá el transporte a utilizar, se negociará el termino comercial para él envío de la mercadería la cual establece las obligaciones tanto como las del vendedor y comprador, la mercadería que va ser exportada tiene que tener la documentación necesaria para que esta sea enviada a otro mercado internacional y no tenga ningún obstáculo para su destino final.

El transporte que utilizará la micro empresa será el transporte aéreo ya que este tipo de transporte es el más rápido de todos los medios de transporte y la documentación para presentar para realizar la exportación son más accesibles en comparación a otros, y como la mercadería no es muy grande es más factible que se realice por este medio de

transporte.

En la actualidad se cuenta con varios medios de transporte con los cuales se puede realizar las exportaciones los cuales son los siguientes: terrestre, férreo, aéreo y marítimo, para la realización de la exportación de la micro empresa se utilizará transporte terrestre hasta el aeropuerto donde la mercadería será embarcada en una aerolínea con su destino final que será EE. UU Miami, y el termino que se pacto fue el DAT (Delivered at Termina) entregado en terminal, la responsabilidad del vendedor es de entregar la mercadería en la terminal pactada con el comprador en esta exportación en el aeropuerto de Miami.

La distribución de las chaquetas artesanales que realiza la micro empresa Winter Sun, es a nivel nacional la cual es muy mínima y su canal internacional es donde envía la mayor parte de su producción por este motivo es la propuesta de este plan de exportación para ayudar el crecimiento de la misma.

### **3.5.2 Canal de distribución nacional.**

El canal de distribución que utiliza la micro empresa Winter Sun, es el canal directo el cual considera al proveedor, fábrica y consumidor final. La empresa Jersey es el proveedor de la materia prima para la confección de las chaquetas artesanales, la misma que entrega en el tiempo pactado. Una vez la materia prima en Winter Sun, empieza la confección de las prendas y culminada la distribución de las mismas.

La ruta para la exportación, empieza desde el micro empresa que se encuentra en la ciudad de Otavalo, transporta por vía terrestre y para ello se encarga a la agencia de envíos nacionales hasta el aeropuerto ubicado en la ciudad de Quito. Winter Sun; se utiliza el canal de distribución nacional ya que realizan envíos a nivel nacional y también realizan ventas directamente con los consumidores.

### 3.5.3 Canal de distribución internacional

Gráfico 15: Canal de distribución



Elaborado por: Los autores

La cadena logística se centra en las actividades relacionadas con los movimientos y la custodia de la mercancía (transporte y almacenamiento), mientras que la cadena de suministro comprende todo el proceso: desde la obtención de las materias primas, la manipulación y fabricación de los materiales hasta la entrega al cliente final.

Algunas de las tareas que suelen asociarse a la cadena de suministro son: servicio al cliente, integración de los sistemas de información, desarrollo de producto, packaging y embalaje, aprovisionamiento y compra de materias primas, fabricación y manufactura, previsión de la demanda.

Vale la pena recordar que el concepto de logística es un concepto antiguo y con mucha historia, mientras que la idea de cadena de suministro es mucho más reciente y nace con la idea de reflejar la creciente complejidad que afrontan las empresas, que intentan integrar sus procesos desde una perspectiva más global. Y que, así, responde mejor los restos actuales del mundo y del mercado en que compiten.

Esto no significa que la ejecución de los movimientos de mercancías -el transporte y almacenamiento- no genere ventajas competitivas -ya sea conseguir llegar más rápido, llegar sin roturas, llegar con menos errores en la preparación de pedidos, etc.-. Sino que es la visión 'desde arriba' que aporta la cadena de suministro la que trata de articular,

diseñar y dar coherencia a todo el conjunto para encajarlo dentro del tipo de cadena de suministro adecuado para la compañía.

Por lo tanto, podemos concluir que la cadena logística de Winter Sun, es salida de la Ciudad de Otavalo donde se encuentra ubicada la micro empresa Winter Sun, se demora 3 horas al llegar al aeropuerto de Tababela, una vez aceptada la mercancía por la aerolínea, la misma sale del aeropuerto nacional a las 15:10, como el vuelo cuenta con escala en Panamá la mercancía arriba a las 17:09, y al siguiente día el embarque despegue a las 09:32 con destino a Miami, la mercancía llega a su destino final a las 13:38 una vez la mercadería llegue el agente de este país se encarga de desaduanizar y realizar los procesos adecuados.

Según en el acuerdo pactado entre el comprador y el vendedor el termino comercial debe cumplir con las obligaciones y gastos correspondientes, una vez la mercadería llegue, la mercadería se dispersa con la ayuda de UPS mensajería la misma que llega a su destino final con el menor tiempo posible y así satisfacer al consumidor.

#### **3.5.4 Incoterms a desarrollar**

Para el plan de exportación de la microempresa Winter Sun, el incoterms que utiliza es el DAT (Delivered at Terminal). Con este término le corresponde a la microempresa entregar la mercadería al comprador en la terminal pactada en este caso en el aeropuerto de Miami.

La obligación de la microempresa siendo el vendedor le corresponde con todos los gastos de transporte y de seguro hasta que la mercadería sea descargada en la terminal, hasta ahí llega la obligación del vendedor, desde ese momento el comprador asume con las obligaciones y responsabilidades correspondientes.

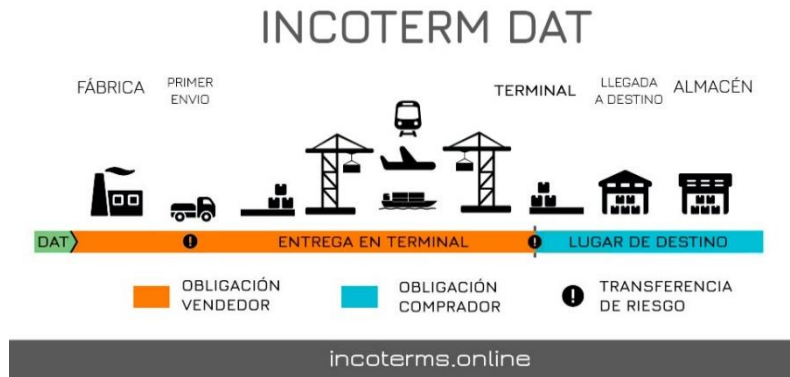
#### **Riesgos del Exportador:**

- Contrata el seguro y el transporte hasta el destino de pactado.
- Entregar descargada del medio de transporte
- Efectuar despacho de exportación.

## Riesgos del importador:

- Efectuar el despacho de importación.

Gráfico 16: Incoterm



Fuente: [www.google.com](http://www.google.com)

### 3.5.5 Medio de pago.

El medio de pago que utiliza micro empresa Winter Sun, es el pago de contado, a través de una transferencia bancaria una vez que la mercadería sea recibida por el comprador.

## 3.6 COMUNICACIÓN COMERCIAL.

### 3.6.1 Publicidad

Gráfico 17 Winter Sun

Winter Sun  
handpainted clothing

HOME ABOUT PRODUCTS RETAILERS WHOLESALE CONTACT

handpainted ethically made wearable art

Winter Sun is a boutique limited edition clothing line. Our garments use low-impact dyes applied by hand and printed water to create unique and ethical garments inspired by the Andean Mountains of Ecuador.

LEARN MORE >

Charles Darwin Foundation receives a percentage of every sale for conservation efforts.

Galapagos jackets are inspired by the unique and unusual animals living together in the Ecuadorian archipelago. These jackets are designed by a world traveler for those who know how to create adventure out of any outing, anywhere. The natural and sustainable fibers allow for an easy-to-wear, breathable jacket that showcases hand-painted and batik limited edition prints.

Archipelago Sea Fern  
Archipelago Lantana Pink  
Archipelago Boundary Waters  
Archipelago Agua Shoalwater

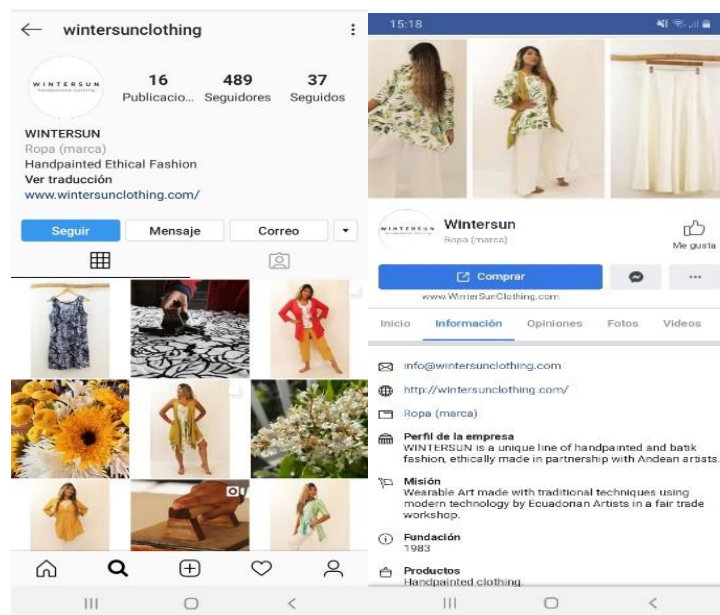
Elaborado por: Winter Sun



La publicidad de la microempresa Winter Sun, es digital, cuenta con una página web, es de Fácil acceso, está diseñada con el logo de la microempresa y está muy bien estructurada, contiene información de la empresa, cuenta con opciones de selección y da a conocer cada uno de los productos también a través de la página web se puede vender a minoristas, esta página está elaborada en el idioma ingles especialmente para el mercado meta.

Otro medio de publicidad que cuenta microempresa es con un fan page a través de Facebook e Instagram, por medio de estas plataformas llega a todas las edades.

**Gráfico 18: Winter Sun**



Elaborado por: Winter Sun

### 3.6.2 Fuerza de ventas.

Al momento está a cargo del propietario en Miami, él es encargado de generar una demanda efectiva del producto, el conoce perfectamente el producto y está preparado para todo tipo de situación en cuanto a comercialización.

### 3.6.3 Relaciones públicas.

Debe estar bajo la responsabilidad de una persona con experiencia en el área de relaciones públicas, se encargará de mantener un contacto y dar una buena imagen en el entorno nacional e internacional de la micro empresa Winter Sun, a través de la página web de la entidad; recopilará información de los clientes acogerá las sugerencias y atenderá oportunamente los reclamos dando pronta solución.

### 3.7 PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección de ventas de este proyecto se consideró la siguiente información de la microempresa Winter Sun.

**Tabla 23: Proyección Ventas**

CÁLCULO					
N	AÑOS	VENTAS	X	X2	X.Y
1	2016	215.000	1	1	215.000
2	2017	225.000	2	4	450.000
3	2018	233.596	3	9	700.788
<b>Total</b>		<b>673.596</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>1`365.788</b>

Elaborado por: Los autores

**Formula:**

$$b = \frac{N\Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} = b = \frac{3(1`365.788) - (6)(673.596)}{3(14) - (6)^2} = b = 9.298$$

$$a = \frac{\Sigma Y - b\Sigma x}{N} = a = \frac{673.596 - (9.298)(6)}{3} = 205.936$$

$$Y = 205.936 + 9.298 (4) = 243.128$$

$$Y = 205.936 + 9.298 (5) = 252.426$$

$$Y = 205.936 + 9.298 (6) = 261.724$$

Una vez aplicadas las respectivas fórmulas se obtuvo la proyección de las ventas de los próximos 3 años (2021).

**Tabla 24: Proyección de Ventas Futuro**

<b>AÑOS</b>	<b>VENTAS USD</b>
<b>2019</b>	<b>243.128</b>
<b>2020</b>	<b>252.426</b>
<b>2021</b>	<b>261.724</b>

Elaborado por Los autores

Cálculo del porcentaje de crecimiento:

2018= 233.596 → 100%

2019= 234.128 →  $x = 104,08\%$

% crecimiento = 4.08%

2019= 243.128 → 100%

2019= 252.426 →  $x = 103.82\%$

% crecimiento = % 3,82%

2019= 252.426 → 100%

2019= 261.724 →  $x = 103,68\%$

% crecimiento = % 3,68%

## CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO III

Para este capítulo se planteó la propuesta de un plan de exportación de chaquetas artesanales para la microempresa Winter Sun a Miami (EE. UU), este proyecto está enfocado en aportar al crecimiento de la microempresa, en el cual puede observar los aspectos más importantes para que realice una exportación eficiente.

En este capítulo se desarrolló el esquema que planteo Jon Daniels para realizar un plan de exportación, ya que la microempresa no contaba con un organigrama estructura, misión, visión y objetivos estructurales, por esta razón se planteó los antes mencionados para que la microempresa siga creciendo.

Se realizó la matriz BCG para conocer la posición del producto estrella el cual se realizará la exportación como producto incógnito tenemos a los vestidos, la vaca representa a los chalecos y por último el perro que representa a las túnicas, siendo este el ultimo necesita que se enfoque más en este producto para que en un futuro no salga del mercado. Se realizó el ciclo de vida del producto donde podemos observar que las chaquetas artesanales se mantienen en el mercado en la etapa de madurez ya que por más de 20 años este producto se encuentra en el mercado internacional.

Se determinó el costo de producción con datos obtenidos de la micro empresa Winter Sun, donde se conoció el costo de producción de las chaquetas y además se realizó la matriz de exportación para conocer el precio de venta en el mercado internacional. Y con esta información se pudo obtener el punto de equilibrio. Se dio a conocer la logística que realiza la microempresa para la exportación del producto, así como también el término comercial que se empleara para el traslado de la mercadería. Como también la publicidad que utiliza la misma para dar a conocer su producto y por último se realizó la proyección de ventas de los últimos cuatro años.

Este de plan de exportación planteado para este proyecto da a conocer cada una de las fases que se de realizar para que el producto sea competitivo en el mercado local como internacional y así alcanzar el desarrollo.

## CONCLUSIONES

La investigación permitió recolectar toda la información teórica necesaria, tomando definiciones y conceptos para la elaboración de un plan de exportación para la comercialización de chaquetas artesanales, el mismo que ayudara al desarrollo de la micro empresa Winter Sun.

La micro empresa Winter Sun, por falta de conocimiento sobre el proceso de exportación no realiza exportaciones directamente sus productos por este motivo acude a una agencia exportadora la cual es la encargada de realizar esta actividad, la finalidad de este proyecto pretende que la micro empresa empiece a exportar sus productos directamente y llegar al mercado meta (Miami).

El cantón Otavalo, es muy conocido por su actividad artesanal la misma que es aceptado en el mercado de Estados Unidos (Miami), una de las fortalezas de Winter Sun, es el conocimiento de gustos, preferencias del consumidor del mercado de Miami, y dentro de estas preferencias está los productos elaborados a mano.

Los costos de producción, así como el precio en el mercado internacional le permiten a la microempresa ser competitivo y comercializar sin necesidad de publicidad.

El diseño del plan de exportación ha sido realizado acorde a las necesidades de la microempresa, al ejecutarse permitirá disminuir los costos que se generaba al pagar por los servicios de las agencias de exportación.

## **RECOMENDACIONES**

Este proyecto pretende incentivar a los futuros investigadores, a que incursionen en búsqueda de nuevos mercados potenciales y dar a conocer los productos, y alcanzar un mayor desarrollo de la micro empresa Winter Sun.

Intervenir en ferias nacionales e internacionales, con el propósito que el producto sea reconocido por diferentes medios tanto en su calidad como en sus diseños, con ello aumentar la oferta exportable.

Se recomienda aplicar el proceso del plan de exportación de las chaquetas artesanales, para fortalecer el crecimiento y el desarrollo de la microempresa y de los artesanos que en ella laboran.

## Referencias Bibliográficas

Aduana del Ecuador. (2018). *Proceso de Exportación*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

AITE, (12 de 03 de 2014). *AITE*. Obtenido de AITE: <http://www.aite.com.ec/boletines/2014/sector-textil.pdf>

Baca, G. (2015). *Evaluación de Proyectos*. México: MG Graw Hill.

Baena Paz, G. G. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Grupo Editorial patria.

Baldwin, C. (2010). *Gestión empresarial*. Mexico: Firms Press.

Behar Rivero, D. (2014). *Metodología de la investigación*. Bogota: Shalom.

COPCI. (2016). *(Código Orgánico Producción e Inversiones)*. GUAYAQUIL: EcuadorImp.

Cordoba, M. (2014). *Análisis financiero*. Ecoe ediciones.

Czinkota, H. (2017). *Principios del Marketing y sus prácticas*. Ibarra.

Daniels, J. (2014). *Negocios internacionales*. ITESM.

El Telegrafo. (2017). *Exporta facil ayuda a los productores ecuatorianos*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/ecuador-cumple-normativas-para-exportar-a-ee-uu>

Estrada, P. (2016). *Comercio Exterior y Negociaciones Internacionales*. Quito: Cognition.



Estrada, P., & Estrada, R. (2013). *Como Hacer Exportaciones*. Quito: Empresas Graficas.

Feenstra Robert, T. A. (2015). *Comercio Internacional*. Bogota: REVERTE.

Fernández, E. (2017). *Términos para el comercio Internacional*. Washintong DC.

García-Sordo, J. B. (2001). *Marketin internacional*. McGraw-Hill Interamericana.

Gonzalez Alonso Francisco, J. (2018). *Sistema de Gestin de Calidad*. Laer.

Helpman, E. (2014). *El comercio internacional*. Mexico: Fondo de cultura economica.

INEC. (16 de 10 de 2016). *INFO ECONOMIA*. Obtenido de INFO ECONOMIA:  
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoconomia/info6.pdf>

Kirchner, A. L. (2010). *Comercio y Marketing internacional*. s/c: Ideas propias.

Kotler, P. B. (2008). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Mexico: PAIDOS.

Larrea, F. (2015). *Elementos del Comercio Internacional*. Quito: Pachec.

Leòn, R. H. (2011). *El proceso de la investigacion cientifica*. Cuba: Universitaria.

Lerma, F. &. (2010). *Comercio y mercadotecnia internacional*. Mexico: Editorial Thomson.

Martínez Sánchez Juan M., J. E. (2011). *Marketing*. Mexico: Firmas Press.

MIPR. (2015). *SIPRO*. Obtenido de SIPRO:  
[http://servicios.industrias.gob.ec/siipro/downloads/temporales/021\\_-\\_Fabricaci\\_n\\_de\\_productos\\_textiles.mp4](http://servicios.industrias.gob.ec/siipro/downloads/temporales/021_-_Fabricaci_n_de_productos_textiles.mp4)

Monferrer, T. D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Universitat Jaume.

Morales, W. (2015). *Nueva tecnología para tejidos del Ecuador*. Ibarra : UTN.

Municipio de Mira. (2014). *Municipio de Mira*. Obtenido de [www.mira.ec/paginas/Artesanias/artesanias.aspx](http://www.mira.ec/paginas/Artesanias/artesanias.aspx)

Pastrana, C. (2014). *Comercio internacional*: Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/formas-comercio-internacional-negocios-internacionales/>

Prieto Herrera, J. E. (2009). *Investigacion de Mercados*. Bogota: Ecoe Ediciones.

Roberto, H. S. (2012). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.

Sanchez, J. C. (2012). *Los Metodos De Investigacion*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.

SENAE. (11 de mayo de 2011). *Aduanas del ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>

Stanley B. Block, G. A. (2009). *Administración financiera*. Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

Sulser, R. (2016). *Tratados de comerciales internacionales* . México: ISEF.

Tamayo y Tamayo, M. (2010). *EL PROCESO DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA*. s/a: C.V.

## **ANEXO # 1**

**Preguntas realizadas al gerente de la micro empresa Winter Sun.**

- 1. ¿Desde cuándo ha estado en funcionamiento la empresa Winter Sun?**
- 2.Cuál es la misión**
- 3.Cuál es la visión**
- 4. ¿La empresa Winter Sun desde cuándo inició las exportaciones?**
- 5. ¿Qué dificultades encuentra al realizar las exportaciones de sus productos?**
- 6. ¿Qué factores son los que han influido en la empresa para exportar productos textiles?**
- 7. ¿De qué forma el Estado ha apoyado la exportación de textiles de la empresa Winter Sun?**
- 8. ¿Cuál es la capacidad productiva mensual de su empresa para chaquetas artesanales para la exportación?**
- 9. ¿A qué mercado exporta actualmente?**
- 10.¿Cuáles son los canales de comunicación comercial que utiliza para llegar al mercado internacional?**
- 11.¿Estaría de acuerdo con la implementación de un diseño de plan de exportación que le permita conocer los procesos adecuados para exportar su producto?**

## ANEXO # 2

### Validación y análisis de la encuesta

Es importante recalcar que previo al cumplimiento de la entrevista a realizarse al gerente de la micro empresa Winter Sun se efectuó la validación del instrumento de investigación por medio del juicio de tres expertos, con la finalidad de perfeccionar el instrumento, con quien se contó con la ayuda y criterio del, Msc Santiago Núñez, Ing. Luis Albuja. Msc Llovani Sotomayor.

#### Carta de Validación del Experto # 1

Por parte del Msc. Santiago Núñez, titular de la cédula de identidad N° 170819827-8, a continuación, el resultado de la valoración pertinente acerca de la aplicación del instrumento para la micro empresa Winter Sun:

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 los Ítems					✓
Claridad Y Precisión			✓		
Pertinencia					✓

Elaborado por: Los autores

#### Carta de Validación del Experto # 2

Por parte del Ing. Luis Albuja, titular de la cédula de identidad N° 100197158-7, a continuación, el resultado de la valoración pertinente acerca de la aplicación del instrumento para la micro empresa Winter Sun:

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 los Ítems					✓
Claridad Y Precisión				✓	
Pertinencia					✓

Elaborado por: Los autores

### Carta de Validación del Experto # 3

Por parte del Msc Llovani Sotomayor, titular de la cédula de identidad N° 170738253-3, a continuación, el resultado de la valoración pertinente acerca de la aplicación del instrumento para la micro empresa Winter Sun:

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 los Ítems				✓	
Claridad Y Precisión				✓	
Pertinencia					✓

Elaborado por: Los autores

## **ANEXO # 3**

### **Preguntas de la entrevista realizada a los clientes**

- 1. ¿Conoce Ud. o a escuchado hablar de la empresa WINTER SUN en Otavalo?**
- 2. ¿Si la respuesta anterior fue SI, ¿ha comprado o adquirido productos de la empresa WINTER SUN?**
- 3. ¿Cómo considera Ud. ¿El servicio de atención en la empresa WINTER SUN?**
- 4. ¿Compraría chaquetas elaboradas en la empresa WINTER SUN?**
- 5. ¿Estaría Ud. Dispuesto a pagar un alto costo por una chaqueta elaborada en WINTER SUN, que este acorde con sus exigencias?**
- 6. ¿Ha tenido Ud. alguna vez una mala experiencia con los productos de la empresa WINTER SUN?**
- 7. ¿Conoce otro tipo de empresa que se dedique a la elaboración de chaquetas?**

## ANEXO # 4

### Calculo de la matriz BCG

PRODUCTO	VENTAS DE LA EMPRESA 2017	VENTAS DEL MERCADO 2017	VENTAS DEL MERCADO 2018	PARTICIPACIÓN DEL MERCADO	TASA DE CRECIMIENTO COMO CRECE EL MERCADO TOTAL
Chaquetas	233596	410000	650000	56,97%	58,54%
Vestido	180000	380000	470000	47%	23%
Chalecos	108000	270000	380000	40%	41%
Túnicas	102000	320000	415000	24,57%	29,68%
TOTAL	822196	1380000	1915000		

# Anexo # 5

## Catálogo de chaquetas artesanales



NuevoSol  
Ethical Wearable Art

Sign in

[Home](#) [About](#) [WinterSun Collections](#) [NuevoSol Collections](#) [Cart](#)

### Galápagos Jackets

Charles Darwin Foundation receives a percentage of every sale for conservation efforts.

Galapagos Jackets are inspired by the unique and unusual animals living together in the Ecuadorian archipelago. These jackets are designed by a world traveler for those who know how to create adventure out of any outing, anywhere. The natural and sustainable fibers allow for an easy to wear, breathable jacket that







Archipelago  
Sea Fern



Archipelago  
Lantana Pink



Archipelago  
Boundary Waters



Archipelago  
Aqua Shoalmate



Zipline  
Blue Footed Boobi



Zipline  
Secret Path



Zipline  
Flamingo



Zipline  
Wild Hibiscus



Zipline  
Sea Fern



Zipline  
Surfer