



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE INGENIERIA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR

CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE BUFANDAS ELABORADAS CON LANA CON EL AUSPICIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE "CACHA", HACIA ESPAÑA - MADRID PARA EL PERÍODO 2016.

AUTORA:

YADIRA NOEMÍ IZA LLAMUCA

Riobamba - Ecuador

2017

CERTIFICADO DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de titulación, ha sido realizado por al Srta. Yadira Noemí Iza Llamuca, quien ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes
DIRECTOR

Ing. Mariana Isabel Puento Riofrio
MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Yadira Noemí Iza Llamuca, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 25 de Enero del 2017

Yadira Noemí Iza Llamuca

C.C. 060454741-4

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación dedico a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

Quiero dedicar mi triunfo a mis padres por su apoyo, consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor. Gracias por acompañarme en este camino y convertirme en lo que ahora soy, una profesional.

Yadira Noemí Iza Llamuca

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de llegar a feliz término y con satisfacción este trabajo.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas a los docentes de la Carrera de Ingeniería Comercio Exterior, por haber sido un pilar fundamental que me ha permitido alcanzar mi carrera profesional y en especial al mis tutores, por su ayuda y apoyo incondicional para la conclusión del presente trabajo.

A mis padres por ser apoyo y respaldo en todo este arduo camino estudiantil, gracias y bendiciones.

Yadira Noemí Iza Llamuca

ÍNDICE GENERAL

Portada	I
Certificado del Tribunal	II
Declaración de Autenticidad.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Índice General.....	VI
Índice de Gráficos.....	XII
Índice de Cuadros	XIII
Índice de Anexos	XV
Resumen Ejecutivo	XVI
Summary	XVII
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema	3
1.2 JUSTIFICACIÓN	3
1.3 OBJETIVOS	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	5
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	5
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.2.1 Proyecto	7
2.2.1.1 Elementos principales de un proyecto	7
2.2.1.2 Estructura de un Proyecto	8
2.2.1.3 Fases de un proyecto.....	9
2.2.1.4 Tipos de proyectos	9
2.2.2 Antecedentes de la producción	10
2.2.3 Análisis del producto/mercado	11
2.2.4 Exportación.....	11

2.2.4.1	Exportación directa e indirecta	12
2.2.4.2	Exportación e importación.....	13
2.2.4.3	Exportación en Informática	13
2.2.5	Plan de exportación.....	13
2.2.5.1	Estructura del Plan de Exportación.....	13
2.2.6	Estrategias de exportación	14
2.2.7	Regímenes especiales	15
2.2.8	Base legal.....	24
2.2.9	Términos Internacionales de Comercio –INCOTERMS	24
2.2.10	Trámite en aduana que se debe hacer para realizar una exportación.....	26
2.2.11	Proceso de Exportación	27
2.2.12	Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Cacha.....	30
2.2.13	Crecimiento económico	33
2.3	MARCO CONCEPTUAL.....	34
2.4	IDEA A DEFENDER.....	37
2.4.1	Variable Independiente	37
2.4.2	Variable Dependiente	37
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		38
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	38
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	38
3.3	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	38
3.3.1	Métodos	38
3.3.2	Técnicas	39
3.3.3	Instrumentos.....	39
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA	39
CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		41
4.1	TÍTULO	41
4.2	IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	41
4.2.1	Generalidades de la empresa.....	41
4.2.2	Reseña histórica	42
4.2.3	Base legal.....	43
4.2.4	Ubicación geográfica	43
4.2.5	Misión	44
4.2.6	Visión.....	44

4.2.7	Organigrama de la empresa	44
4.3	ANÁLISIS SITUACIONAL.....	45
4.3.1	Análisis macro entorno	45
4.3.2	Análisis micro entorno.....	45
4.4	ANÁLISIS FODA DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN	46
4.4.1	Análisis interno	46
4.4.2	Análisis externos.....	46
4.4.3	Capacidad de producción.....	47
4.5	ESTUDIO DE MERCADO.....	47
4.5.1	Objetivo del estudio de mercado	47
4.5.2	Fuentes secundarias	48
4.5.3	Producto	48
4.5.3.1	Generalidades.....	48
4.5.3.2	Partida arancelarias sugerida	50
4.5.3.3	Producción	51
4.5.3.4	Descripción del producto	51
4.5.3.5	Elaboración del producto	52
4.5.3.6	Análisis del Ecuador y su participación internacional.....	52
4.5.4	Análisis de mercado de España	53
4.5.4.1	Ubicación geográfica	53
4.5.4.2	Economía	54
4.5.4.3	Población	55
4.5.4.4	Moneda	55
4.5.4.5	Idioma	55
4.5.5	Perfil del mercado de Madrid	55
4.5.5.1	Actividad económica	56
4.5.5.2	Hábitos de compra	56
4.5.5.3	Perfil de consumidor.....	57
4.5.6	Segmentos del mercado	58
4.5.6.1	Criterios de segmentación del mercado	58
4.5.7	Presentación del producto en el mercado	58
4.5.7.1	Formas de consumo del producto	59
4.5.7.2	Productos sustitutos y complementarios.....	59
4.5.7.3	Exportaciones ecuatorianas a España	59

4.5.7.4	Importaciones ecuatorianas desde España	60
4.5.7.5	Balanza comercial.....	60
4.5.7.6	Preferencias arancelarias.....	61
4.5.7.7	Análisis y proyección de la demanda	62
4.5.7.8	Análisis y proyección de la oferta.....	63
4.5.7.9	Análisis comparativo de oferta-demanda	63
4.5.7.10	Análisis de los precios mercado nacional	64
4.5.8	Análisis de la comercialización	65
4.5.8.1	Logotipo de la empresa.....	65
4.5.8.2	Etiquetas que llevarán los productos	65
4.5.8.3	Diseños que Intervienen en el Logotipo de la Empresa y en la Etiqueta del Producto.....	66
4.5.9	Estrategias de MARKETING MIX	66
4.5.9.1	Presentación del producto	67
4.5.9.2	Precio del producto	67
4.5.9.3	Estrategias de plaza, canales de distribución	67
4.5.9.4	Estrategias de promoción.....	68
4.5.10	Estrategias de comercialización de exportación	68
4.5.10.1	Envasado.....	69
4.5.10.2	Empacado.....	69
4.6	ESTUDIO TÉCNICO.....	70
4.6.1	Objetivo del estudio técnico	70
4.6.1.1	Determinación del tamaño del proyecto	70
4.6.1.2	Factores de viabilidad	70
4.6.1.3	Factores de optimización	70
4.6.1.4	Determinación del tamaño óptimo.....	71
4.6.2	Localización del proyecto	71
4.6.2.1	Macro localización.....	71
4.6.2.2	Micro localización	71
4.6.3	Ingeniería del proyecto	72
4.6.3.1	Infraestructura física de la empresa	72
4.6.3.2	Esquema del proceso productivo	72
4.6.3.3	Procedimientos de producción y exportación.....	72
4.6.3.4	Flujo de producción	79

4.6.3.5	Requerimientos	80
4.6.3.6	Requerimientos de talento humano.....	82
4.6.3.7	Precio del producto nacional.....	82
4.6.3.8	Estudio del medio ambiente.....	83
4.7	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL	85
4.7.1	Descripción de las funciones	86
4.7.2	Aspectos legales para la exportación	94
4.7.2.1	Normas y leyes relacionadas al proyecto.....	94
4.7.2.2	Acuerdos comerciales Ecuador y España	94
4.7.2.3	Principales productos beneficiarios con aranceles cero.....	95
4.7.2.4	Aduanas	95
4.7.2.5	INTOTERM.....	96
4.7.2.6	Trámites de exportación y gastos exigidos	97
4.7.2.7	Logística y transporte y gastos exigidos	99
4.7.2.8	Medios de pagos	101
4.7.2.9	Costos de exportación	102
4.8	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	103
4.8.1	Objetivo del estudio financiero	103
4.8.2	Plan de inversiones	103
4.8.2.1	Análisis de los costos unitarios	103
4.8.3	Ingresos	106
4.8.3.1	Flujo de ventas anual	106
4.8.4	Egresos.....	106
4.8.4.1	Costos unitarios proyectados con la inflación de 3.36%	106
4.8.5	Costos del proyecto.....	108
4.8.5.1	Inversión fija intangible	108
4.8.5.2	Inversión fija tangible	109
4.8.5.3	Capital de trabajo	109
4.8.6	Estados financieros	110
4.8.6.1	Balance General proyectado	110
4.8.6.2	Balance de Resultados proyectado	111
4.8.7	Punto de equilibrio.....	111
4.9	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	112
4.9.1	Flujo de fondos netos	112

4.9.2	Evaluación financiera	113
4.9.3	Valor actual neto (VAN).....	113
4.9.4	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	115
4.9.5	Relación Beneficio/costo (RB/C)	115
4.9.6	Período de recuperación del capital	116
	CONCLUSIONES	118
	RECOMENDACIONES.....	119
	BIBLIOGRAFÍA	120
	ANEXOS	124

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Regímenes de importaciones	23
Gráfico 2: Regímenes de exportaciones	24
Gráfico 3: Artesano de la parroquia Cacha.....	41
Gráfico 4: Mapa de la parroquia Cacha	43
Gráfico 5: Organigrama	44
Gráfico 6: Elaboración artesanal de una bufanda	48
Gráfico 7: Elaboración de bufanda	52
Gráfico 8: Evolución de la exportaciones textiles	53
Gráfico 9: Crecimiento sectorial de la Comunidad de Madrid	56
Gráfico 10: Modificación de los hábitos de compras	57
Gráfico 11: Balanza comercial Ecuador-España	61
Gráfico 12: Logotipo	65
Gráfico 13: Etiquetado.....	65
Gráfico 14: Canales de distribución.....	67
Gráfico 15: Empaquetado	69
Gráfico 16: Empacado	69
Gráfico 17: Tamaño de la planta.....	71
Gráfico 18: Mapa de procesos	72
Gráfico 19: Simbología.....	72
Gráfico 20: Recepción de mercancías	73
Gráfico 21: Negociación con los clientes	74
Gráfico 22: Guía para exportaciones	75
Gráfico 23: Registro en el sistema.....	76
Gráfico 24: Obtención del certificado Das	76
Gráfico 25: Entrega de mercancía a Exporta Fácil	77
Gráfico 26: Factura comercial	78
Gráfico 27: Declaración de origen.....	78
Gráfico 28: Documento de transporte marítimo	78

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1:	Estructura del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Cacha	32
Cuadro 2:	Capacidad de producción	47
Cuadro 3:	Nivel de apoyo de instituciones a la producción	47
Cuadro 4:	Partida arancelaria.....	50
Cuadro 5:	Criterios de segmentación de mercado	58
Cuadro 6:	Exportación de confecciones y textiles.....	59
Cuadro 7:	Variaciones de las exportaciones de confecciones y textiles.....	60
Cuadro 8:	Productos importados por Ecuador desde España	60
Cuadro 9:	Preferencia arancelarias	61
Cuadro 10:	Demanda histórica de bufandas	62
Cuadro 11:	Proyección de la demanda de bufandas	63
Cuadro 12:	Proyección de la oferta.....	63
Cuadro 13:	Proyección de demanda insatisfecha	64
Cuadro 14:	Precio del producto	64
Cuadro 15:	Diseño usados en el logotipo de la empresa y etiquetas de sus productos	66
Cuadro 16:	Dimensión de la planta física	72
Cuadro 17:	Materia Prima.....	80
Cuadro 18:	Requerimientos de insumos	81
Cuadro 19:	Requerimiento de activos fijos.....	81
Cuadro 20:	Requerimiento de suministros y útiles de oficina	82
Cuadro 21:	Requerimiento de personal	82
Cuadro 22:	Precio ex Works o en fábrica	83
Cuadro 23:	Organigrama de le empresa	86
Cuadro 24:	Incoterm 2010	96
Cuadro 25:	Documentos para exportación.....	98
Cuadro 26:	Logística y transporte.....	101
Cuadro 27:	Costo de exportación.....	102
Cuadro 28:	Muebles y Enseres	103
Cuadro 29:	Materia prima.....	104
Cuadro 30:	Insumos o materia prima indirecta.....	104

Cuadro 31: Suministros de oficina.....	104
Cuadro 32: Gastos indirectos de fabricación	105
Cuadro 33: Gastos de exportación	105
Cuadro 34: Gasto sueldos	105
Cuadro 35: Flujo de venta.....	106
Cuadro 36: Proyección de Materia Prima.....	106
Cuadro 37: Proyección de insumos	107
Cuadro 38: Proyección de Mano de Obra.....	107
Cuadro 39: Proyección de Gastos de exportación	107
Cuadro 40: Proyección de Gastos indirectos de fabricación	107
Cuadro 41: Proyección de Suministros de oficina.....	108
Cuadro 42: Cálculo de depreciaciones.....	108
Cuadro 43: Cálculo de amortizaciones de activos intangibles	108
Cuadro 44: Inversión fija intangible	108
Cuadro 45: Inversión fija tangible	109
Cuadro 46: Capital de trabajo	109
Cuadro 47: Inversión del proyecto.....	109
Cuadro 48: Punto de Equilibrio	111
Cuadro 49: Flujo de fondos netos	112
Cuadro 50: Evaluación del proyecto.....	117

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Actividad de elaboración de artesanías	124
Anexo 2: Proceso de elaboración de bufandas	124
Anexo 3: Diseño de las bufandas.....	125
Anexo 4: Centro Turístico Cultural de Cacha	125
Anexo 5: Materiales utilizados para la elaboración de bufandas.....	125
Anexo 6: Proceso de elaboración de bufandas	126
Anexo 7: Interior del Centro cultural.....	126

RESUMEN EJECUTIVO

Diseño de un proyecto de exportación de bufandas elaboradas con lana con el auspicio del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de "Cacha", hacia España - Madrid. Se realizó el respectivo estudio de mercado que analizó el consumo de bufandas en Madrid-España que es de 116863 unidades que es el 25% de demanda en España, la compra lo hacen en almacenes a un precio de 15 euros. El estudio técnico reflejó los requerimientos en activos tangibles e intangibles que son elementos para llevar a cabo el proyecto. El estudio administrativo legal establece la organización de los tejedores con la participación de la Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia de Cacha. El estudio económico y financiero estableció que la inversión es de USD 2098,00 el capital de trabajo USD 3505,43 la Utilidad del Ejercicio USD 3677,97 en el primer año y para el quinto año USD 4302,71. La Evaluación del proyecto (Valor Actual Neto) VAN= 4495,80 (Tasa Interna de Retorno) TIR= 19,04%, (Relación Beneficio Costo) RB/C= 1.63usd y Periodo de recuperación es de 1 años, 9 meses y 3 días respectivamente, por lo que el proyecto de exportación de bufandas es viable y se puede ejecutar.

Palabras clave: PROYECTO DE EXPORTACIÓN. ESTUDIO DE MERCADO. VALOR ACTUAL NETO. TASA INTERNA DE RETORNO.

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes
DIRECTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

SUMMARY

Design of an export project of scarves made with wool under the auspices of the Autonomous Decentralized Rural Parochial Government of “Cacha”, towards Spain – Madrid. The respective market study was carried out, analyzing the consumption of scarves in Madrid – Spain, which is 116863 units, which is 25% of demand in Spain, the purchase is made in warehouses at a Price of 15 euros. The technical study reflects the requirements in tangible and intangible assets that are elements to carry out the project. The legal administrative study establishes the organization of the weavers with the participation of the Autonomous Government Decentralized Cacha Parish. The economic and financial study established that the research is USD2098.00 working capital USD3505.43 The Income of the Year USD3677.97 in the first year and for the fifth year USD4302.71. Project Evaluation (Net Present Value) NPV = 4495.80 (Internal Rate of Return) IRR = 19.04% (Cost Benefit Ratio) RB/C = 1.63usd and Recovery Period is 1 year, 9 months and 3 days respectively, So the scarf export Project is viable and can be executed.

INTRODUCCIÓN

La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas, su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía para denotar la situación social económica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba. A finales del siglo XVI después de la conquista española, las actividades económicas en la Real Audiencia de Quito se concentraron tanto en la producción textil como en el comercio, es así que en el siglo XVII esta actividad se desarrolló más que otras, convirtiéndose en el eje principal de la economía colonial quiteña. La producción en el Ecuador inicio con las primeras industrias que se dedicaron al procesamiento de lana, hasta que a inicios del siglo XX se introdujo el algodón; material que impulsó la producción hasta la década de los 50, momento en el que se consolidó la utilización de esta fibra. Actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. A pesar de ser conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose es una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46,240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo.

Las primeras ventas se concentraron en el mercado local, a partir de la década de los 90 las exportaciones tomaron un gran impulso, llegando a alcanzar en el año 2000 un incremento del 8.14% en relación a las de 1999, esto debido a la adaptación de la industria al nuevo esquema monetario dolarizado que le permitió marcar una tendencia creciente durante los años posteriores. Con estabilidad monetaria, las industrias textiles invirtieron en máquinas, así como también en programas de capacitación para el personal de planta, con la finalidad de incrementar sus niveles de eficiencia y productividad, permitiéndoles ser más competitivos en una economía más globalizada. Debido al reciente estancamiento por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, que ha permitido el ingreso de productos extranjeros, el sector textil ecuatoriano ha venido realizando esfuerzos con el objetivo principal de mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El sector artesanal ecuatoriano ha sido uno de los más representativos del Ecuador a pesar de la falta de políticas claras y de mayor apoyo por parte del estado. Gran parte esto se debe al esfuerzo de grupos de artesanos independientes que han llevado sus propios productos fuera de nuestras fronteras aportando de forma significativa para el reconocimiento de la artesanía ecuatoriana a nivel internacional.

Cacha es una parroquia rural del cantón Riobamba que es conocida por su historia y su expresión cultural que se ve manifestado en sus coloridas artesanías como los ponchos tipo rombo, bufandas y fajas que se constituyen en un patrimonio intangible, pero la falta de canales de comercialización no permite que los productos lleguen a los mercados Nacionales e Internacionales.

De ahí la necesidad de fortalecer y rescatar la elaboración de estas prendas con fines comerciales a través de la transferencia de conocimientos a las nuevas generaciones, para ello existe el compromiso del Gobierno Autónomo Parroquial en apoyar al proyecto de creación de una Escuela de Saberes Ancestrales y el apoyo a la comercialización de las artesanías a nivel local, nacional y exportarla a otros países.

En la actualidad, existen organismos que brindan apoyo y asesoramiento a los productores en general, tal es el caso en particular del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PRO ECUADOR, creado por el Estado para fomentar y alentar a que sean los mismos productores los que se conviertan en exportadores directos de sus artesanías. Además existe la colaboración del Ministerio de Industrias dado que la población artesanal a nivel nacional abarca el 25% del sector productivo ecuatoriano, lo que busca es que el artesano ecuatoriano sea reconocido como sujeto y fin de la política pública y, por lo mismo, que tenga la gran oportunidad de salir adelante.

1.1.1 Formulación del Problema

¿Cómo ayuda la elaboración de un proyecto de exportación para determinar la factibilidad de ejecución?

1.1.2 Delimitación del Problema

El proyecto de exportación a España – Madrid de bufandas elaboradas con lana se formulará en la parroquia Cacha provincia de Chimborazo año 2016.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Nuestra patria ha sido desde siempre un país que se ha caracterizado por su suelo que es apto para diferentes tipos de cultivos, además de poseer un clima excepcional, con ventajas comparativas enormes y con gente trabajadora.

La realidad de la parroquia Cacha es notorio en donde la pobreza, los índices de migración, la falta de servicios básicos, la situación climática, todo esto ha traído como resultado el deterioro de la economía de la parroquia.

Un reducido grupo de artesanos de la parroquia Cacha sigue elaborando diferentes artesanías utilizando lana de borrego los mismos que son comercializados en el centro turístico de la localidad.

La importancia del siguiente proyecto se justifica puesto que le ayudará a los artesanos de la parroquia Cacha a tener un reconocimiento internacional, comercializando artesanías textiles como bufandas elaboradas con lana, auspiciado por el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial que ayudará al incremento de las ventas.

El proyecto de exportación, ayudará a los artesanos a poder definir todas las variables mercadológicas que necesita para poder comercializar el producto al exterior.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un proyecto de exportación de bufandas elaboradas con lana con el auspicio del gobierno autónomo Descentralizado Parroquial Rural de "Cacha", hacia España - Madrid para el período 2016 para determinar su factibilidad de ejecución.

1.3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Analizar la situación económica de la parroquia para fortalecer los procesos productivos artesanales.
- ✓ Investigar los referentes teóricos que permita entender los procesos de exportación.
- ✓ Elaborar el estudio de mercado para determinar la factibilidad de las exportaciones de las bufandas.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Existen varios trabajos de exportación de artesanías, pero no existe trabajos en los que se complemente un proceso de asociatividad con la exportación de bufandas, por esta razón este trabajo es completamente nuevo y atractivo para los productores de bufandas.

“Análisis del uso de artesanías textiles de los residentes ecuatorianos en Ottawa y propuesta de un plan de marketing internacional para la empresa “Bless Corporation S.A.” (Morales G, 2015)

El trabajo de investigación se basa en analizar el uso de las artesanías textiles en los ecuatorianos residentes en Canadá Ottawa, para así desarrollar un plan de marketing internacional para la empresa Bless Corporation S.A., para que pueda comercializar sus productos a esta ciudad. La empresa Bless Corporation está ubicada en la ciudad de Tumbaco-Quito, pero los tejidos que comercializa son de origen Otavaleños. A nivel mundial los tejidos de Otavalo tiene un gran reconocimiento, pero no todos los productores de esa zona han visto la oportunidad de poder comercializar sus productos. En el trabajo se expone un marco teórico que permitirá al lector poder entender la investigación. Se utilizaron fuentes de información primaria y secundaria como sustento de la investigación. Se finaliza el trabajo con las conclusiones y recomendaciones.

Considerando estos aspectos se puede determinar, que las artesanías textiles del Ecuador son del agrado al mercado internacional por sus diseños originales y la calidad con la cual son elaborados, sin embargo, es importante mencionar que muchas de las personas que realizan este tipo de producto no manejan planes que les permita exportar el producto, garantizando la captación de clientes, así como la apertura a nuevos mercados.

“La comercialización de artesanías desde Ecuador a Francia y los ingresos económicos de la Asociación “Sin Fronteras” de la ciudad de San Gabriel.” (Polit H, 2013)

El siguiente proyecto ha sido elaborado con la finalidad de crear una alternativa de inversión e incentivar la producción en el Carchi para su futura exportación hacia el mercado de España. El presente escrito surgió para atender dos situaciones importantes; por un lado la necesidad de los artesanos para comercializar sus productos, colocarlas a mejor precio y con mayor facilidad en el mercado de España, para de esta manera encontrar en la exportación una alternativa de negocio, que ayude e incremente los ingresos económicos de los artesanos de la parroquia Cacha, para mejorar su nivel de vida y la de sus familias; por el otro, rescatar y fomentar los valores culturales tradicionales plasmados en las artesanías como parte de nuestro legado histórico, el cual reviste importancia por la diversidad de etnias que habitan el territorio ecuatoriano.

Considerando que la provincia del Carchi es el lugar propicio para emprender este proyecto, brindando oportunidades de desarrollo para la provincia y el resto del país. En el análisis de la demanda de artesanías en el mercado español se ha identificado la existencia de un consumo indefinido, es decir los clientes, en este caso los habitantes, estarán dispuestas a demandar el producto en cualquier época del año, excepto para los de lana que tienen demanda cíclica debido a que los españoles solo los adquieren en épocas de invierno o épocas frías y lluviosas, dando de todas formas la oportunidad de generar ingresos, para todos los entes involucrados en el mismo. De igual manera se han analizado la oferta actual del producto, formas de comercialización utilizadas por la competencia, estrategias y términos de negociación con los que las artesanías son comercializadas en mercados internacionales.

“Plan de exportación de camisas bordadas a mano, provenientes de la parroquia la Esperanza, cantón Ibarra hacia el estado de Nueva York (EEUU)”. (Vallejo D, 2014)

El presente tiene como objetivo la puesta en marcha de una empresa dedicada a la exportación de productos textil artesanal (Camisas bordadas a mano) para el mercado de Estados Unidos de Norteamérica, servirá particularmente para promocionar estos productos en Nueva York, y de esta forma direccionar un mayor flujo de ingreso de divisas para la alternativa de negocio planteada.

Desde los inicios de esta industria en el país, la producción se ha concentrado en pocas regiones del Ecuador principalmente en la sierra esto debido a las condiciones climáticas al encontrarse en un sector montañoso dio lugar a que los pobladores utilicen este medio no solo de subsistencia sino también para el consumo interno, además los artesanos se niegan a dejar de lado sus raíces e incentivan a sus hijos a perdurar su etnia.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Proyecto

Es un esfuerzo temporal que se emprende con el objetivo de crear un producto o servicio único. Una iniciativa de este tipo requiere de una planificación, orientada al largo plazo, donde se diseñe el modo en que se utilizarán los recursos de la organización para alcanzar las metas planteadas. En este sentido, puede determinarse que todo proyecto tiene un principio y un final, recursos definidos y unos objetivos. (OBS Business School, 2015)

2.2.1.1 Elementos principales de un proyecto

No es posible conocer qué es un proyecto si no se tienen nociones sobre cuáles son sus principales elementos, los que lo definen, los que personalizan su configuración y sin los que no se puede partir de un punto para llegar a otro. Son los siguientes:

Planificación estratégica: respaldada por una visión y una misión, revela el propósito y alcance del proyecto, desgranando a modo de cronograma, la sucesión de actividades, las distintas tareas, fases y eventos que componen el ciclo de vida del proyecto, determinando necesidades, limitaciones, riesgos, roles y responsabilidades.

Desarrollo de producto: suele coincidir con la etapa de ejecución aunque, por supuesto, siempre requiere de un esfuerzo previo de diseño y uno posterior de pruebas. A esta fase se asocia también la producción de la documentación necesaria en las condiciones establecidas para ello.

Comunicación: es vital para mantener los niveles de información y actualización necesarios para la toma de decisiones y, a la vez, imprescindible para garantizar la buena salud de las relaciones entre los distintos grupos de interés.

Recursos: desde los temporales a los materiales, incluyendo equipos, herramientas, instalaciones, presupuesto y, por supuesto, también a las personas, el activo más valioso y determinante para la consecución de cualquier proyecto.

2.2.1.2 Estructura de un Proyecto

Es importante tener el contenido del proyecto empresarial, ya que plantea un estudio acerca de la viabilidad real de la idea, tanto de forma técnica, como económica y financiera, lo cual resulta convincente para los socios o posibles inversionistas de la futura empresa. (Mondragón G, 2014)

Las partes principales de un proyecto son:

1. Definición del proyecto

Definir el nombre de la empresa, misión, visión, valores, objetivos, imagen organizacional, experiencia del emprendedor, cronograma de actividades y modelo de negocio, lo que sienta las bases del proyecto.

2. Producto o servicio

Determinar las características del producto o servicio, ventajas competitivas, análisis FODA, procesos de producción, proveedores, ubicación de la empresa, normatividad a cumplir y obtención del costo unitario de producción.

3. Mercadotecnia

Especificación de las características del cliente, tamaño del mercado, competencia existente, datos del producto, promoción, ciclo de vida, estrategias de ventas, publicidad, precio, plaza y pronóstico de ventas.

4. Estudio financiero

En este apartado se establece el capital social para operar, balance general, estado de resultados, flujo de efectivo y las principales razones financieras que nos determinen la viabilidad del proyecto.

5. Aspectos legales

Contempla los trámites legales de alta ante Hacienda, acta constitutiva, registro de propiedad industrial, licencias, permisos, etc. que respalden la formalidad de la empresa.

2.2.1.3 Fases de un proyecto

Al plantearse qué es un proyecto es imprescindible visualizar las fases de que se compone. Independientemente del tipo de proyecto, estas etapas siempre son las mismas:

1. Iniciación.
2. Planificación.
3. Ejecución.
4. Monitorización.
5. Finalización.

2.2.1.4 Tipos de proyectos

Existen proyectos de todo tipo y enumerarlos todos es casi misión imposible. El área, el presupuesto, la localización, la finalidad, el objetivo, los medios... son muchas las variables que pueden servir para determinar en qué categoría se engloba un proyecto: grande o pequeño, público o privado, de nueva creación o de mejora, de construcción o de montaje, nacional o internacional. Sin embargo, a la hora de, por ejemplo, seleccionar las herramientas de gestión más adecuadas hay que saber discernir entre proyectos simples y complejos.

Está claro lo que es un proyecto sencillo: aquél exento de dificultad aparente, de corta duración, objetivos alcanzables, recursos suficientes y niveles de incertidumbre y riesgo

muy reducidos. Pero, ¿qué es un proyecto complejo? En este grupo podrían incluirse a todos aquéllos que supongan dificultades de control como:

- ✓ Proyectos de gran volumen con comunicaciones complejas.
- ✓ Proyectos dispersos geográficamente o en los que participan personas y/o empresas de diferentes nacionalidades e idiomas.
- ✓ Proyectos que requieren altos estándares técnicos.
- ✓ Proyectos de larga duración con rotación de personal.
- ✓ Proyectos con múltiples subcontratistas.

2.2.2 Antecedentes de la producción

La evidencia arqueológica disponible permite establecer que la historia de la actual República del Ecuador, comienza hace unos 11.000 años. En esa época, el hombre ocupaba el territorio nacional, se expande por la sierra y la costa modificando paulatinamente el medio ambiente y su hábitat para su beneficio. Los primeros pobladores practicaban una subsistencia de caza y recolección, formando bandas dispersas, ocupando territorios relativamente fijos, aunque con cierta periodicidad debieron juntarse para explotar zonas ricas en recursos y ejercer acciones de cohesión social. (Salazar S, 2005)

Es a partir de esta innovación organizativa, donde los incas estructuraron grupos de artesanos, especializados en la producción de los mejores artículos textiles, para que se viera el Inca, su familia y la burocracia, de igual manera, los artesanos se preocupan de vestir al ejército.

La artesanía urbana en la época de la Colonia, nace con la migración de artesanos españoles. Con ellos se organiza en Quito y Cuenca, las primeras escuelas de artes manuales y los primeros talleres artesanales, siempre protegidos por la iglesia, personas particulares, bajo la tutela y control de los cabildos.

La independencia trae consigo, la abolición del control que ejercía el cabildo y la iglesia sobre los gremios artesanales. Los artesanos de las ciudades comenzaron a fundar uniones y sociedades propias, a fin de defender sus intereses y mejorar su situación económica

2.2.3 Análisis del producto/mercado

En esta sección se va a realizar un análisis de los productos de la empresa en relación con el mercado específico al cual se refiere. Combinar las dimensiones de la oferta y la demanda permite lograr un doble objetivo. (Borello A, 2000)

1. Real comprensión de los productos (servicios) por parte de la empresa, siguiendo el concepto de que lo que se vende no es un simple producto o servicio, sino la respuesta a una necesidad.
2. Habituar la empresa a pensar en términos de diferentes asociaciones producto/mercado, o también de áreas de negocios y, a continuación introducirla inmediatamente en la dimensión de la planeación.

El producto servicio.- Debe tener una breve descripción de la actividad desarrollada por la empresa, en términos de producto (y servicio, entendidos como productos intangibles) ofrecidos. Sin embargo, es importante no limitarse a las especificaciones superficiales de los productos mediante una clasificación “física” de los mismos.

El mercado y la segmentación de la demanda.- La validez intrínseca de un proyecto, en términos de potencialidad y perspectivas, puede comprenderse solamente después de un atento análisis del mercado de referencia. La atención del empresario debe orientarse, en primera instancia, hacia el mercado. Es inútil profundizar en los otros aspectos de un proyecto, si no se ha procedido siquiera a un breve análisis de las potencialidades del mercado del nuevo producto/servicio.

2.2.4 Exportación

En economía, una exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. (Jimenez M, 2011)

La exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales; es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país pretendido para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. (Ashley L, 2010)

Como exportación denominamos la acción y efecto de exportar. Exportar, en este sentido, es la actividad comercial que consiste en vender productos y servicios a otro país. Asimismo, como exportación puede designarse al conjunto de mercancías que se exportan. La palabra, como tal, proviene del latín *exportatio*, *exportatiōnis*.

En Economía como exportación se puede considerar la operación comercial consistente en el envío de bienes o servicios fuera del territorio nacional. El envío, asimismo, puede realizarse por cualquiera de las vías de transporte habituales, como la marítima, la terrestre o la aérea.

La exportación supone el tráfico legítimo de bienes y servicios que se realiza de un territorio aduanero hacia otro. Los territorios aduaneros, por su parte, pueden corresponder a un Estado o a un bloque económico. Las exportaciones, como tal, están sujetas a una serie de disposiciones legales y controles tributarios por parte de los países o bloques económicos involucrados en la operación.

2.2.4.1 Exportación directa e indirecta

La exportación puede realizarse de manera directa por parte de la empresa productora, o bien de manera indirecta, a través de intermediarios. Como tal, la exportación directa es aquella estrategia en la cual la propia empresa se encarga del proceso de exportación, siendo que así puede controlar, al mismo tiempo, el proceso de comercialización, así como ganar conocimiento sobre los mercados internacionales, para lo cual se vale de vendedores, agentes comerciales, empresas distribuidoras o subsidiarias comerciales.

Por su parte, la exportación indirecta es aquella que se realiza por medio de intermediarios que apoyan el proceso de exportación. La empresa exportadora, en este sentido, depende de la contratación de los servicios de agentes de compra en el país de destino, así como

de empresas de trading, que se encargan de todo el proceso de comercialización dentro del mercado a que esté apuntando la empresa.

2.2.4.2 Exportación e importación

Como exportación denominamos la acción y efecto de enviar, con fines comerciales, bienes y servicios desde un país hacia otro. La importación, en cambio, supone la compra de bienes y mercancías provenientes de otros países. En tal sentido, se puede considerar que tanto la exportación como la importación se reconocen, básicamente, debido a la perspectiva desde donde se observe la operación comercial: mientras, por un lado, el país que vende mercancías a otro país está exportando, por otro, el país que compra está efectuando una importación.

2.2.4.3 Exportación en Informática

En Informática, la exportación se refiere al proceso de crear, mediante una aplicación o programa, un documento en un formato que la propia aplicación no será capaz de leer o editar luego. Un ejemplo clásico de exportación de archivos es la que realizamos cuando creamos, mediante un programa procesador de texto, un archivo en formato PDF. (Espinoza A, 2016)

2.2.5 Plan de exportación

El plan de exportación es un requisito para exportar correctamente. Nos asistirá en la planeación de la viabilidad del negocio, así como para determinar mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2014)

2.2.5.1 Estructura del Plan de Exportación

La estructura del plan de exportación con sus puntos principales es:

1. Objetivos del plan

2. Resumen para exportar (Sumario)
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)
5. La inteligencia del marketing (creación de fuentes de información)
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
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
9. Instrumentos que serán necesarios (comunicación, estructura interna, recursos, asesorías, etc.)
10. Plan de acción:
 - ✓ Producto
 - ✓ Ventas
 - ✓ Asistencia a la venta
 - ✓ Promoción
11. Criterios de auditoría
12. Apéndice

2.2.6 Estrategias de exportación

Básicamente podemos detectar dos tendencias, por un lado, aquella que trata de ajustarse a las características específicas de los mercados extranjeros o política diferenciada y, por

otro lado, aquella que se basa en la globalización de los mercados. (Martín M y Martínez R, 2012)

a. Estrategia de diferenciación

Implica el diseño de una estrategia de marketing distinta en cada país, adaptada a sus particulares características económicas, sociales, culturales y legales.

Esta estrategia supone una segmentación del mercado por una serie de criterios, presenta ventajas como es el de mayor efectividad, ya que puede ajustarse mejor a las características y necesidades de los mercados a los que se dirige y, también, desventajas, como en su elevado coste.

b. Estrategia de globalización

Esta estrategia supone que las diferentes culturas, sociales o económicas no implica necesariamente tener que adoptar una estrategia diferente a cada país, ya que se considera que existe más similitud que diferencias, y que por lo tanto, los consumidores no varían en demasía. Las necesidades que presentan los distintos mercados son más o menos homogéneos.

c. Estrategia de Penetración

Muchas decisiones son las que se debe tomar la empresa a la hora de establecer su estrategia de internacionalización y esta toma de decisiones es la que hacen simular una complejidad inalcanzable para la Pequeña y Madrid empresa.

2.2.7 Regímenes especiales

Es el tratamiento aplicable a las mercancías, solicitado por el declarante, de acuerdo a la legislación aduanera vigente. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2011)

Los regímenes aduaneros se clasifican en:

a. Regímenes de importación

Importación para el consumo (Régimen 10)

Es el régimen aduanero de ingreso definitivo de mercancías al país, cuyos procedimientos para su aplicación serán establecidos por el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Las mercancías ingresadas bajo este régimen podrán circular libremente en el Territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera. (Asamblea Nacional, 2010)

Admisión temporal para reexportación en el mismo estado (Régimen 20)

Es el régimen especial aduanero a través del cual se puede introducir mercancías al territorio ecuatoriano, para ser utilizadas en un fin determinado, con suspensión total o parcial de los derechos e impuestos a la importación. Las mercancías importadas a este régimen deberán ser individualizadas y susceptibles de identificación, sometidas por ley a aforo físico. (Asamblea Nacional , 2010).

Plazo: Un año, salvo las mercancías para la ejecución de obras y prestación de servicios públicos, el plazo será la duración del contrato. (Asamblea Nacional, 2010)

Normativa vigente:

- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2012-0339-RE “Regulaciones complementarias para el régimen de admisión temporal para reexportación en el mismo estado”, del 15 de octubre de 2012, publicada en el R.O. No. 826 del 8 de noviembre de 2012
- ✓ Listado de bienes excluidos para el régimen de admisión temporal para reexportación en el mismo estado (Anexo a la Resolución No. SENAE-DGN-2012-0339-RE)
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2012-0384-RE “Reforma a las regulaciones complementarias para el régimen de admisión temporal para reexportación en el mismo estado”, del 12 de noviembre de 2012, publicada en el R.O. No. 845 del 5 de diciembre de 2012.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2013-0418-RE “Reformas a la resolución SENAE-DGN-2012-0339-RE: Regulaciones complementarias para el régimen de admisión

temporal para reexportación en el mismo estado”, del 1 de noviembre de 2013, publicada en el R.O. No. 151 del 26 de diciembre de 2013.

- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2013-0465-RE “Reforma a las regulaciones complementarias para el régimen de admisión temporal para reexportación en el mismo estado”, del 26 de noviembre de 2013.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2014-0740-RE “Reformas a las regulaciones complementarias para el régimen de admisión temporal para reexportación en el mismo estado”, del 13 de noviembre de 2014.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2015-0250-RE "Reformas a la resolución SENAE-DGN-2012-0339-RE: Regulaciones complementarias para el régimen de admisión temporal para reexportación en el mismo estado", suscrita el 24 de abril de 2015.
- ✓ Resolución Nro. SENAE-DGN-2015-0818-RE "Reformas a la resolución SENAE-DGN-2012-0339-RE: Regulaciones complementarias para el régimen de admisión temporal para reexportación en el mismo estado", suscrita el 28 de septiembre de 2015.

Reimportación en el mismo estado (Régimen 32)

Es el régimen aduanero que permite la importación para el consumo con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, de las mercancías que han sido exportadas de manera definitiva.

Condiciones: La mercancía debe ser la misma que se exportó y no haberse sometido a ningún tipo de transformación en el extranjero, contar con el certificado de origen y deberá estar consignada a nombre de quién realizó la exportación a consumo. (Asamblea Nacional, 2010)

Plazo: La reimportación deberá ser realizada dentro de un año contado desde la fecha de embarque de la exportación a consumo. (Asamblea Nacional, 2010)

Reposición con franquicia arancelaria (Régimen 11)

Es el régimen aduanero que permite importar con exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos con excepción de las tasas aplicables, mercancías

idénticas o similares por su especie, calidad y sus características técnicas a aquellas nacionalizadas y que hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo.

Condiciones.- a) Que el solicitante del régimen se encuentre domiciliado dentro del territorio aduanero ecuatoriano; b) Que los productos que ingresaron al país no registren cambios en su condición, características fundamentales o estado al momento de su exportación definitiva; c) Que sea posible determinar que los productos que ingresan al país bajo este régimen, son idénticos o similares a aquellos que se importaron para el consumo, y que fueron incorporados en los productos previamente exportados definitivamente; y, d) Que previo a la exportación de los bienes que incorporen productos importados a consumo, se haya obtenido el certificado de reposición, en los términos y condiciones previstos para el efecto. (Asamblea Nacional, 2010)

Plazo: Para acogerse a los beneficios del régimen de Reposición de mercancías con Franquicia Arancelaria, la Declaración Aduanera de mercancías de exportación de los productos compensadores deberá presentarse dentro del plazo de un año que se computará a partir de la fecha del levante de las mercancías importadas para el consumo. La declaración al régimen de reposición con franquicia arancelaria mediante la que los bienes ingresen al país deberá ser presentada dentro de los seis meses posteriores al embarque de las mercancías exportadas definitivamente. (Asamblea Nacional, 2010).

Depósitos aduaneros (Régimen 70)

El Depósito Aduanero es un régimen especial aduanero, mediante el cual las mercancías importadas son almacenadas por un periodo determinado sin el pago de derechos e impuestos y recargos aplicables; y, podrá ser público o privado. Los depósitos aduaneros privados estarán destinados al uso exclusivo de su titular. Los depósitos aduaneros públicos podrán almacenar mercancías de propiedad de terceros.

Plazo: Un año (Asamblea Nacional, 2010)

Requisitos:

- ✓ Resolución del Directorio de la CAE No. 3-2009-R5 – Boletín 259-2009 (Requisitos para depósito comercial público y depósito comercial privado)
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2015-0121-RE "Reforma a la resolución 1-2003-R2" suscrita el 21 de febrero de 2015.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2015-0910-RE "NORMAS GENERALES PARA EL RÉGIMEN DE DEPÓSITO ADUANERO" suscrita el 29 de octubre de 2015.

b. Regímenes de exportación:

Exportación definitiva (Régimen 40)

Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legislación vigente. (Asamblea Nacional, 2010).

Normativa vigente:

- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2012-0336-RE “Regulaciones provisionales para el régimen aduanero de exportación definitiva”, del 10 de octubre de 2012, publicada en el R.O. No. 825 del 7 de noviembre de 2012.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2013-0417-RE “Regulaciones provisionales para el régimen aduanero de exportación definitiva”, del 1 de noviembre de 2013.

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

Es el régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías en libre circulación con un fin y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, las mercancías deberán ser susceptibles de identificación. (Asamblea Nacional, 2010)

Plazo: La reimportación de las mercancías exportadas bajo este régimen deberá realizarse, dentro del plazo máximo de dos años a partir de la fecha de embarque hacia el exterior, con excepción de las mercancías nacionales o nacionalizadas destinadas a la

ejecución de obras o prestación de servicios, las que podrán permanecer en el exterior hasta noventa días después de la finalización del respectivo contrato u obra. (Asamblea Nacional, 2010)

Regímenes de Excepción.

"Tráfico Postal Internacional" y "Mensajería Acelerada o Courier"

El régimen de Tráfico Postal Internacional es aquel en virtud del cual se consolida y traslada carga internacionalmente por vía aérea, e intervienen dos Operadores Públicos, bajo el amparo de los acuerdos internacionales.

El régimen de Mensajería acelerada o courier es aquel en virtud del cual se consolida y traslada carga internacionalmente por vía aérea, e intervienen dos operadores privados o un operador público y otro privado.

Normativa vigente:

- ✓ Resolución Nro. SENAE-DGN-2013-0472-RE “Reglamento para los regímenes de excepción: tráfico postal internacional y mensajería acelerada o courier”, del 28 de noviembre de 2013.
- ✓ Resolución Nro. SENAE-DGN-2013-0581-RE “Reformas al reglamento para los regímenes de excepción: tráfico postal internacional y mensajería acelerada o courier”, del 24 de diciembre de 2013, publicada el R.O No. 165 del 20 de enero de 2014.
- ✓ Resolución Nro. SENAE-DGN-2013-0192-RE “Requisitos que deben cumplir los depósitos temporales que almacenan mercancía declarada al régimen particular o de excepción de tráfico postal internacional y correos rápidos o courier”, del 6 de junio de 2013, publicada el R.O. No.32 del 9 de julio de 2013.
- ✓ Resolución Nro. SENAE-DGN-2013-0449-RE “Requisitos que deben cumplir los depósitos temporales de carga postal o courier”, del 15 de noviembre de 2013.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2014-0360-RE “Reformas al reglamento para los regímenes de excepción: “Tráfico postal internacional” y “Mensajería acelerada o courier””, del 30 de mayo de 2014

- ✓ Certificado de importación de envío familiar.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2014-0620-RE “Reformas al reglamento para los regímenes de excepción: “Tráfico postal internacional” y “Mensajería acelerada o courier””, del 8 de octubre de 2014.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2014-0714-RE “Reformas al reglamento para los regímenes de excepción: “Tráfico postal internacional” y “Mensajería acelerada o courier””, del 29 de octubre de 2014.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2014-0752-RE “Reformas al reglamento para los regímenes de excepción: “Tráfico postal internacional” y “Mensajería acelerada o courier””, del 19 de noviembre de 2014
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2015-0245-RE "Reforma a la Resolución SENAE-DGN-2013-0472-RE: Reglamento para los regímenes de excepción: "Tráfico Postal Internacional" y "Mensajería Acelerada o Courier"

Tráfico Fronterizo.

De acuerdo a los compromisos internacionales, se permite el intercambio de mercancías destinadas al uso o consumo doméstico entre las poblaciones fronterizas, libre de formalidades y del pago de tributos al comercio exterior, dentro de los límites y cumpliendo con los procedimientos que para el efecto establezca la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Asamblea Nacional, 2010)

Normativa vigente:

- ✓ Resolución Nro. SENAE-DGN-2013-0361-RE “Generalidades del régimen transfronterizo”, del 25 de septiembre de 2013, publicada en el R.O. No. 168 del 23 de enero de 2014.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2014-0795-RE "Reforma a la Resolución SENAE-DGN-2013-0361-RE", suscrita el 04 de diciembre de 2014.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2015-0876-RE "Reforma a la Resolución SENAE-DGN-2013-0361-RE", suscrita el 21 de octubre de 2015.

Menaje de casa y equipo de trabajo

Se considerará como menaje de casa y herramientas o equipo de trabajo los bienes que pertenezca a las personas que ingresen al país con el ánimo de condiciones establecidas mediante el Decreto Ejecutivo y otras normas aplicables que sobre esta materia se expida de manera expresa. Estos bienes ingresarán al país, importados para el consumo y exentos del pago de todos los tributos al comercio exterior, de conformidad con el literal b) del Artículo 125 el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Efectos personales de viajeros (sala de arribo)

Los efectos personales de viajero estarán exentos de tributos, siempre que ingresen al país en las cantidades y condiciones previstas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en la resolución que para el efecto se dicte. En caso que el viajero ingrese al país bienes que no sean calificados como efectos personales, este deberá presentar ante la Autoridad Aduanera una Declaración Aduanera Simplificada en la cual se describan cada una de las mercancías a importar.

Aprovisionamiento

Toda mercancía que esté destinada para el aprovisionamiento de embarcaciones, aeronaves o vehículos de tráfico internacional deberán ingresar al régimen de almacén especial, en su modalidad de aprovisionamiento. Estas mercancías deberán ser expresamente manifestadas como tales por parte del transportista, debiendo transmitirse la declaración aduanera y cumplir con las formalidades correspondientes al régimen.

Las provisiones podrán ser para consumo, mercancías necesarias para la operación y mantenimiento de embarcaciones y aeronaves, y mercancías que se encuentren a bordo al momento de llegada o son llevadas a bordo durante la permanencia del medio de transporte. (Asamblea Nacional, 2010)

Normativa vigente:

- ✓ Resolución Nro. SENAE-DGN-2013-0338-RE “Procedimiento general para el régimen aduanero de aprovisionamiento”, del 6 de septiembre de 2013, publicada en el R.O. No. 161 del 14 de enero de 2014.
- ✓ Resolución No. SENAE-DGN-2015-0744-RE "Reformar la Resolución SENAE-DGN-2013-0338-RE: Procedimiento general para el régimen aduanero de aprovisionamiento ", suscrita el 11 de septiembre de 2015.

Vehículo de uso privado de turista

Es el régimen especial aduanero por el cual se permite el ingreso del vehículo de uso privado del turista, en cualquiera de sus modalidades, al territorio nacional, de acuerdo a los procedimientos y condiciones que para el efecto. (Asamblea Nacional, 2010).

c. Culminación del régimen.

Gráfico 1: Regímenes de importaciones

Tipo	Nombre	Garantía	DAI	Asignación de código	Método de compensación	Tipo de compensación	Herramienta de compensación Ecuapass
Transformación	Admisión Temporal para perfeccionamiento activo	Específica y General (sólo para instalaciones industriales)	21	Insumo	A/C	Cesión de Titularidad	A/C
					A/C	Exportación a consumo	DAE 40 + A/C
					A/C	Reexportación	DAE 61 + A/C
					A/C	Nacionalización	A/C + DAI 10
					A/C	Regularización por pérdida o destrucción	A/C + DAI 87
					A/C	Destrucción de desperdicios	A/C + DAI 86
	Transformación bajo control aduanero	General	72	Insumo	A/C	Exportación a consumo	DAE 40 + A/C
					A/C	Reexportación	DAE 61 + A/C
					A/C	Nacionalización	A/C + DAI 10
					A/C	Regularización por pérdida o destrucción	A/C + DAI 87
					A/C	Destrucción de desperdicios	A/C + DAI 86
					A/C	Reexportación en el mismo estado	DAE 60
No transformación	Admisión temporal para reexportación en el mismo estado	Específica	20	-	Directo	Nacionalización	DAI 10
						Regularización por pérdida o destrucción	DAI 87
						Cambio de Obra o Beneficiario	DAI 20
						Reexportación	DAE 60
	Depósito Aduanero	General	70	-	Directo	Nacionalización	DAI 10
						Regularización por pérdida o destrucción	DAI 87
						Reexportación Individualizada	Pantalla Control Ventas
						Reexportación en el mismo estado	DAE 60
	Almacén libre	General	73	Producto	Directo	Destrucción	Pantalla Control de destrucción
						Nacionalización	DAI 10
						Reexportación Individualizada	Pantalla Reexp. Individualizada
						Reexportación en el mismo estado	DAE 60
	Almacén especial	General	75	Producto	Directo	Regularización por pérdida o destrucción	DAI 87
						Nacionalización	DAI 10
						Reexportación en el mismo estado	DAE 60
						Reexportación en el mismo estado	DAE 60
	Ferias Internacionales	Específica	24	-	Directo	Regularización por pérdida o destrucción	DAI 87
						Nacionalización	DAI 10
						Reexportación en el mismo estado	DAE 60
						Reexportación en el mismo estado	DAE 60
	Zona Franca	General	90	-	Directo	Nacionalización	DAI 10
						Exportación a consumo	DAE 40
						Exportación a consumo	DAE 40
	Reposición con franquicia Arancelaria	-	-	11	-	Directo	Nacionalización + Certificado de reposición + Exportación a consumo + Reposición con franquicia arancelaria

Fuente: Aduanas del Ecuador (2015)

Gráfico 2: Regímenes de exportaciones

Tipo	Nombre	Garantía	DAI	Asignación de código	Método de compensación	Tipo de compensación	Herramienta de compensación Ecuapass
Transformación	Exportación temporal con reimportación en el mismo estado	-	50	-	Directo	Reimportación en el mismo estado	DAI 32
						Exportación a consumo	DAE 40
No transformación	Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo	-	51	-	Directo	Reimportación para perfeccionamiento pasivo	DAI 31
						Exportación a consumo	DAE 40

Fuente: Aduanas del Ecuador (2015)

2.2.8 Base legal

- ✓ Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones, publicado en el R.O. No. 351 - 29 de diciembre 2010.
- ✓ Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI, publicado en el R.O. No. 452 - 19 de mayo de 2011.

2.2.9 Términos Internacionales de Comercio –INCOTERMS

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del INCOTERMS influye sobre el costo del contrato. (Vera M, 2005)

El principal propósito de los INCOTERMS es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

Los INCOTERMS nos ayudan a determinar:

- ✓ El alcance del precio.
- ✓ En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- ✓ El lugar de entrega de la mercadería.
- ✓ Quién contrata y paga el transporte
- ✓ Quién contrata y paga el seguro

- ✓ Qué documentos tramita cada parte y su costo.

Los principales INCOTERMS son:

- ✓ **CFR (Cost and Freight).**- Costo y Flete (puerto de destino convenido).

Para el vendedor los alcances son los mismos que la cotización FOB con la diferencia de que la empresa debe encargarse de contratar la bodega del barco y pagar el flete hasta destino.

- ✓ **CIF (Cost, Insurance and Freight).** - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido).

Este se refiere a que el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El vendedor debe pagar costos y el flete necesarios para conducir las mercaderías al puerto de destino convenido.

- ✓ **CIP (Carriage and Insurance Paid To).**-Transporte y Seguro Pago Hasta (lugar de destino convenido).

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido.

- ✓ **CPT (Carriage Paid To).**- Transporte Pagado Hasta (lugar de destino convenido).

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por él pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido.

El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste ocurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas.

- ✓ **DAF (Delivered At Frontier).** - Entregadas en Frontera (lugar convenido).

Este término INCOTERMS significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar al momento en que ha puesto la mercancía despachada en la Aduana para la expectación en el punto y lugar convenido de la frontera pero antes de la aduana fronteriza del país comprador.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte cuando las mercaderías deban entregarse en una frontera terrestre.

- ✓ **EXW (Ex-Works).** - En Fábrica (lugar convenido).
Significa que el vendedor entrega cuando pone la mercadería a disposición del comprador en el establecimiento del vendedor o en otro lugar convenido (es decir, fábrica, almacén, etc.).
Este término representa, así, la menor obligación del vendedor, y el comprador debe asumir todos los costos y riesgos.
- ✓ **FAS (Free AlongShip).**- Libre al Costado del Buque (puerto de carga convenido).
Significa que la responsabilidad del vendedor finaliza una vez que la mercadería es colocada al costado del buque en el puerto de embarque convenido.
Esto quiere decir que el comprador ha de asumir todos los costos y riesgos de pérdida o daño de las mercaderías desde aquel momento.
- ✓ **FOB (Free OnBoard).**- Libre a Bordo (puerto de carga convenido).
La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido.
El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto. El término FOB exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

2.2.10 Trámite en aduana que se debe hacer para realizar una exportación

De acuerdo a los requisitos para ser Exportador es: (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016).

Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar. El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia. (Ministerio de Comercio Exterior, 2016)

El Decreto Ejecutivo No 25 reestructura al Comité de Comercio Exterior (COMEX) y define como miembros a los titulares o delegados de las siguientes entidades:

- ✓ Ministerio de Comercio Exterior, quien lo preside;

- ✓ Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;
- ✓ Ministerio de Industrias y Productividad;
- ✓ Ministerio de Economía y Finanzas;
- ✓ Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

Adicionalmente, formaran parte del COMEX, con voz, pero sin derecho a voto, las siguientes entidades:

- ✓ Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad;
- ✓ Ministerio Coordinador de la Política Económica;
- ✓ Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador y,
- ✓ Las demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo.

2.2.11 Procesos 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. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2016)

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.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- ✓ Factura comercial original.
- ✓ Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- ✓ Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

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 Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

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.

Revisar boletín 222 – 2012 en el cual se encontrará los instructivos para el correcto llenado de la DAE junto con los videos demostrativos.

Constitución Política del Ecuador

Sección séptima

Política comercial

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos: (Constitución de la República del Ecuador Asamblea Constituyente, 2008)

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Art. 305.- La creación de aranceles y la fijación de sus niveles son competencia exclusiva de la Función Ejecutiva.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

Art. 307.- Los contratos celebrados por el Estado con personas naturales o jurídicas extranjeras llevarán implícita la renuncia de éstas a toda reclamación diplomática, salvo contrataciones que correspondan al servicio diplomático.

Sección quinta

Intercambios económicos y comercio justo

Art. 335.- El Estado regulará, controlará e intervendrá, cuando sea necesario, en los intercambios y transacciones económicas; y sancionará la explotación, usura, acaparamiento, simulación, intermediación especulativa de los bienes y servicios, así como toda forma de perjuicio a los derechos económicos y a los bienes públicos y colectivos.

El Estado definirá una política de precios orientada a proteger la producción nacional, establecerá los mecanismos de sanción para evitar cualquier práctica de monopolio y oligopolio privados, o de abuso de posición de dominio en el mercado y otras prácticas de competencia desleal.

Art. 336.- El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.

Art. 337.- El Estado promoverá el desarrollo de infraestructura para el acopio, transformación, transporte y comercialización de productos para la satisfacción de las necesidades básicas internas, así como para asegurar la participación de la economía ecuatoriana en el contexto regional y mundial a partir de una visión estratégica.

2.2.12 Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Cacha

Según el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2010)

Los gobiernos autónomos descentralizados (GAD)

Artículo 28.- Gobiernos autónomos descentralizados.- Cada circunscripción territorial tendrá un gobierno autónomo descentralizado para la promoción del desarrollo y la garantía del buen vivir, a través del ejercicio de sus competencias.

Estará integrado por ciudadanos electos democráticamente quienes ejercerán su representación política.

Constituyen gobiernos autónomos descentralizados:

- a) Los de las regiones;
- b) Los de las provincias;
- c) Los de los cantones o distritos metropolitanos; y,
- d) Los de las parroquias rurales.

Artículo 65.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado parroquial rural.- Los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales rurales ejercerán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen: Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad el desarrollo parroquial y su correspondiente ordenamiento territorial, en coordinación con el gobierno cantonal y provincial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;

- a. Planificar, construir y mantener la infraestructura física, los equipamientos y los espacios públicos de la parroquia, contenidos en los planes de desarrollo e incluidos en los presupuestos participativos anuales;
- b. Planificar y mantener, en coordinación con los gobiernos provinciales, la vialidad parroquial rural;
- c. Incentivar el desarrollo de actividades productivas comunitarias la preservación de la biodiversidad y la protección del ambiente;
- d. Gestionar, coordinar y administrar los servicios públicos que le sean delegados o descentralizados por otros niveles de gobierno;
- e. Promover la organización de los ciudadanos de las comunas, recintos y demás asentamientos rurales con el carácter de organizaciones territoriales de base;

f. Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias; y, Vigilar la ejecución de obras y la calidad de los servicios públicos

Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas.

Artículo 2.- Lineamientos para el desarrollo.- Para la aplicación de este código, a través de la planificación del desarrollo y las finanzas públicas, se considerarán los siguientes lineamientos:

Artículo 3. Aportar a la construcción de un sistema económico social, solidario y sostenible, que reconozca las distintas formas de producción y de trabajo, y promueva la transformación de la estructura económica primario-exportadora, las formas de acumulación de riqueza y la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo;

Artículo 4. Promover el equilibrio territorial, en el marco de la unidad del Estado, que reconozca la función social y ambiental de la propiedad y que garantice un reparto equitativo de las cargas y beneficios de las intervenciones públicas y privadas.

Cuadro 1: Estructura del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Cacha

Nombre	Cargo	Funciones que desempeña
José Alberto Ganán Gualan	Presidente	Planificación y conducción. Coordinación y seguimiento Evaluación de políticas y acciones del Gobierno Parroquial
Carmen Tiupul Urquizo	Vicepresidente	Todas las que asigna la ley y además encargado de la comisión Especies Menores y Deportes.
Alfredo Tabacundo Paguay	Primer Vocal	Todas las asignadas por la ley y además encargada de la comisión de Cultura y Producción.
Segundo Manuel Janeta Paguay	Segundo Vocal	Todas las asignadas por la ley y además encargado de la comisión de Medio Ambiente y Turismo.
María Josefina Janeta	Tercer Vocal	Todas las asignadas por la ley y además encargada de la comisión de Salud y Educación.

Fuente: PD y OT Cacha 2015

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

2.2.13 Crecimiento económico

El concepto de crecimiento económico se refiere al incremento porcentual del producto bruto interno de una economía en un período de tiempo. (Anzil F, 2004)

Crecimiento económico y desarrollo

Un concepto más amplio que capta los aspectos no considerados por el producto bruto es el concepto de desarrollo económico, que incluye, además de aspectos como el nivel de producción, aspectos estructurales como la educación de la población, indicadores de mortalidad, esperanza de vida, etc. En el concepto de desarrollo también se incluyen nociones más abstractas como la libertad política, la seguridad social, etc.

¿Por qué no se usa el concepto de desarrollo económico u otras medidas del bienestar en lugar del concepto de producto interno bruto para medir el crecimiento económico? Básicamente, por la dificultad para medir el desarrollo económico. El desarrollo económico es un concepto muy amplio y no hay un consenso general sobre su definición exacta. Por otro lado, también es muy difícil trasladar la observación de desarrollo económico a una medida numérica del mismo, las comparaciones interregionales e intertemporales son muy difíciles. El producto bruto interno es una medida numérica de fácil interpretación, además, "encaja" bien en los modelos económicos, donde en general el producto de una economía es el resultado de la combinación de insumos productivos (capital y trabajo) utilizando una tecnología determinada.

Causas del crecimiento económico

Las teorías económicas de crecimiento se refieren al crecimiento de la producción potencial, o nivel de producción de pleno empleo.

La opinión popular suele dar tres tipos de respuestas con respecto a las causas del crecimiento económico: la primera nos dice que la economía crece porque los trabajadores tienen cada vez más instrumentos para sus tareas, más máquinas, es decir, más capital. Para los defensores de esta idea, la clave del crecimiento económico está en la inversión. La segunda respuesta es que los trabajadores con un mayor stock de

conocimientos son más productivos y con la misma cantidad de insumos son capaces de obtener una mayor producción. Entonces la clave del crecimiento sería la educación, que incrementaría el capital humano o trabajo efectivo. El tercer tipo de respuesta nos dice que la clave está en obtener mejores formas de combinar los insumos, máquinas superiores y conocimientos más avanzados. Los defensores de esta respuesta afirman que la clave del crecimiento económico se encuentra en el progreso tecnológico. En general se considera que estas tres causas actúan conjuntamente en la determinación del crecimiento económico.

Las teorías de crecimiento económico explican sus causas utilizando modelos de crecimiento económico, que son simplificaciones de la realidad que permiten aislar fenómenos que se quiere estudiar. Estos modelos de crecimiento económico no se refieren a ninguna economía en particular, aunque sí pueden ser contrastados empíricamente. Ejemplos de modelos de crecimiento económico son el modelo de Solow, el modelo de Harrod Domar, el modelo de Kaldor, el modelo AK, el modelo de Ramsey, modelos de crecimiento endógeno, como el modelo de Romer, el modelo de Lucas o el modelo de Aghion y Howitt, etc.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Acuerdo comercial.- Convenio que se firma entre dos o más países para la liberación de impuestos en comercio internacional.

Aduana.- Organismo responsable de la aplicación de la Legislación Aduanera y del control de la recaudación de los derechos de Aduana y demás tributos; encargados de aplicar en lo que concierne la legislación sobre comercio exterior, generar las estadísticas que ese tráfico produce y ejercer las demás funciones que las leyes le encomiendan. El término también designa una parte cualquiera de la administración de la aduana, un servicio o una oficina.

Aforo.- Operación única, en que el servicio a través del funcionamiento designado, verifica y determina al examinar la declaración y/o la mercancía que su clasificación arancelaria, su valuación, la fijación de la cuota de los derechos arancelarios o impuestos

y la aplicación de las leyes correspondientes hayan sido correctamente propuestas por el declarante.

Aranceles.- Impuestos aplicados a las importaciones

Barreras arancelarias.- Son restricciones de carácter monetario que establecen los gobiernos para proteger la industria nacional.

Barreras para arancelarias.- Son restricciones de carácter no monetario que establecen los gobiernos para proteger la industria nacional.

Carga.- Materiales, mercancías o bienes a ser transportados por algún medio de transporte. Una de las operaciones aduaneras, típicas de la exportación, que debe cumplirse previo cumplimiento de formalidades y bajo control aduanero.

Certificado de origen.- Documento que certifica el Origen de la mercadería.

Comercialización.- Es el conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.

Comercio Internacional.- La introducción de productos extranjeros a un país y la salida de éstos a otros países, integran lo que se denomina Comercio Exterior.

Demanda.- Muestra las distintas cantidades de un bien que un consumidor está dispuesto a adquirir, en un determinado período de tiempo, a los diferentes precios alternativos posibles.

Demanda insatisfecha.- Se produce cuando la demanda de un bien es superior a la oferta, en un determinado período de tiempo.

Despacho.- Cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para importar o exportar las mercancías o someterlas a otros regímenes, operaciones o destinos aduaneros.

Exportación.- La exportación es el envío de mercaderías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el exterior.

Globalización.- El Fondo Monetario Internacional define la globalización como: La interdependencia económica creciente entre los países del mundo, provocada por el aumento del volumen y de la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de flujos internacionales de capitales, al mismo tiempo que por la difusión acelerada y generalizada de la tecnología.

Ingresos económicos.- Son ingresos que se incrementan por una remuneración de trabajo, negocio o por una actividad económicas y aumentar sus ingresos familiares.

Inflación.- Es la continua y persistente subida del nivel general de precios; se mide mediante un índice de costo de diversos bienes y servicios.

Ingreso per cápita.- Cantidad de dinero que un individuo percibe en una economía en un período de tiempo.

Mercados.- Es el movimiento o el intercambio de bienes dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales.

Partida arancelaria.- Nomenclatura con que se identifica ha determinado productos en el arancel de importaciones.

Transacciones.- Son mecanismos o herramientas que sirven para manejar los cambios al estado de un sistema distribuido para poder hacer actividades comerciales, económicas atreves de estos mecanismos.

Transporte.- El medio de traslado de mercancías, personas, bienes de un lugar a otro. También diríamos que es el movimiento de mercancías desde su lugar de origen hasta el lugar destino.

2.4 IDEA A DEFENDER

Elaboración de un proyecto de exportación de bufandas para la comercialización en el mercado de España que permita determinar su factibilidad de ejecución.

2.4.1 Variable Independiente

Elaboración de un proyecto de exportación.

2.4.2 Variable Dependiente

Determinación de la factibilidad de ejecución.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

1. La investigación fue cualitativa porque se descubrió el fenómeno social y económico con sus características, como es el caso de lo investigado.
2. Cuantitativa porque para la investigación de campo permitió determinar el nivel de producción de los artesanos de la parroquia y la capacidad instalada.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Investigación Descriptiva

Se utilizó la investigación descriptiva para conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de nuestro mercado objetivo, en este caso de Madrid- España en lo que se refiere a las artesanías ecuatorianas a través de la descripción exacta de las personas, sobre los gustos, costumbres o preferencias en este tipo de productos.

En este tipo de investigación la meta no se limitó a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables, es decir que no es suficiente recolectar datos sino interpretar y describir uno a uno todos los elementos de la investigación.

3.3 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1 Métodos

Deductivo: A través de este método se pudo determinar la oferta, demanda, y precios de las artesanías en España, es decir, deducir que tipo de artesanías tienen mayor demanda.

Inductivo: La observación y el registro de todos los hechos permitieron el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

Analítico: Este método permitió conocer más a la cooperativa de ahorro, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.

3.3.2 Técnicas

Investigación documental.- Se apoyó en la recopilación de antecedentes a través de documentos gráficos formales e informales, cualquiera que éstos sean, en donde se fundamentó y complementó la investigación con lo aportado por diferentes autores.

Investigación de campo.- Para llevar a cabo esta investigación se empleó la técnica de la observación a los talleres de confección de las artesanías.

Investigación bibliográfica.- Se recurrió a una revisión documental, en libros, folletos, documentos, revistas científicas. Bibliotecas virtuales referentes al objeto de investigación.

3.3.3 Instrumentos

Los instrumentos a utilizar en la investigación se considera relevantes los siguientes:

- ✓ Libros
- ✓ Internet
- ✓ Registros
- ✓ Artículos y publicaciones científicas
- ✓ Tesis referentes a la actividad artesanal y exportaciones

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

El presente trabajo es un proyecto de exportación de bufandas elaboradas con lana, para ello se tomó datos históricos y proyectados que se llevó a cabo en la investigación de mercado en la ciudad de Madrid-España con una población total de 3 165 235 (tres millones ciento sesenta y cinco mil doscientos treinta y cinco) habitantes con la que se

trabajó en el proyecto, de acuerdo a las estadísticas del año 2014 generadas por Expansión/Datosmacro.com

No se tomó en cuenta la técnica de encuesta por lo que el mercado es internacional; sin embargo se recabó mediante revisión bibliográfica y web-gráfica para encontrar el consumo nacional aparente que permite establecer la oferta y la demanda, por estos aspectos no amerita considerar el cálculo de la muestra para esta investigación.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TÍTULO

“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE BUFANDAS ELABORADAS CON LANA CON EL AUSPICIO DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE “CACHA”, HACIA ESPAÑA - MADRID PARA EL PERÍODO 2016”

4.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 Generalidades de la empresa

El pueblo Cacha se asienta en la provincia de Chimborazo en la zona 3 del Ecuador y cuenta con una población de alrededor de 15.000 personas organizadas en una organización denominada FECAIPAC (Federación de Cabildos Indígenas del pueblo Puruhá Cacha). (Gad Cacha, 2016)

Su economía se basa en la agricultura con el cultivo de productos propios de la zona como: maíz, papa, ajo, ocas, mellocos, habas, ají, fréjol, trigo, frutas, arvejas, hortalizas, entre otros.

En estos últimos años han ayudado a la economía, tanto la artesanía como el turismo comunitario.

Gráfico 3: Artesano de la parroquia Cacha



Fuente: Observación directa

Los indígenas Cacha mantienen una unión familiar bastante fuerte, el padre es el eje de la familia y todos dentro de ésta colaboran mutuamente en los trabajos del campo, del hogar, en la elaboración de artesanías y otras actividades más.

La organización social todavía mantiene el concepto de la minga y reciprocidad; es decir, que el trabajo en equipo es importante; si algún integrante de la comunidad necesita ayuda para construir una casa, cambiarse de casa u organizar una fiesta, entonces todos ayudarán a la realización de esto; por cuanto el concepto de reciprocidad dice que los favores se deben regresar con el fin de lograr buenas relaciones en la comunidad. La primera autoridad es el Cabildo en la comunidad, antiguamente tenían rangos de poder y mando, los ordinarios, alcaldes y alguaciles.

La vestimenta es muy tradicional en ellos; así, los hombres utilizan: pantalón blanco, alpargata de caucho, camisa cerrada blanca, poncho de diferentes colores dependiendo del rango, poncho de trabajo, el sombrero de lana y si es algún ritual el sombrero es bicolor blanco-verde; mientras tanto, la mujer utiliza un anaco de lana color azul oscuro, camisón blanco bordada, bayeta de colores vivos sujetadas con “tupu” de plata o de acero blanco, la chumbi: mama chumbi, cahuiña, laborchumbi o guaguachumbi, una cinta de pelo cusco, sombrero de lana blanca con filo bordado y adornado con cintas de vivos colores y bordado.

Actualmente la comunidad indígena de Cacha atraviesa por una crisis en lo referente al campo artesanal de manera especial en el campo de los tejidos, debido a que pocas personas se dedican a esta actividad, por lo que la Junta Parroquial pretende desarrollar un proyecto que permita la reactivación de esta actividad.

4.2.2 Reseña histórica

La parroquia Cacha, constituye legalmente 7 de noviembre de 1980, gracias al impulso de la Organización Fecaipac; es inaugurado el 25 de Abril de 1981 con la visita del ex presidente Abogado Jaime Roldos Aguilera. (Gad Cacha, 2016)

Con pasar de los años, por mandatos legales inserta diferentes Autoridades civiles: Tenencia Política, Jefe de Área Registro Civil y Junta parroquial desde el año 2001, hoy denominado Gobierno Parroquial.

El nombre de la Parroquia nace justamente con el advenimiento del Shiry XV (1463-1487). El rey de Cacha nació en el palacio de madera del lago “Capac Cocha” del anejo Pucará Palacio de la actual parroquia. La importancia que tenía el pueblo de Cacha para los conquistadores hizo que fuera constituido en la primera encomienda del Reino de Quito, entonces sus autoridades encomendero y doctrinero, organizan la parroquia con carácter eminentemente eclesiástico.

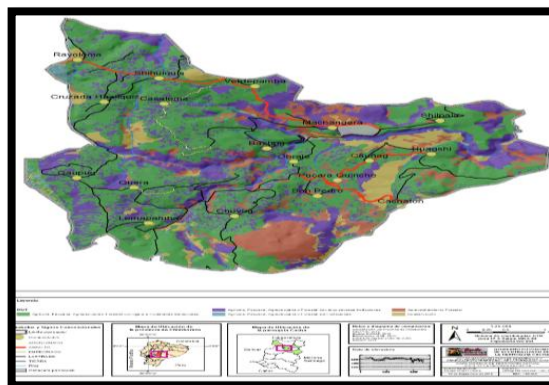
4.2.3 Base legal

En el artículo 306.- De la Constitución del Ecuador, nos dice que el Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal, por lo que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Cacha pretende apoyar a los artesanos que ofrecerá algunos beneficios y perspectivas de crecimiento económico.

Parroquia Cacha obtuvo el acuerdo ministerial el 7 de noviembre de 1980, fecha de parroquialización. (Gad Cacha, 2016)

4.2.4 Ubicación geográfica

Gráfico 4: Mapa de la parroquia Cacha



Fuente: Gad Cacha

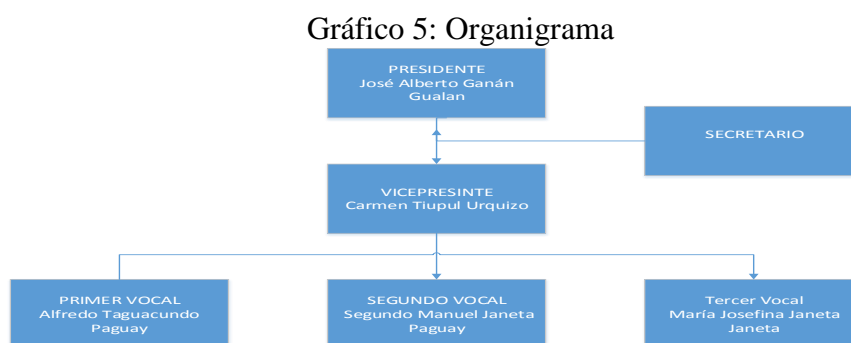
4.2.5 Misión

Fortalecer la recuperación de su ambiente convirtiendo a la parroquia en un lugar de retorno y de oportunidades, motivar la organización y participación colectiva de las comunidades y sus habitantes, gestionando proyectos que permitan satisfacer las necesidades y prioridades de la parroquia, motiva la organización y capacitación productiva y turística para mejorar los ingresos y calidad de vida de la población, se encarga y coordina acciones con el Estado Nacional, agencias de cooperación nacional e internacional y la autogestión comunitaria orientada al desarrollo sostenible y sustentable de su población. Propicia la mayor participación de mujeres y jóvenes en las organizaciones comunitarias, respetando los derechos a la organización y participación, propiciando un manejo transparente y honesto de los recursos. (Gad Cacha, 2016)

4.2.6 Visión

Ser una Parroquia con profunda conciencia por el mejoramiento ambiental y del entorno, con una población organizada y solidaria, trabajadora y desarrollada como base en el amor al prójimo, que cuenta con servicios básicos, infraestructura, turismo comunitario participativo, con caminos y vías de transporte que integre a sus habitantes. Con un enfoque de desarrollo endógeno y de gestión de riesgos, responsable y con fuerte identidad cultural, con un gobierno parroquial que busca las igualdades y el buen vivir para sus hermanos. (Gad Cacha, 2016)

4.2.7 Organigrama de la empresa



Fuente: Gad Cacha 2016

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.3 ANÁLISIS SITUACIONAL

Dentro de este proyecto comprende el análisis situacional para entender cuál es su participación en el mercado interno o externo.

4.3.1 Análisis macro entorno

Las primeras ventas de la producción textil se concentraron en el mercado local, hasta que a partir de la década de los 90 las exportaciones tomaron un gran impulso, llegando a alcanzar en el año 2000 un incremento del 8.14% en relación a las de 1999, esto debido a la adaptación de la industria al nuevo esquema monetario dolarizado que le permitió marcar una tendencia creciente durante los años posteriores. Con estabilidad monetaria, las industrias textiles invirtieron en máquinas nuevas, así como también en programas de capacitación para el personal de planta, con la finalidad de incrementar sus niveles de eficiencia y productividad, permitiéndoles ser más competitivos en una economía más globalizada. Debido al reciente estancamiento por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, que ha permitido el ingreso de productos extranjeros, el sector textil ecuatoriano ha venido realizando esfuerzos con el objetivo principal de mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional. (Dirección de Inteligencia Comercial, 2012)

4.3.2 Análisis micro entorno

Actualmente la comunidad indígena de Cacha atraviesa por una crisis en lo referente al campo artesanal de manera especial en el campo de los tejidos, debido a que pocas personas se dedican a esta actividad, por lo que la Junta Parroquial pretende desarrollar un proyecto que permita la reactivación de esta actividad.

A pesar de ello la parroquia le apuesta como alternativa económica al Turismo Comunitario Sostenible, a los visitantes se ofrecen varias actividades como: caminatas a los atractivos de la zona, convivencia comunitaria para compartir su cultura, música, danza, gastronomía, tradiciones y leyendas, visita a microempresas entre otros.

4.4 ANÁLISIS FODA DE LA UNIDAD DE PRODUCCIÓN

El análisis situacional FODA es una herramienta importante que determina características internas (Fortalezas y debilidades), y situaciones externas (Oportunidades y Amenaza) de una empresa u organización, se lo realiza para determinar la situación real de la empresa y posteriormente formular estrategias para mejorar la gestión de la empresa en el mercado.

4.4.1 Análisis interno

Fortalezas

- ✓ Los diseños de las artesanías son considerados una riqueza cultural
- ✓ Se mantiene el proceso autóctono en su fabricación
- ✓ El proceso de elaboración es amigable con el medio ambiente

Debilidades

- ✓ No existen centros de formación de tejedores
- ✓ Existen pocas personas que se dedican a la actividad del tejido
- ✓ La producción se la realiza en forma independiente

4.4.2 Análisis externos

Oportunidades

- ✓ Las artesanías de Cacha sean reconocidas a nivel internacional
- ✓ Mejore la situación económica de los habitantes de la parroquia

Amenazas

- ✓ Pérdida de la cultura de la parroquia Cacha
- ✓ Incremento de la migración de la población de la parroquia

4.4.3 Capacidad de producción

El número de artesanos de la parroquia de Cacha que todavía se dedican al trabajo de tejido suma siete

Cuadro 2: Capacidad de producción

RANGO	F	%
Suéteres	0	0.00
Bufandas	20	58.82
Ponchos	4	11.76
Fajas	10	29.41
TOTAL	34	100.00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

La producción individual es de 34 productos si multiplicamos por siete artesanos nos da un total de 238 unidades mensuales.

Los clientes a los que están destinados los productos es básicamente para consumo local, es decir para las personas que pertenecen a la nacionalidad kichwa del pueblo de Cacha, los mismos que lo usan en los distintos eventos que se realiza en la parroquia.

Cuadro 3: Nivel de apoyo de instituciones a la producción

RANGO	F	%
Plan de gobierno	0	0
Intermediarios	0	0
Usuarios directos	7	100
TOTAL	7	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

4.5.1 Objetivo del estudio de mercado

- ✓ Establecer las características de las bufandas y determinar la producción artesanal del Ecuador.

- ✓ Determinar el uso de bufandas en Madrid-España.
- ✓ Determinar los medios que se emplean para la exportación de las bufandas al mercado de Madrid-España mediante el análisis de la demanda y la oferta.

4.5.2 Fuentes secundarias

Base de datos PRO ECUADOR

Base de datos de ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIÓN

4.5.3 Producto

Producto: Bufandas

Material: Lana de borrego

Dimensión: 1,20 m por 20 cm de color unidas o con rayas.

Uso: La bufanda es usada como complemento del vestuario femenino del mismo modo que lo es la corbata al vestuario masculino.

Colores: Abarcar una amplia gama de colores, dibujos, patrones o figuras como cuadros, rayas propias del pueblo Cacha.

Gráfico 6: Elaboración artesanal de una bufanda



Fuente: Observación de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.3.1 Generalidades

La bufanda es ropa de transformación, objeto capaz de cambiar el aspecto de cualquier estilo o modelo del vestido. Se puede poner en la cabeza o hacer de la bufanda una decoración del cabello. Se puede poner en los hombros. Se puede ceñir al cuello y hacerla

parecerse a una corbata. Las mujeres la pueden poner en sus caderas, cambiando no sólo su estilo, sino que también su figura. (Olec Cherne, 2012)

La bufanda es uno de los objetos más antiguos, que se usaba con distintos objetivos, pero por supuesto, su significado principal era el aspecto sagrado. Cabe decir que en la antigüedad cualquier tipo de vestido, todas sus partes, todas las accesorias que se llevaban, cumplían con un papel mucho más importante y tenían un significado que hoy en día ni siquiera lo podemos imaginar.

Todo con lo que entraba en contacto una persona se consideraba como parte suya y nunca se consideraba como algo temporal incluso si no se usaba tan frecuentemente o, puede ser, incluso una sola vez. La actitud misma de la gente antigua hacia la ropa tenía, ante todo, tareas sagradas y la vestimenta, considerada desde este punto de vista siempre ha sido continuación y parte de la fe.

La bufanda es un tipo de vestido que está primordialmente relacionado con el cuello y llevaba la idea de “nudo corredizo”. Este hecho está relacionado con el estado de sofocación, cuando debido al cubrimiento de la garganta, a la persona se le altera la respiración.

Un hecho aún más interesante es el uso inverso de la bufanda: desde la posición de la conservación del espíritu, cuando el ser humano deja de vivir en la Tierra. En muchas culturas antiguas, la vida de la gente nunca se ha considerado desde la posición de la temporalidad y lo más importante ha sido la conservación del espíritu. Así, por ejemplo, la ejecución a la horca era el castigo más horrible, puesto que se creía que se le cortaba la conexión a uno con el espíritu, es decir no dejarle salir normalmente del cuerpo, como si privándolo de su última exhalación.

De esta manera apareció el significado de la bufanda como símbolo que permite conservar la inhalación durante la vida y después de la vida conservar el espíritu de la persona en la tierra. Por la misma razón, por ejemplo encerraron los guerreros de terracota de China en la tierra y al mismo tiempo se elaboraron bufandas de terracota para cada una de las figuras. Se creía que mientras los guerreros están escondidos, independientemente de si

son vivos o muertos, sería imposible destruir la dinastía. Algo similar vemos también en los gobernantes egipcios.

Así que, la idea de la bufanda lleva en sí un sentido muy profundo. Y no es menos interesante la conservación de una determinada circulación de la energía alrededor del cuello y no el simple uso de la bufanda como modo de calentarse.

En la actualidad, a todo esto se añade además tal componente, como estilo. Es especialmente importante para la gente que aprecia el concepto del minimalismo en el modo de vestirse, que no cambian con frecuencia su estilo y más interactúan con la energía de la ropa que convertirse en “abeto para decorar”. También la bufanda es importante para los viajeros que, debido a su constante traslado, no pueden permitirse más diversidad en su modo de vestirse.

En general, la bufanda es uno de los trece objetos sagrados de la vestimenta, que son necesarios para la gente que comprende que la ropa es cierta sección que conecta el mundo interno de la persona que el externo.

4.5.3.2 Partida arancelarias sugerida

La partida arancelaria sugerida para este proyecto es el 03.02.11 de acuerdo a la clasificación de sistema armonizado de arancel clasificado generada por las autoridades competentes del SENA E.

Cuadro 4: Partida arancelaria

Sección XI		Materias textiles y sus manufacturas
Capítulo 62		Prendas y complementos (Accesorios), de vestir, excepto los de punto
Partida sistema armonizado		Chales, pañuelos de cuello, bufandas, mantillas velos y Artículos similares
Subpartida Regional		De lana o pelo fino
Subpartidas		62.14.20.00
Producto		Bufandas

Fuente: Aduanas del Ecuador

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.3.3 Producción

Los ponchos, bayetas, fajas y bufandas, prendas originarias que manufacturan los artesanos de Cacha, una parroquia situada a 20 minutos de Riobamba, se comercializan en Pucara Tambo. Un emprendimiento comunitario donde la cultura y la identidad se promueven a través del turismo. (Márquez C, 2016)

Los ponchos de lana roja, bufandas, tejidos en telares de cintura y con bordados que simbolizan la cruz andina son el producto estrella en el centro artesanal. Estos, además de ser emblemáticos en Cacha por la tradición artesanal, simbolizan alta jerarquía. Por eso, son apetecidos por turistas extranjeros y locales.

Todas esas prendas se tejen manualmente en telares hechos con pedazos de troncos e hilos de borrego. Los artesanos tiemplan las fibras y anudan firmemente los hilos para formar los diseños y formar figuras para adornarlos. Estas figuras, como la pishic siza (flores) y el quingo (surcos), representan la cosmovisión andina.

Unos 10 artesanos entregan cada semana sus creaciones para abastecer el centro artesanal.

4.5.3.4 Descripción del producto

La bufanda producida en Cacha es un accesorio de lana de borrego e hilos sintéticos cuya dimensión es de 1,20 m por 20 cm de color unidas o con rayas, es usada como complemento del vestuario femenino del mismo modo que lo es la corbata al vestuario masculino, usualmente se usa cerca de la cabeza o en el cuello, con el propósito de calentar, aunque es utilizada también como complemento de moda.

El contexto que conlleva la bufanda se ha vuelto un factor de moda particularmente entre mujeres e incluso una cuestión religiosa dependiendo la cultura. En particular en la cultura hindú, dependiendo en particular de los colores que la componen, es una señal de un hombre a una mujer por sumisión amorosa.

La bufanda de telas finas es usada como complemento del vestuario femenino del mismo modo que lo es la corbata al vestuario masculino.

4.5.3.5 Elaboración del producto

- ✓ Los artesanos de la parroquia Cacha extienden las madejas de hilo en el banco de urdimbre (una estructura de madera) y con cabuya o plástico hacen pequeños nudos en las hebras, con los que se forman los diseños de figuras geométricas característico de la nacionalidad Puruhá, que en ese momento no son perceptibles.
- ✓ El hilo se sumerge en ollas preparadas para el teñido, con sal si es para algodón o con ácido si es lana.
- ✓ Los espacios amarrados no absorben la tinta y mantienen su tono natural, eso es lo que crea el contraste de colores en los diseños.
- ✓ Los nudos se desatan y empieza el tejido, que se lo hace en un telar de cintura.

Gráfico 7: Elaboración de bufanda



Fuente: Observación directa

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.3.6 Análisis del Ecuador y su participación internacional

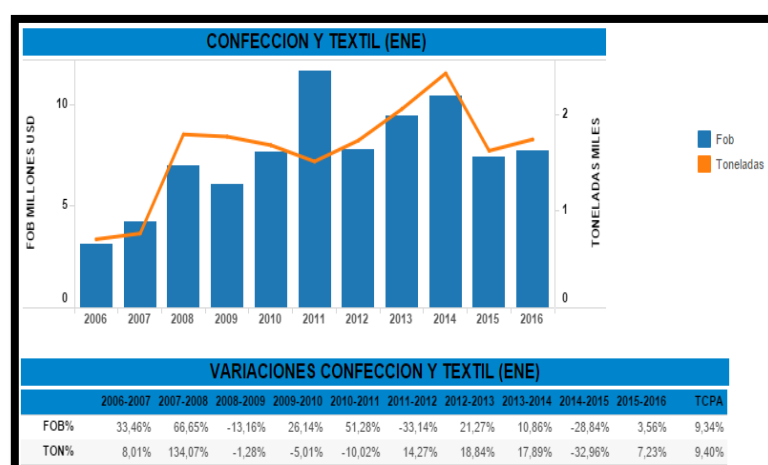
El subsector de textiles y confecciones ha presentado en los últimos 5 años una variación promedio anual en valor FOB del 10% y en toneladas de -10%, también. En el año 2014, éste grupo registró un valor de exportaciones por USD137 millones y 29 mil toneladas. (Pro Ecuador, 2016)

El subsector de cuero y calzado ha presentado en los últimos 5 años una variación promedio anual en valor FOB del 5% y en toneladas de 1%, también. En el año 2014, éste grupo registró un valor de exportaciones por USD 53 millones y 13 mil toneladas.

Datos de Interés

- ✓ Los insumos textiles, tales como: hilos y telas, son muy apreciados en mercados naturales como Colombia, Perú y Venezuela.
- ✓ La industria textil, cuenta con importante producción para el hogar, hoteles y restaurant, tales como: sábanas, cobertores, edredones, cortinas, mantelería, alfombras; producidos tanto con tecnología de punta, así como de forma artesanal.
- ✓ Existe una importante producción de confecciones elaboradas con fibras naturales, varias de estas trabajadas por grupos asociativos y otras con el apoyo de diseñadores de alta moda especializados.
- ✓ El sector textil y de la confección ecuatoriana está a la vanguardia de las tendencias internacionales, tanto en moda como en la responsabilidad social por cuidar el medio ambiente.

Gráfico 8: Evolución de la exportaciones textiles



Fuente: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/estadisticas-por-sector/>
 Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.4 Análisis de mercado de España

4.5.4.1 Ubicación geográfica

Para todos aquellos que no residan en España les hacemos un pequeño resumen de la localización de Madrid en la Península Extraído de <http://www.queverenmadrid.es/localizacion.html>.

Localización Geográfica: Madrid se encuentra casi en el centro geográfico de la Península Ibérica, a una latitud de 40° 25' Norte, y una longitud de 3° 42' Oeste.

Altitud: Se levantó sobre una serie de pequeños montes y en torno al río Manzanares. La altitud media de la ciudad es 654 metros sobre el nivel del mar.

Temperatura: La temperatura media anual, en la sombra, es de 13°C. En las estaciones más frías, las temperaturas mínimas suelen caer por debajo de los 0°C, aunque en la ciudad en sí rara vez nieva. Durante los meses de verano la temperatura puede llegar fácilmente a los 40°C.

Extensión: Madrid capital abarca, aproximadamente, un área de 607 km², mientras que la Comunidad de Madrid ocupa casi 8.000 km².

4.5.4.2 Economía

España es la economía número 13 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2015 fue de 1.072.183 millones de euros, un 99,20% del PIB y su deuda per cápita de 23.045 € euros por habitante. (Datosmacro, 2016)

La última tasa de variación anual del IPC publicada en España es de julio de 2016 y fue del 0,6%. Hay algunas variables que pueden ayudarle a conocer algo más si va a viajar a España o simplemente quiere saber sobre más el nivel de vida de sus habitantes.

El PIB per cápita es un muy buen indicador de la calidad de vida y en el caso de España, en 2015, fue de 23.300€ euros, por lo que se encuentra en el puesto 32 de 196 países.

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH de España, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país, fue de 0,876 puntos en 2014, con lo que se situó en el puesto 26 de la tabla de 187 países que publicamos.

Si la razón para visitar España son negocios, es útil saber se encuentra en el 33º puesto del Doing Business de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en España ha sido de 58 puntos, con el que se colocó en el puesto 36 de los 167 publicados en este ranking, en el que los países en los que hay menor percepción de corrupción ocupan los primeros puestos.

4.5.4.3 Población

España, con una población de 46.524.943 personas, se encuentra en la 29ª posición de la tabla de población, compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población, 92 habitantes por Km². (Instituto Nacional de Estadística de España Censos y cifras oficiales de población, 2011)

4.5.4.4 Moneda

El Euro como en la mayoría de los países de la Unión Europea, es el tipo de cambio con relación al dólar es: 0,8940 (31/08/2016) euros por dólar de Estados Unidos. (Instituto Nacional de Estadística de España Censos y cifras oficiales de población, 2011)

4.5.4.5 Idioma

Es el español o castellano el idioma oficial de todo el país, sin embargo, coexisten en algunas zonas otras lenguas: el catalán en Cataluña, el gallego en Galicia, el euskera en el País Vasco, el Madridno en la comunidad Madridna. (Instituto Nacional de Estadística de España Censos y cifras oficiales de población, 2011)

4.5.5 Perfil del mercado de Madrid

Madrid cerró 2015 con una población de 6.464.078 personas, lo que supone un incremento de 27.082 habitantes respecto a 2014, en el que la población fue de 6.436.996 personas. (Datosmacro, 2016)

Madrid es la 3ª Comunidad Autónoma de España en cuanto a población se refiere.

La población femenina es mayoritaria, con 3.366.473 mujeres, lo que supone el 52.07% del total, frente a los 3.097.605 hombres que son el 47.92%.

Madrid es una comunidad autónoma con una altísima densidad de población, con 805 habitantes por Km², está en el puesto 17 de las CC.AA. en cuanto a densidad.

4.5.5.1 Actividad económica

La dinamización de la economía madrileña en 2014 se sostiene sobre los servicios. Sin lugar a dudas, las ramas de servicios están estimulando el crecimiento económico de nuestra región, con un ritmo de avance en 2014 del 2,2% y que ha experimentado una progresiva aceleración a lo largo del año que se ha traducido en una tasa del 2,8% en el cuarto trimestre. (Dirección General de Economía y Política Financiera., 2015)

Gráfico 9: Crecimiento sectorial de la Comunidad de Madrid

CONTABILIDAD TRIMESTRAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID. BASE 2008 (Índices de volumen, datos corregidos de estacionalidad y calendario)										
Tasas de variación intertrimestral (%)										
	2013	2014	2013				2014			
			I T	II T	III T	IV T	I T	II T	III T	IV T
Agricultura	-4,0	-1,0	1,4	-3,8	-2,5	0,7	1,7	-1,6	0,0	0,8
Industria	-3,3	-1,3	-1,0	-0,5	-0,9	0,7	-0,8	-0,7	0,2	-0,1
Construcción	-2,8	0,1	-1,0	-0,5	0,1	-0,4	0,1	0,2	0,5	0,2
Servicios	-0,3	2,2	-0,2	0,2	0,3	0,6	0,4	0,8	0,5	1,0
VAB	-0,8	1,7	-0,3	0,1	0,2	0,5	0,3	0,6	0,5	0,8
PIB	-0,7	1,7	-0,3	0,1	0,2	0,5	0,3	0,6	0,5	0,8
Gasto en consumo final	-2,2	0,7	-0,7	-0,5	-0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,4
- de los hogares	-1,5	1,2	-0,5	-0,4	0,2	0,4	0,3	0,4	0,2	0,5
- de las AAPP e ISFLSH	-3,9	-0,6	-1,2	-0,7	-1,7	-0,1	0,2	0,2	0,4	0,1
Formación Bruta de Capital	-4,2	1,7	-0,9	-0,7	-0,6	0,7	0,1	1,2	0,9	0,9
- Inversión en vivienda	-6,0	-1,6	-1,8	-1,6	-1,4	-0,1	-0,7	-0,1	0,4	0,2
- Resto de inversión	-3,9	2,3	-0,7	-0,6	-0,5	0,8	0,2	1,5	1,0	1,0
Demanda regional	-2,6	0,9	-0,7	-0,5	-0,4	0,4	0,2	0,5	0,4	0,5
Demanda externa ⁽¹⁾	1,6	0,9	0,3	0,5	0,5	0,2	0,1	0,2	0,2	0,4
PIB	-0,7	1,7	-0,3	0,1	0,2	0,5	0,3	0,6	0,5	0,8
Tasas de variación interanual (%)										
	2013	2014	2013				2014			
			I T	II T	III T	IV T	I T	II T	III T	IV T
Agricultura	-4,0	-1,0	-3,7	-3,9	-4,0	-4,2	-3,9	-1,7	0,8	0,9
Industria	-3,3	-1,3	-4,7	-3,3	-3,2	-1,7	-1,5	-1,7	-0,6	-1,3
Construcción	-2,8	0,1	-3,6	-3,1	-2,6	-1,8	-0,7	-0,1	0,3	1,0
Servicios	-0,3	2,2	-1,0	-0,8	-0,2	0,9	1,5	2,1	2,4	2,8
VAB	-0,8	1,7	-1,6	-1,2	-0,7	0,4	1,0	1,6	2,0	2,3
PIB	-0,7	1,7	-1,4	-1,1	-0,6	0,4	1,0	1,6	2,0	2,3
Gasto en consumo final	-2,2	0,7	-2,8	-2,5	-2,2	-1,2	-0,2	0,6	1,2	1,3
- de los hogares	-1,5	1,2	-2,3	-2,0	-1,6	-0,3	0,6	1,4	1,3	1,5
- de las AAPP e ISFLSH	-3,9	-0,6	-4,1	-3,8	-4,0	-3,6	-2,3	-1,4	0,6	0,9
Formación Bruta de Capital	-4,2	1,7	-5,8	-5,2	-4,4	-1,5	-0,6	1,4	2,9	3,1
- Inversión en vivienda	-6,0	-1,6	-7,5	-6,1	-5,6	-4,7	-3,7	-2,2	-0,5	-0,1
- Resto de inversión	-3,9	2,3	-5,4	-5,0	-4,2	-0,9	0,0	2,0	3,5	3,7
Demanda regional	-2,6	0,9	-3,5	-3,1	-2,7	-1,3	-0,3	0,8	1,5	1,7
Demanda externa ⁽¹⁾	1,6	0,9	1,7	1,6	1,8	1,5	1,3	0,9	0,6	0,8
PIB	-0,7	1,7	-1,4	-1,1	-0,6	0,4	1,0	1,6	2,0	2,3

Fuente: Situación Económica de la Comunidad de Madrid, pág. 8-9

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

La construcción, por su parte, parece alejarse cada vez más de la recesión: el avance del segundo semestre de 2014 ha posibilitado un crecimiento del 0,1% en el conjunto del año, dejando atrás un ajuste que se ha prolongado a lo largo de cinco años.

4.5.5.2 Hábitos de compra

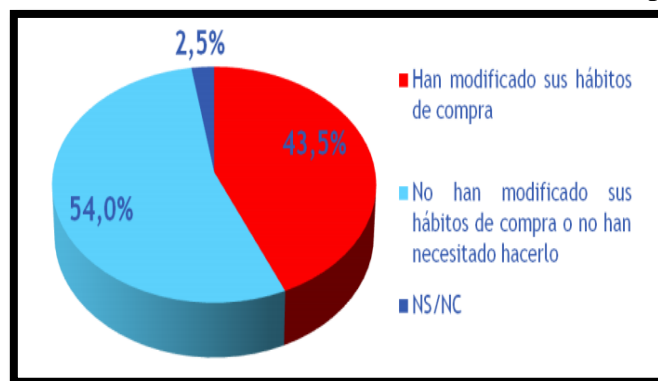
Con carácter general el canal de compra más utilizado por los madrileños son:

- ✓ 70% en productos cotidianos (alimentación, bebidas, productos limpieza, etc.)
- ✓ 72% en productos ocasionales (ropa, calzado, libros, música, juguetes, etc.)

No obstante, con carácter general, 1 de cada 3 madrileños sigue realizando sus compras en el pequeño comercio (29%) y ambos porcentajes se incrementan en domingos y festivos. Desde la entrada en vigor de la Ley 2/2012, se produce:

- ✓ Modificación de los hábitos compra
- ✓ Cambio en el perfil medio de los compradores

Gráfico 10: Modificación de los hábitos de compras



Fuente: Estudio sobre los hábitos de consumo en Madrid.

Alrededor de 2.8 millones de madrileños habrían modificado sus hábitos de compra tras la aprobación de la Ley de Dinamización Comercial.

4.4.5.3 Perfil de consumidor

En Madrid, el tiempo varía claramente según las distintas estaciones, y esto también influye sobre la forma de vestir de la gente. Extraído de <http://www.madrid-tourist-guide.com/es/compras/codigo-vestimenta-madrid.html>

En invierno los madrileños usan abrigos de pieles. Se trata principalmente de los ciudadanos mayores, pero hacia donde se mire se verá pieles. Una vez más, todos son muy elegantes y, además, a los españoles les encanta usar bufandas.

Según el estilo que deseen conseguir, verás que usan bufandas sobre los hombros, atados en el cabello, alrededor del cuello y alrededor de la cintura.

4.5.6 Segmentos del mercado

El proyecto destina como segmentación por nivel económico medio de mercado destinando las bufandas a las tiendas conocidas como: Punto Roma, Hermés, Ms Mode, Meigallo, Parfois en donde se puede adquirir bufandas de diferente calidad y precio, para clientes hombres y mujeres de 20 a 50 años.

4.5.6.1 Criterios de segmentación del mercado

En los criterios de segmentación del mercado tomados en cuenta desde la perspectiva de las tiendas que serán encargados de la distribución de las bufandas, el proyecto considera los siguientes:

Cuadro 5: Criterios de segmentación de mercado

Demográficas	Edad	20 a 50 años
	Sexo	Masculino Femenino
	Ocupación	Empleadas Independiente Ama de casa Estudiantes Otros
Socioeconómicas	Nivel socioeconómico	Medio
	Nivel de educación	Todas
	Geografía	A nivel de toda la ciudad de Madrid
Estilo de vida	Personas que les gusta vestirse relajado	
Beneficios buscados	Precautelar la salud Buen gusto Lucir muy bien	

Fuente: tourist guide madrid

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.7 Presentación del producto en el mercado

Las bufandas serán exhibidas en maniqués y estanterías de las diferentes tiendas que comercializan estos tipos de accesorios.

4.5.7.1 Formas de consumo del producto

En el momento de escoger una bufanda de moda, los primeros elementos que hay que pensar a la hora de seleccionarlas es en que estación estamos, el uso indicado es el invierno, donde el clima es bastante fresco y a veces con temperaturas muy bajas, momento ideal para aprovecharlo y usar piezas que nos dejarán disfrutar del invierno con estilo y elegancia. (Megalindas, 2016)

Casual.- Sin importar en la estación del año, las bufandas de moda anudadas al cuello implican un detalle en la imagen que se quiere mostrar y haciendo lucir inolvidable.

Únicas.- Con el uso cualquier bufanda, sea larga, corta, estampadas, a rayas o en colores variados y sólidos. Se tiene diferentes opciones para escoger o combinar de acuerdo al gusto.

Variadas.- En los casos de elegir una bufanda para abrigarse mejor, hay bufandas gruesas y de lana que permiten calentarte el cuello y parte del pecho, en la época más de lluvia y con temperaturas más bajas, predominan los diseños en estampados que pudieran estar opuestos al atuendo.

4.4.7.2 Productos sustitutos y complementarios

Por sus características y materiales se convierten en prendas únicas que difícilmente pueden ser reemplazadas, eso le hace más atractivo el uso de las bufandas tanto por hombres y mujeres independientemente del clima.

4.5.7.3 Exportaciones ecuatorianas a España

Cuadro 6: Exportación de confecciones y textiles

CONFECCION Y TEXTIL MILES USD FOB (ENE-DIC)						
PAÍS	2013		2014		2015	
	FOB	TON	FOB	TON	FOB	TON
CHILE	5.145	620	3.988	453	3.983	527
VENEZUELA	9.477	1.456	6.134	976	3.338	523
ESPAÑA	3.456	1.032	2.432	621	3.233	1.116
AGUAS INTERNACIONALES..	4.334	1.157	5.228	1.815	2.637	1.191
BOLIVIA	2.428	322	2.275	288	2.233	281
ALEMANIA	2.836	102	3.220	104	2.200	49
ITALIA	694	19	1.319	26	2.149	27

Fuente: Pro Ecuador. Estadísticas de Evolución de Exportaciones por Sectores

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca.

Cuadro 7: Variaciones de las exportaciones de confecciones y textiles

VARIACIONES CONFECCION Y TEXTIL (ENE-DIC)						
PAÍS	2013-2014		2014-2015		PART. 2015	
	FOB%	TON%	FOB%	TON%	FOB%	TON%
PERÚ	-15,65%	-33,16%	-32,27%	-7,69%	4,05%	2,99%
BRASIL	17,88%	25,54%	-58,53%	-47,80%	3,81%	4,30%
CHILE	-22,49%	-26,93%	-0,13%	16,18%	3,77%	2,17%
VENEZUELA	-35,28%	-32,99%	-45,58%	-46,36%	3,16%	2,16%
ESPAÑA	-29,63%	-39,79%	32,91%	79,66%	3,06%	4,60%
AGUAS INTERNACIONALES..	20,62%	56,90%	-49,56%	-34,42%	2,50%	4,91%
BOLIVIA	-6,27%	-10,51%	-1,85%	-2,50%	2,12%	1,16%
ALEMANIA	13,54%	1,64%	-31,67%	-52,88%	2,08%	0,20%
ITALIA	90,16%	39,07%	62,95%	2,85%	2,04%	0,11%

Fuente: Pro Ecuador. Estadísticas de Evolución de Exportaciones por Sectores
Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.7.4 Importaciones ecuatorianas desde España

El siguiente cuadro muestra los principales productos del 2009 – 2013 y enero del 2014, señalados a nivel de 10 dígitos, que el Ecuador importa de España, el mismo que presenta la siguiente información:

Cuadro 8: Productos importados por Ecuador desde España

PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS POR ECUADOR DESDE ESPAÑA									
Miles USD FOB									
Subpartida	Descripción	2009	2010	2011	2012	2013	2014 Enero	TCPA	Participación % 2013
2707.50.10.00	NAFTA DISOLVENTE	47	-	-	257,778	332,454	28,853	816.82%	48.56%
3004.90.29.00	LOS DEMÁS MEDICAMENTOS PARA USO HUMANO PARA USOS TERAPÉUTICOS O PROFILÁCTICOS, DOSIFICADOS O ACONDICIONADOS PARA LA VENTA AL POR MENOR.	3,486	8,090	16,907	17,234	9,492	1,055	28.45%	1.39%
8526.91.00.00	APARATOS DE RADIONAVEGACIÓN	1,990	4,568	9,261	7,909	9,447	969	47.62%	1.38%
3105.90.90.00	LOS DEMÁS ABONOS MINERALES O QUÍMICOS	4,047	5,287	6,106	7,073	7,505	897	16.69%	1.10%
4901.99.90.00	LAS DEMÁS IMPRESIONES NO CONTEMPLADOS EN OTRAS PARTIDAS	7,658	7,508	7,384	5,723	7,392	450	-0.88%	1.08%
8309.90.00.00	LOS DEMÁS TAPONES Y TAPAS, Y DEMÁS ACCESORIOS PARA ENVASES, DE METAL COMÚN	3,982	4,436	5,149	6,543	6,578	594	13.37%	0.96%
3207.10.00.00	PIGMENTOS, OPACIFICANTES Y COLORES PREPARADOS Y PREPARACIONES SIMILARES	3,679	4,380	5,940	5,211	6,455	772	15.09%	0.94%
8502.39.90.00	LOS DEMÁS GRUPOS ELECTROGENOS NCOP	-	26	-	98	6,377	-	-	0.93%
6908.90.00.00	LAS DEMÁS PLACAS Y BALDOSAS DE CERÁMICA, BARNIZADAS O ESMALTADAS	3,584	3,864	4,979	5,093	5,448	263	11.04%	0.80%
1901.10.10.00	FÓRMULAS LÁCTEAS PARA NIÑOS DE HASTA 12 MESES DE EDAD	2,248	2,501	4,105	4,235	4,936	216	21.72%	0.72%
8402.20.00.00	CALDERAS DENOMINADAS «DE AGUA SOBRECALENTADA»	5	2	-	-	4,718	-	457.27%	0.69%
8544.60.90.00	LOS DEMÁS CONDUCTORES ELÉCTRICOS PARA UNA TENSIÓN SUPERIOR A 1.000 V, NCOP	1	1	-	1	3,913	-	775.18%	0.57%
2106.90.99.00	LAS DEMÁS FÓRMULAS NO LÁCTEAS PARA NIÑOS DE HASTA 12 MESES, NCOP	-	-	-	-	3,856	55	-	0.56%
8526.10.00.00	APARATOS DE RADAR	-	1	69	9,968	3,506	56	-	0.51%
2933.29.00.00	LOS DEMÁS COMPUESTOS HETEROCÍCLICOS CON HETEROÁTOMO(S)	1,260	11,767	10,394	1,621	3,237	197	26.59%	0.47%
	Demás productos	125,365	200,700	257,001	244,976	269,315	29,505	21.07%	39.34%
	Todos los productos	157,353	253,133	327,295	573,462	684,628	63,882	44.43%	100.00%

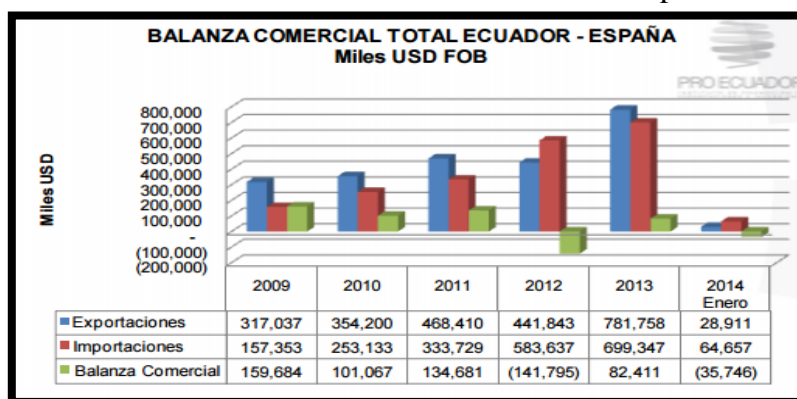
Fuente: Pro Ecuador. Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones
Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.7.5 Balanza comercial

El Ecuador ha exportado 500 subpartidas (10 dígitos) hacia España en el año 2013, entre los principales productos tenemos aceites crudos de petróleo con una participación del 36.87%, seguido por atún en conserva con 18.76%. En la mayoría de los años se presenta superávit, excepto en el 2012 y en enero del 2014. El mayor superávit se registra en el

2009 con USD 159,684 miles y en el 2013 fue de USD 82,411 miles. (Pro-Ecuador, Inteligencia Comercial e Inversiones, 2013)

Gráfico 11: Balanza comercial Ecuador-España



Fuente: Pro Ecuador. Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

4.5.7.6 Preferencias arancelarias

Los aranceles que representa en el cuadro corresponden a los promedios ad valorem que España a los principales productos de la oferta exportable ecuatoriana.

Cuadro 9: Preferencia arancelarias

ARANCEL COBRADO POR ESPAÑA A LOS PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR		
Subpartida	Descripción	Arancel
0303.42	Atunes de aleta amarilla congelado	0.00%
0306.17	Camarón y langostinos congelados	3.60%
0603.11	Rosas	0.00%
0306.16	Camarones, langostinos demás decápodos de agua fría congelado.	0.00%
0306.17	Langostinos enteros congelados.	0.00%
0803.90	Banano fresco	17.73%
0304.87	Filete de atún congelado	0.00%
1604.14	Atunes, listados y bonitos en conserva	0.00%
1604.20	Demás preparaciones y conservas de pescado	0.00%
1801.20	Cacao en grano	0.00%

Fuente: PROECUADOR, Perfil de Reino de España 2014

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.7.7 Análisis y proyección de la demanda

A partir de esta investigación se calculó las proyecciones de las bufandas, aplicando la fórmula con la tasa de crecimiento poblacional que es el -0,21% de España como país de destino para las bufandas de lana, por lo tanto la demanda de las bufandas en la ciudad de Madrid-España será: Población de la ciudad de Madrid-España es de 6'464 078. Para calcular tomamos en cuenta el 40% de la población de Madrid quiénes corresponden a los consumidores de bufandas obteniendo un resultado de 2'585 631 habitantes que para la demanda del primer año, mientras que estableciendo la proyección con tasa de crecimiento poblacional de España -0,21% nos da un resultado de 2'580 201 consumidores que corresponde a la demanda de bufandas de lana para el año 2016 a las que el proyecto pretende llegar, en la siguiente tabla refleja los cálculos:

$$P_n = P_o(1 + i)^n$$

Dónde:

P_n= Población en el año n

P_o= Población en el año inicial

1= Constante

i= Tasa de crecimiento poblacional (-0.21%)

n= Número de años

Cálculos

$$P_n = 2'585\ 631(1 + (-0,0021)^1)$$

$$P_n = 2'585\ 631(0,9979)^1$$

$$P_n = 2'580\ 201$$

Cuadro 10: Demanda histórica de bufandas

AÑOS	Exportación (Toneladas)	Demanda Anual (Unidades)
2011	20,29	67109
2012	18,22	60263
2013	19,13	63272
2004	32,53	107593
2015	36,49	120691
2016	26,32	87053

Fuente: Portal del Banco Central del Ecuador www.portal.bce.fin.ec

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 11: Proyección de la demanda de bufandas

Año	Demanda Unidades	Demanda Toneladas
2017	116863	35,33
2018	126158	38,14
2019	135453	40,95
2020	144748	43,76
2021	154043	46,57

Fuente: Portal del Banco Central del Ecuador www.portal.bce.fin.ec

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.7.8 Análisis y proyección de la oferta

Para determinar la producción de bufandas se utilizó información del portal del Banco Central del Ecuador que se refiere a bufandas, además se determinó que por cada libra de lana se pueden producir 1,5 bufandas que equivale a 302,34 gramos de lana de oveja por unidad producida, es decir 3307,5 bufandas por tonelada.

El número de artesanos de la parroquia Cacha son 7 y su producción promedio de bufandas son 20 por mes.

Cuadro 12: Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA/UNID	OFERTA/GM	OFERTA/TM
2017	1680	507931.20	0.51
2018	1722	520629.48	0.52
2019	1765	533645.22	0.53
2020	1809	546986.35	0.55
2021	1854	560661.01	0.56

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.7.9 Análisis comparativo de oferta-demanda

Con respecto a la diferencia de la oferta y la demanda obtenemos la demanda insatisfecha, considerado para el proyecto el 25% y la diferencia corresponderá a la oferta existente o a la competencia.

Cuadro 13: Proyección de demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA INSATISFECHA CONSUMO BUFANDAS/gr	DEMANDA INSATISFECHA CONSUMO BUFANDAS/TM
2017	116863	1680	115183.00	34824428.22	34.82
2018	126158	1722	124436.00	37621980.24	37.62
2019	135453	1765	133687.95	40419214.80	40.42
2020	144748	1809	142938.82	43216123.97	43.22
2021	154043	1854	152188.59	46012699.61	46.01

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Mediante estos cuadros podemos apreciar que la demanda insatisfecha que posee el mercado de Madrid-España es amplia con 46'524943 habitantes que estarán en capacidad de comprar 34.82 toneladas de bufandas en el primer año, por lo que los artesanos de Cacha está en capacidad de cubrir un porcentaje aproximado de 1,46 % que corresponde a 0.51 toneladas, para cubrir esta demanda insatisfecha sería oportuno formar una asociación que oferte de las bufandas de lana encaminadas a este mercado.

4.5.7.10 Análisis de los precios mercado nacional

El precio de las bufandas de lana en el mercado de nacional en el año 2016 bordea a un precio entre 8 dólares la unidad variando de acuerdo a la calidad y valor agregado del producto.

Cuadro 14: Precio del producto

DETALLE	VALOR MENSUAL	CANTIDAD PRODUCTO EN UNIDADES	VALOR UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL
Gastos indirectos de fabricación	200.00	140	1.43	200.00
Insumos	100.00	140	0.71	100.00
Materia prima por unidad	250.00	140	1.79	250.00
Mano de obra	300.00	140	2.14	300.00
TOTAL			6.07	850.00
Utilidad del 25%			0.15	
Precio PVP mercado Nacional			6.22	

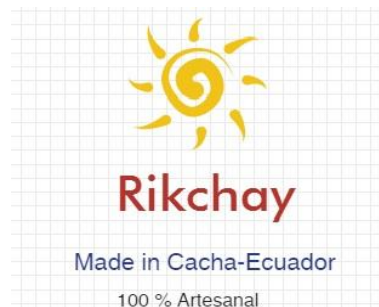
Fuente: Observación directa

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.8 Análisis de la comercialización

4.5.8.1 Logotipo de la empresa

Gráfico 12: Logotipo



Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.8.2 Etiquetas que llevarán los productos

En consecuencia en su aceptación y credibilidad por parte del consumidor. Por ende la etiqueta proporcionara información al consumidor sobre las características y propiedades del producto, considerando las siguientes características.

Innovador, por su forma, colores, tamaño, letras con el fin de atraer al cliente y superar la competencia.

Gráfico 13: Etiquetado



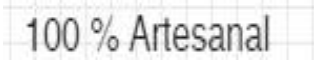


Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.8.3 Diseños que Intervienen en el Logotipo de la Empresa y en la Etiqueta del Producto

Cuadro 15: Diseño usados en el logotipo de la empresa y etiquetas de sus productos

Diseño	Significado
	Sol: Representa la deidad, identidad de los pueblos andinos Color: amarillo
	Color: Rojo Tipo de letra: Cambria Significado: En español significa IMAGEN Tamaño de letra: 20pts
	Made in Cacha-Ecuador: Especifica la parroquia en donde se elaboran las bufandas Tipo de letra: Calibri Tamaño de Letra: 20 pts. Color: Azul Significado: Define que es un producto ecuatoriano
	100% Artesanal: Producto hecho artesanalmente. Tipo de letra: Calibri Tamaño de Letra: 20 pts. Color: negro Significado: Producto

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.9 Estrategias de MARKETING MIX

Las estrategias de marketing de los artesanos de la parroquia Cacha para la exportación de las bufandas de lana será dirigido al mercado objetivo de acuerdo a la cantidad del producto que posee la empresa mediante alianzas estratégicas con los productores de la comunidad e entidades estatales y privadas que promocionan productos no tradicionales a precios accesibles para el cliente, en el tiempo que sea necesario y en el lugar convenido.

4.5.9.1 Presentación del producto

Las estrategias de producto que se considera en el proyecto son:

- ✓ En cuanto a la presentación del producto será mediante la selección y control de calidad que cumpla con los normas de calidad que genere satisfacción al cliente y tenga ventaja competitiva en el mercado.
- ✓ Incrementar paulatinamente el nivel de producción para complementar la demanda insatisfecha.
- ✓ Desarrollar el envase y el empaque considerando cuatro aspectos básicos: protección, promoción tamaño y forma en las que debe presentar el producto al cliente.

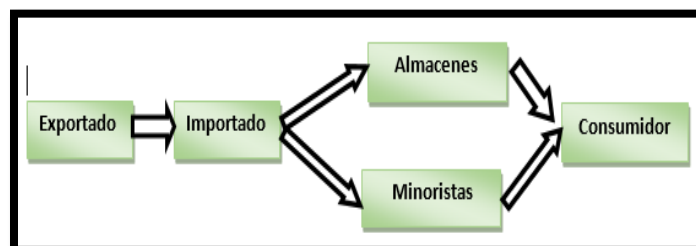
4.5.9.2 Precio del producto

Las estrategias de precios de la bufanda de lana para el presente proyecto se toman en consideración de acuerdo a estudio de costos, como también se toma en cuentas el precio de los productos de la competencia si sobrepasarla.

4.5.9.3 Estrategias de plaza, canales de distribución

El canal de distribución considerado para el proyecto es de acuerdo al perfil PRO ECUADOR diseñado para mercados internacionales, realizado con el fin de que el producto llegue con mayor facilidad hacia los consumidores y así poder satisfacer al cliente, por consiguiente se sugiere el siguiente canal de distribución:

Gráfico 14: Canales de distribución



Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

De acuerdo al gráfico, la cadena de distribución es largo por ser un mercado internacional, inicia con la salida del producto de los artesanos de Cacha el producto es recibido por el importador Español en Madrid y él se encarga de realizar la distribución a los puntos de venta como en los principales supermercados de mayor concurrencia de los consumidores como también se encarga de distribuir a tiendas minoristas y finalmente llega al consumidor final, se ha considerado este canal porque generalmente en una exportación para cualquier parte del mundo interviene un importador que se encarga de distribuir dentro del país del destino.

4.5.9.4 Estrategias de promoción

Para ésta estrategia el proyecto considera medios de promoción y publicidad mediante un análisis de competidores en dar mayor valor agregado con la presentación del producto.

Promociones de productos mediante entrega de muestras gratuitas y descuentos y asistencia a ferias internacionales.

Para optimizar los costos de publicidad para la empresa se utilizara tecnologías de información y comunicación como sitios web y redes sociales.

4.5.10 Estrategias de comercialización de exportación

En cuanto a las estrategias de la comercialización para el proyecto de exportación de la bufanda de lana se ha tomado en cuenta las siguientes.

- ✓ Ferias internacionales
- ✓ Aprovechar los tratados comerciales que tenga el país con Unión Europea
- ✓ Dar mayor valor agregado al producto
- ✓ Cumplir con las normas y estándares de calidad
- ✓ Estableces alianzas estratégico deferentes entidades estales para dar a conocer el producto.
- ✓ Mantener en constante plan de mejora y actualización de información del mercado objetivo

- ✓ Considera el uso de las tecnologías de información y comunicación

Una vez que las bufandas cumpla con los requerimientos de calidad se procede a etiquetar, cuyo precio oscila entre 6,07 dólares en el lugar de la producción y en la planta de procesamiento tiene un precio Ex Works de 6,22 USD, mientras que para el mercado internacional con precio FOB corresponde a un precio 15 USD por unidad.

4.5.10.1 Envasado

Para la comercialización de las bufandas una vez cerrada la venta se entregará al cliente en una funda de papel, el mismo que tendrá el logo de la marca.

Gráfico 15: Empaquetado



Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.5.10.2 Empacado

Para el traslado y almacenamiento de las bufandas se utilizará cajas de cartón, en vista que el producto no requiere de mayores cuidados, y se puede apilar una caja sobre otra sin peligro que se pueda afectar a la calidad del producto.

Gráfico 16: Empacado



Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.6 ESTUDIO TÉCNICO

4.6.1 Objetivo del estudio técnico

Identificar y analizar los equipos, la maquinaria, las instalaciones necesarias para el proyecto, los procesos de producción, las diferentes opciones tecnológicas que se requieren para el proceso de producción de producción de las bufandas de lana.

4.6.1.1 Determinación del tamaño del proyecto

La empresa se constituye como un emprendimiento comunitaria distinguido en Madrid-Empresa creado con el fin elaborar y comercializar bufandas de lana de acuerdo a la demanda insatisfecha realizada en el estudio de mercado; para poner en marcha el proyecto no se considera la inversión en la adquisición de maquinarias y equipos que se necesita para el proceso de elaboración de bufandas de exportación.

4.6.1.2 Factores de viabilidad

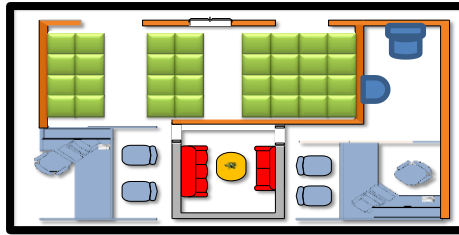
Se determina la viabilidad para el proyecto de acuerdo a la demanda insatisfecha de consumidores potenciales de Madrid-España, donde se requiere de 34,82 toneladas de bufandas de lana, por lo tanto la empresa se orientara para cubrir este requerimiento con la implantación de un centro de acopio en la parroquia Cacha con una distancia de 5 km ciudad de Riobamba que para arribar al mercado de la ciudad de Riobamba el viaje es aproximado es de 4h:00 minutos y al puerto de Guayaquil en donde no tendrá mayor impacto para agilizar las actividades.

4.6.1.3 Factores de optimización

Este proyecto se enfoca a la exportación de bufanda de lana para cubrir cantidad de la demanda insatisfecha establecida en el estudio de mercado haciendo que la producción sea equilibrada para minimizar la sobreoferta o la sobredemanda que pueda ocasionar tanto en el mercado como en la empresa.

4.6.1.4 Determinación del tamaño óptimo

Gráfico 17: Tamaño de la planta



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.6.2 Localización del proyecto

4.6.2.1 Macro localización

País: Ecuador

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Parroquia: Cacha

4.6.2.2 Micro localización

La empresa se localizará en la parroquia Cacha provincia de Chimborazo. La ubicación se hará en un lugar accesible para el libre flujo de automotores de carga pesada, las vías deben ser de primer orden y deben estar en buen estado, el sector tiene que disponer de todos los servicios básicos; los factores más importantes son:

- ✓ Distancia a fuentes de abastecimiento
- ✓ Disponibilidad de mano de obra
- ✓ Costo de transporte desde proveedores

4.6.3 Ingeniería del proyecto

4.6.3.1 Infraestructura física de la empresa

Cuadro 16: Dimensión de la planta física

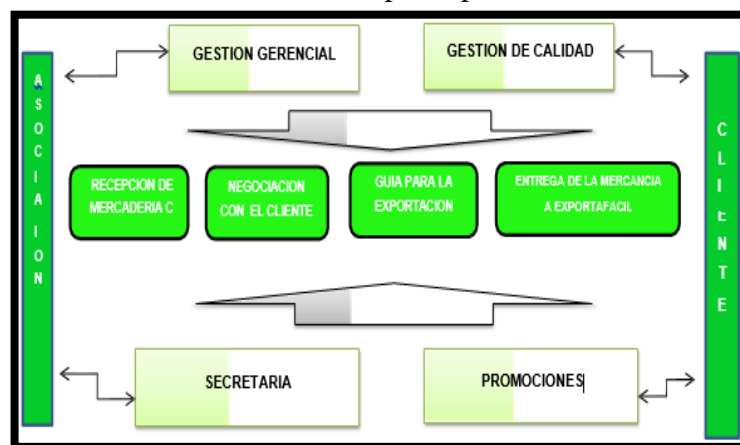
	ACTIVIDAD	REQUERIMIENTOS M*2
1	DEP: GERENCIA	4*3 m2
2	DEP: SECRETARIA	4*3 m2
3	SALA	4*3 m2
4	ALMACENAJE	4*5 m2
5	BAÑO	2*1.5 m2
	Total	18*15.5 m2 = 224 m2

Fuente: GADP Cacha

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.6.3.2 Esquema del proceso productivo

Gráfico 18: Mapa de procesos



Fuente: (Macias M, 2007)

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.6.3.3 Procedimientos de producción y exportación

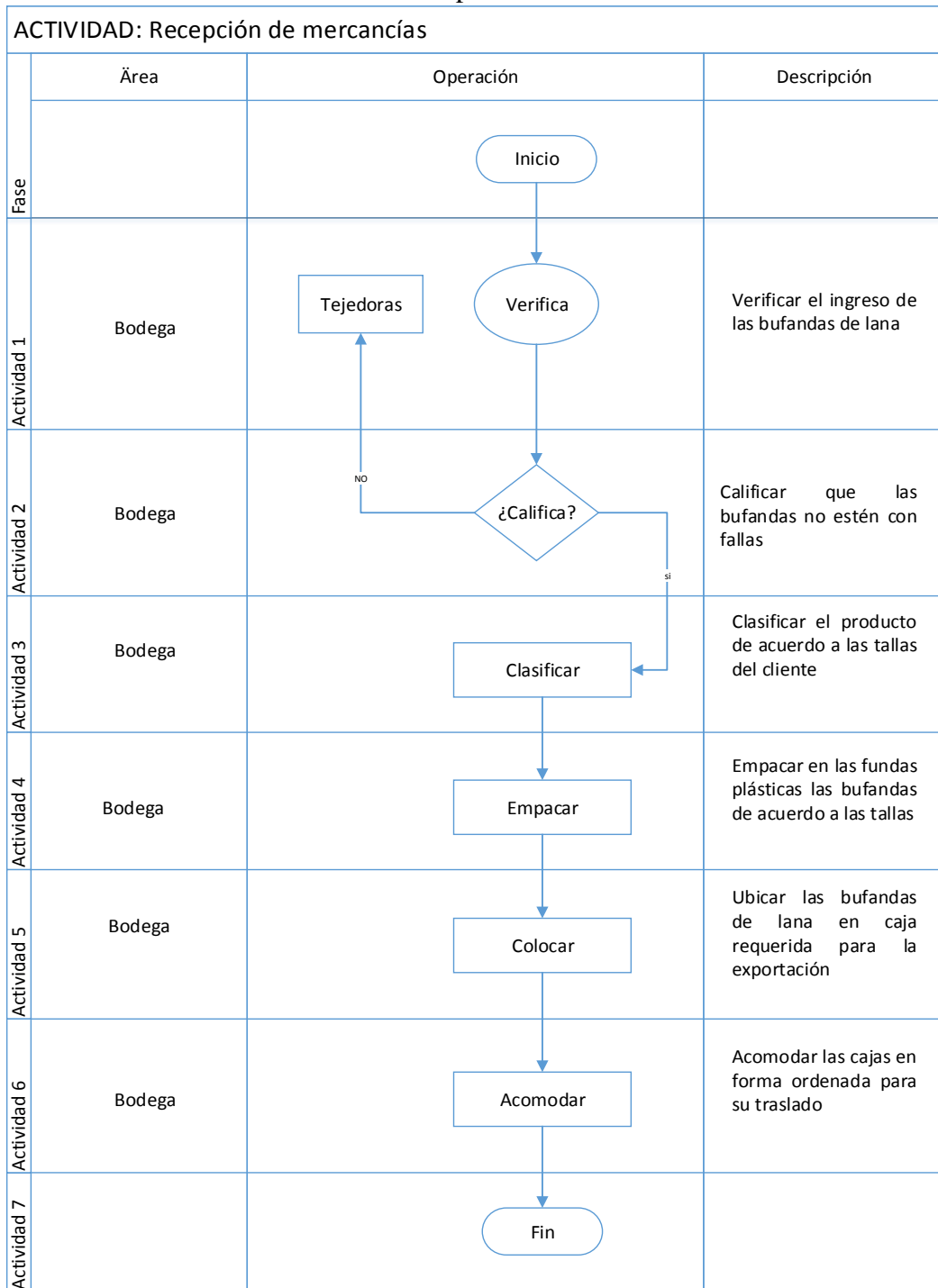
Gráfico 19: Simbología

Inicio/fin	
Operación	
Documentos	
Decisión	

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Recepción de mercancías

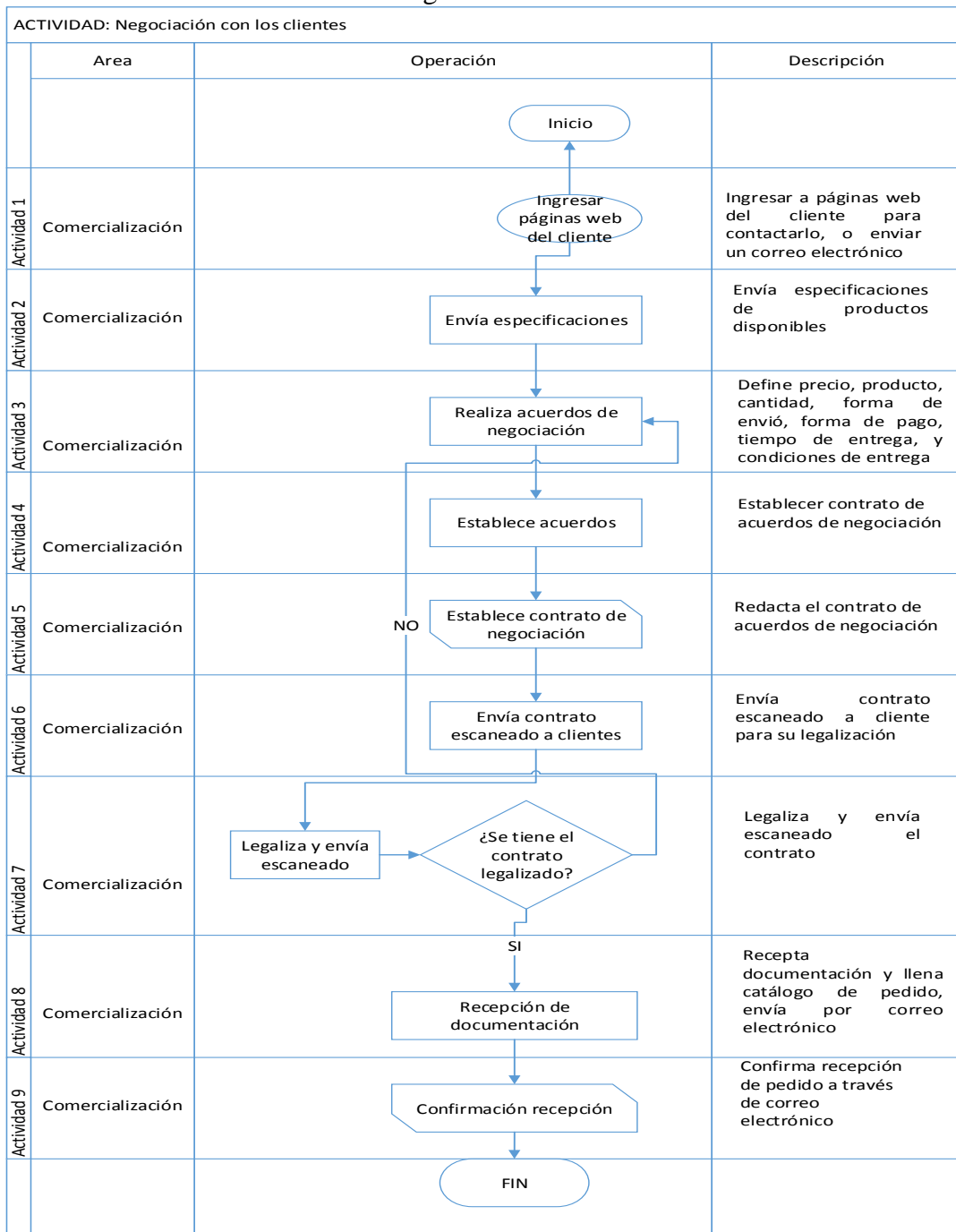
Gráfico 20: Recepción de mercancías



Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Negociación de clientes

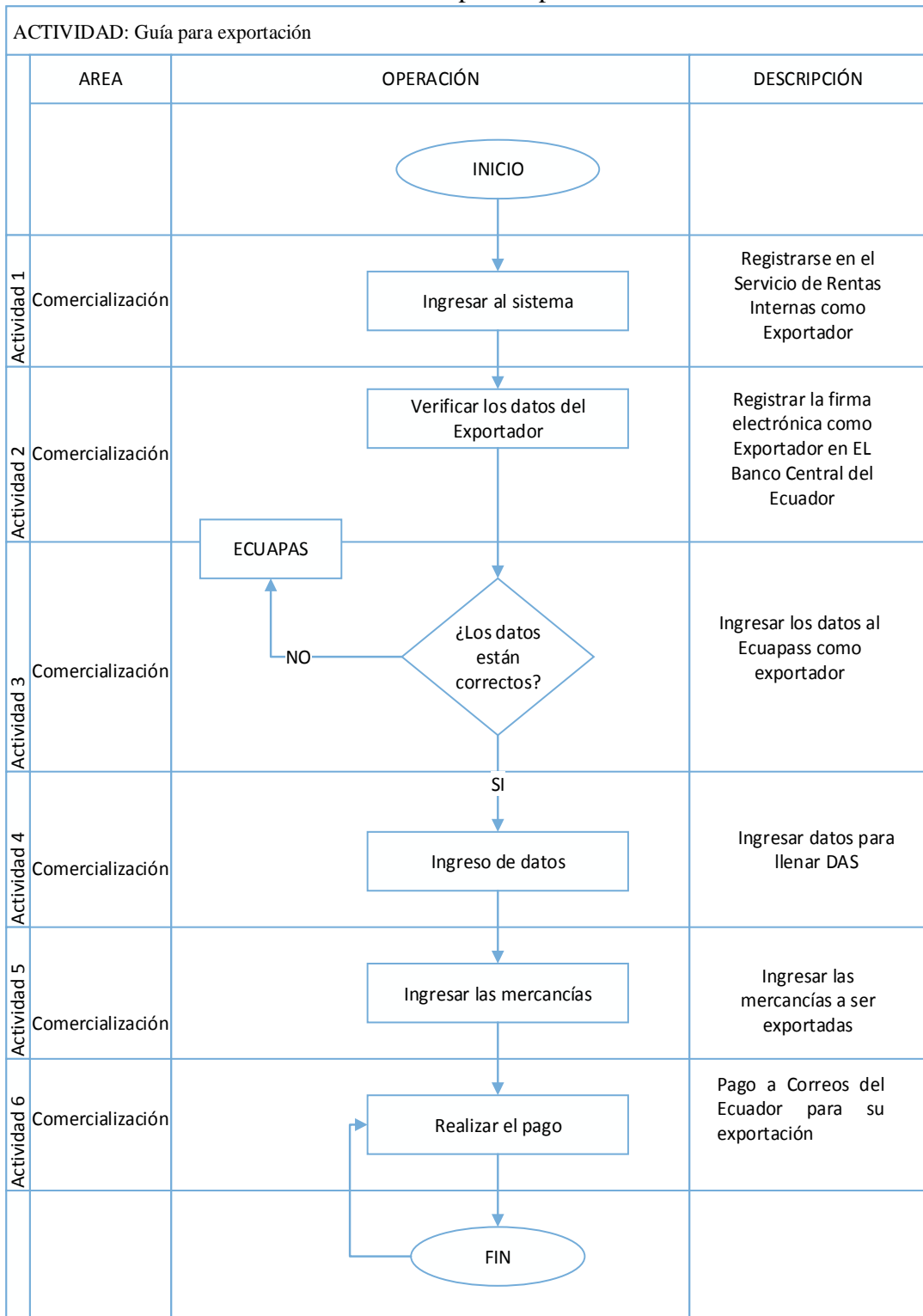
Gráfico 21: Negociación con los clientes



Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Guía para exportación

Gráfico 22: Guía para exportaciones



Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Gráfico 23: Registro en el sistema

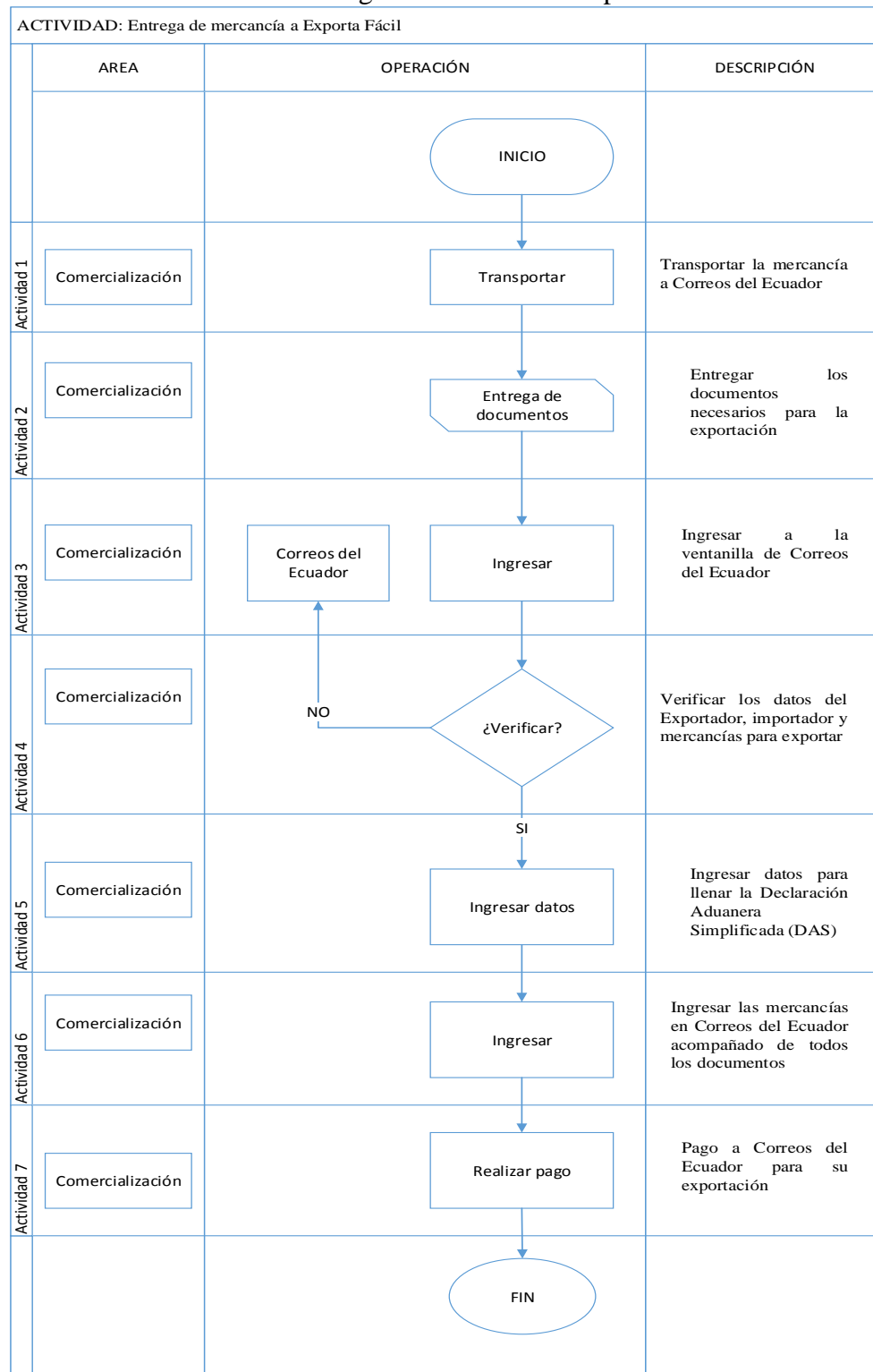
Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Gráfico 24: Obtención del certificado Das

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Entrega de mercancía a Exportación fácil

Gráfico 25: Entrega de mercancía a Exporta Fácil



Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Gráfico 26: Factura comercial

Factura Comercial de Exportación						
Datos del Exportador (Shipper/Exporter)			# de Factura (Commercial Invoice N°)			
			# de Orden	B/L AWD N°		
Consignatario (Consignee)			País de Origen			
			Fecha de Embarque			
Intermediario (Intermediate Consignee)			Términos de Pago (Terms of Payment)			
Embarcador (Forwarding Agent)			Referencias Exportación (Export References)			
			Puerto de Embarque (Port of Embarkation)			
			Referencia Línea (Exporting Carrier Route)			
Este documento describe la Venta y Términos de Pago. (This document describes the Sale and Terms of Payment.)						
Packs.	Cantidad (Quantity)	Peso Neto (Net WT.)	Peso Bruto (Gross WT.)	Descripción de Mercadería (Description of Merchandise)	Precio Unitario (Unit Price)	Precio Total (Total Value)
Marcas en Bultos (Package Marks)				Cargos Adicionales (Misc. Charges)		
				Total Factura (Invoice Total)		
Certificaciones (Certifications)						
Autorización (Authorization)						

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Gráfico 27: Declaración de origen

DECLARACIONES

SECO

Nuevo Certificado

Buscar certificados

Agregar certificados

Trasferencias

Movimientos

Trasferencias

Declaración Juramentada de Origen

Buscar CUDs

CERTIFICACIONES

(9) Evidencia certificada, estado pendiente para verificación y envío a Aduanas.

(1) Asignadas certificadas, estado asignado a Aduanas, pendientes de certificación.

(1) Retagadas certificadas que deben ser validadas por el usuario.

(1) Aprobadas certificadas, estado

Declaración Juramentada de Origen

Nota: Los campos de los recuadros rojos mandatorios deben ser obligatoriamente (*) con información

1. IDENTIFICACION DE EMPRESA *

1.1 Dirección planta de producción:

1.2 Información:

RUC: 1788223480001

Razon Social: Inversoras MAOS - (Prueba)

Email: ma3@nsmail.com

Teléfono: 2584255

Nota: Si los datos del cuadro superior no son correctos por favor modificarlos desde el SÍPCO

2. PRODUCTO *

3. UTILIZACIÓN MUESTRIEROS DE COMPETITIVIDAD ADUANERA

4. MATERIALES EXTRANJEROS (IMPORTADOS DIRECTAMENTE O ADQUIRIDOS EN EL MERCADO NACIONAL)

5. MATERIALES NACIONALES (ORIGINARIOS)

6. COSTOS Y VALOR EN FABRICA PRODUCTO TERMINADO

7. PROCESO DE PRODUCCIÓN

8. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL PRODUCTO

a los datos generados por la INE (Instituto Nacional de Estadística) de España en el año 2015, se ha realizado con estos datos porque a partir de ésta información permitirá producir de acuerdo al crecimiento poblacional en habitantes de nuestro mercado, para la cual se ha aplicado la siguiente fórmula:

$$Cn = Co(1 + i)^n$$

Dónde:

Cn= Producción en el año n

Co= Producción en el año inicial

1= Constante

i= Tasa de crecimiento poblacional mercado objetivo (-0.21%)

n= Número de años

Cálculos

$$Cn = 92150 (1 + (-)0.0021)^1$$

$$Cn = 92150(1.0021)^1$$

$$Cn = 92.675,26$$

4.6.3.5 Requerimientos

Requerimiento de materia prima

La materia prima que se necesita para elaborar las bufandas constituye el primer elemento del costo para la producción del proyecto.

Cuadro 17: Materia Prima

CANT	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
93.24	Libras de lana de borrego	3.30	3692.30
10	Litros de tintes	2.5	300.00
TOTAL			3992.30

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 18: Requerimientos de insumos

CANT	Rubro	Valor Unitario	Valor mensual	Valor Anual
200	Paquetes de Etiquetas que contiene (200 unidades)	1.20	240.00	2880.00
50	Cajas de cartón armable	0.50	25.00	300.00
20	Fundas para Envasado (paquetes de 100 unidades)	1.50	30.00	360.00
5	Caja de mascarillas	2.00	10.00	120.00
5	Cinta de Embalajes (rollos)	2.50	12.50	150.00
TOTAL			317.50	3810.00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 19: Requerimiento de activos fijos

CANT	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
1	Mesas de reuniones	Altura estándar de la mesa: 850 mm, fondo estándar de las mesa 400, mm, ancho estándar de la mesa: de 500 a 2800 mm en incrementos de 100 mm, equipadas con 6 patas hechas con tornillo, material acero inoxidable
2	Archivadores	Archivadores metálicos de tres gavetas con capacidad de 2 filas de carpetas A4 o carta americana de frente
2	Sillas giratorias	Sistema basculante con bloqueo y regulador de presión, Silla regulable en altura, Diferentes colores y Tejido transpirable
6	Sillas de espera	Sillas de espera apilables para Clientes y productores
2	Escritorio Magistral	En MDF de 25mm de espesor. Sistema de agarre por exofix de fácil armado y desarme. Contiene: Cajonera rodante, biblioteca baja, archivo, carpetero, mesa de PC.

Fuente: Proformas

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 20: Requerimiento de suministros y útiles de oficina

CANT	RUBRO	CARACTERÍSTICAS
12	Lápices	Lápiz de papel marca BIC
12	Bolígrafos	Caja de bolígrafos BIC, de color azul y negro punta gruesa.
2	Factureros	Facturero
6	Carpetas	Carpeta de cartón diferente colores.
2	Folder	Folder marca Acrimet, plástica de anillos.
2	Grapadoras	Grapadora grande, metálica.
2	clips cajas	Caja de 100 unidades
3	Cintas Masqui	Plástico de 100 metros
2	Cuadernos Universitarios	Espiral de 100 hojas a cuadros, marca, norma
2	Estilete	Grande de metal
2	Resma de Papel	Papel bon, blanco de 500 unidades, formato A4
4	Marcadores	Marcadores de tiza liquida borrables y permanentes
3	Grapas	Grapas grandes

Fuente: Proformas

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.6.3.6 Requerimientos de talento humano

Cuadro 21: Requerimiento de personal

PERSONAL PERMANENTE	CANTIDAD REQUERIDA
Gerente	1
Contadora	1
Auxiliar de compras	1
Tejedores	7
TOTAL PERSONAL:	10

Fuente: Gad Cacha

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.6.3.7 Precio del producto nacional

La bufanda es un artículo muy conocido y utilizado en el mercado nacional variando su precio dependiendo del material del que esté confeccionado.

Cuadro 22: Precio ex Works o en fábrica

DETALLE	VALOR MENSUAL	CANTIDAD PRODUCTO EN UNIDADES	VALOR UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL
Gastos indirectos de fabricación	200.00	140	1.43	200.00
Insumos	100.00	140	0.71	100.00
Materia prima por unidad	250.00	140	1.79	250.00
Mano de obra	300.00	140	2.14	300.00
TOTAL			6.07	850.00
Utilidad del 25%			0.15	
Precio PVP mercado Nacional			6.22	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.6.3.8 Estudio del medio ambiente

Para evitar el pacto ambiental negativo se ha estimado desarrollar de manera sostenida la elaboración de bufandas de lana y su comercialización, es por eso que se considera ciertos aspectos claves para la elaboración de bufandas en la parroquia Cacha.

- ✓ Elaboración de planes de acción de manejo ambiental donde establezcan políticas, estrategias, metas y objetivos.
- ✓ Los tejedores se compromete al cuidado y conservación del entorno mediante práctica de procesamiento más limpia, cumpliendo con todas las normas y condiciones ambientales exigidos por el Estado y entregando al consumidor un producto limpio y de calidad.
- ✓ Llevar a cabo la limpieza de los equipos y maquinarias como también limpiará oportunamente los telares.
- ✓ Reducir desperdicios en el proceso de elaboración de bufandas.

Al cumplir estas consideraciones los artesanos tendrá una buena imagen en el mercado nacional e internacional y adquirirá certificaciones de calidad que acrediten la seguridad alimentaria responsable con el ambiente.

El proyecto también considera el impacto social para que la empresa aplique un modelo de responsabilidad social en cuatro ejes fundamentales:

Responsabilidad económica

- ✓ Incrementar inversionistas que apoyen a los tejedores de la parroquia Cacha.
- ✓ Reducir los costos de producción de bufandas utilizando eficientemente los recursos de la empresa
- ✓ Incrementar la productividad y aumentar la calidad del producto
- ✓ Aplicar principios de transparencia, honestidad y rentabilidad sustentable.

Responsabilidad comunitaria

- ✓ Aportar al desarrollo con la parroquia Cacha mediante una relación vinculante en la producción y comercialización de bufandas de lana como también en la planeación de programas de desarrollo.
- ✓ Eficiente relación comercial con el importador cumpliendo los tiempos y condiciones establecidas.

Responsabilidad laboral

- ✓ Mejorar la eficiencia de trabajo en equipo con todos los artesanos y colaboradores de la empresa.
- ✓ Vincular a los colaboradores en la toma de decisiones de trabajar y que sean capacitados
- ✓ Cumplir con las remuneraciones establecidas en el contrato

Responsabilidad legal

- ✓ Cumplir con el pago de impuestos de la empresa
- ✓ Cumplir con las disposiciones legales de entes vigentes

4.7 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Objetivo del estudio administrativo legal

- ✓ Establecer la organización técnica y administrativa de los artesanos de la parroquia Cacha mediante la determinación de talento humano idóneo para el buen desempeño en mercado.
- ✓ Determinar el proceso jurídico y logístico necesario para la exportación de la bufanda de lana al mercado de Madrid-España

Aspectos administrativos

Durante la operación, el proyecto de elaboración de bufandas considerará los aspectos administrativos para lograr mayor efectividad en el aprovechamiento de los recursos de la empresa cuyos elementos aspectos administrativos son:

Planeación. Consiste en diseñar una planificación pertinente estableciendo objetivos y metas como también un plan operativo.

Organización. Los artesanos de Cacha establecerán políticas para el ordenamiento de los recursos, asignación de funciones y determinación de actividades.

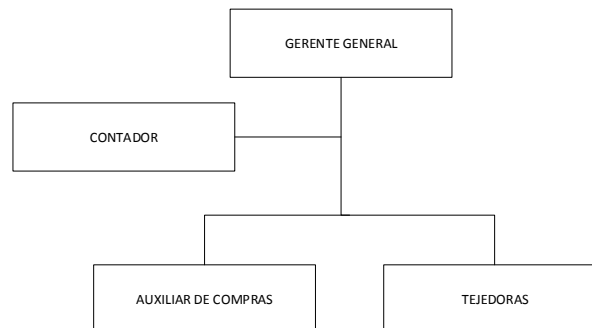
Dirección. Los colaboradores estarán ligado al buen liderazgo, motivación, comunicación, relación interpersonal entre socios, clientes e empleados.

Control. Consiste en inspeccionar, verificar los procesos y resultados principalmente en áreas producción y ventas de las bufandas.

Evaluación. De acuerdo a los resultados obtenidos el administrador del proyecto tomará decisiones y generará estrategias para seguir manteniendo en mercado y mejorando continuamente interna y externamente.

Organigrama de la empresa

Cuadro 23: Organigrama de la empresa



Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.7.1 Descripción de las funciones

Cargo: Gerente General

Identificación del puesto

- ✓ Unidad a la que pertenece: Gerencia
- ✓ Reporta: Presidente de la parroquia Cacha
- ✓ Supervisa: contador/a, controlador/a auxiliar
- ✓ Coordina con: contador/a, controlador/a auxiliar

Propósito del puesto:

Su labor se centra en la toma de decisiones y en la planeación empresarial, es el puesto en el cual se centra el mayor poder dentro de la organización, sus decisiones están centradas en lo que es inversión y en los contratos en los que representa a la empresa.

Reporta a: Ninguno

Atribuciones y responsabilidades:

- ✓ Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.

- ✓ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- ✓ A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- ✓ Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.

Perfil y requerimientos mínimos del puesto:

- ✓ Educación Formal: Administración de empresas o afines
- ✓ Conocimiento en: Marketing, Sistemas informáticos, producción.
- ✓ Experiencia mínima: 3 años
- ✓ Habilidades o competencias: trabajo en equipo.

Cargo: Contadora

Identificación del puesto

Unidad a la que pertenece: Gerencia general

Reporta: Gerente General

Supervisa: no aplica

Coordina con: Con el Gerente y Auxiliar de compras

Propósito del puesto:

Es la persona encargada de llevar la contabilidad de la empresa y de realizar los pagos a las personas que trabajan en la organización.

Reporta a: Gerente General

Atribuciones y responsabilidades:

- ✓ Llevar en un archivo todos los ingresos y salidas de dinero de la empresa.
- ✓ Coordinar la agenda del gerente general.

Perfil y requerimientos mínimos del puesto:

- ✓ **Educación Formal:** Auditoria y contabilidad
- ✓ **Conocimiento en:** sistemas informáticos y técnicas de gestión documentaria
- ✓ **Experiencia mínima:** 2 años
- ✓ **Habilidades o competencias:** orden para, organización vocación de servicio.

Cargo: Auxiliar de Compras

Identificación del puesto

Unidad a la que pertenece: gerencia general

Reporta: Gerente General

Supervisa: Tejedoras

Coordina con: Tejedores

Propósito del puesto:

El titular del puesto es responsable de dirigir, organizar y controlar un cuerpo o departamento de producción. Debe agrupar todas las cualidades de un verdadero líder, como son: la honestidad, ser catalizador, tomar decisiones y ejecutarlas

Reporta a: Gerente General

Atribuciones y responsabilidades:

- ✓ Revisar que los productos estén en perfectas condiciones

- ✓ En caso de no encontrarse un producto en buen estado no aceptar el producto.
- ✓ Es la responsable de que los productos se han enviados en la fecha acordada.
- ✓ Preparar planes y presupuestos de ventas, de modo que debe planificar sus acciones y las del departamento, tomando en cuenta los recursos necesarios y disponibles para llevar a cabo dichos planes.
- ✓ Establecer metas y objetivos en cuanto a ventas.

Perfil y requerimientos mínimos del puesto:

- ✓ **Educación Formal:** Bachillerato
- ✓ **Conocimiento en:** el área del tejido bufandas de lana elaborados a mano plan de acciones correctivas y preventivas para el logro sistemático de mejoras y soluciones a los problemas de calidad., reportes periódicos al gerente general sobre la performance de calidad de las unidades del sistema de calidad bajo su supervisión, capacitar y difundir las herramientas básicas de calidad entre el personal operativo
- ✓ **Experiencia mínima:** 3 años
- ✓ **Habilidades o competencias:** capacidad de análisis, toma de decisiones, adaptabilidad, trabajo en equipo , no tímido ni temeroso

Cargo: Tejedores

Identificación del puesto

Unidad a la que pertenece: Producción

Reporta: Auxiliar de Compras

Supervisa: no aplica

Sustituye: no aplica

Coordina con: Auxiliar de Compras

Propósito del puesto:

Planificar las actividades de con el gerente general, a fin de ejecutar los planes y programas previstos, de acuerdo al programa de ventas estimado por la empresa.

Reporta a: Auxiliar de Compras

Atribuciones y responsabilidades:

- ✓ Elaborar las bufandas de lana de oveja
- ✓ Cumplir con la producción establecida por la gerencia del proyecto
- ✓ Cumplir con los estatutos de la parroquia Cacha
- ✓ Cumplir con los diseños de las artesanías exigidos por el gerente en el tiempo determinado establecidos
- ✓ Capacitación constante

Perfil y requerimientos mínimos del puesto:

Educación Formal: no aplica

Conocimiento en: tejer

Experiencia mínima: 2 años

Habilidades o competencias: Coordinación, espíritu de lucha, capacidad de comunicación.

Aspecto legal de la empresa

Estudio legal

El proyecto para elaboración de bufandas por los artesanos de Cacha está conformada como una empresa de tipo comunitaria mediante una iniciativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial para el beneficio de los habitantes de Cacha.

La infraestructura que se proyecta implementar será mediante una inversión pública que realizará la Junta Parroquial de Cacha en un terreno de la cabecera parroquial, en donde funcionará como centro de acopio.

Instituciones relacionadas con el comercio internacional

En el país existen una serie de instituciones y asociaciones relacionada con las artesanías textiles y comercialización en el mercado interno y externo, esto facilita el desempeño legal de una empresa exportadora de dicho producto.

A continuación se detalla las instituciones y su campo de acción:

Servicio de Rentas Internas (SRI)

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es una entidad técnica y autónoma que tiene responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por la Ley. Su finalidad es consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sosteniblemente el cumplimiento voluntario de obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

El SRI cuenta con las siguientes facultades:

1. Determinar, recaudar y controlar los tributos.
2. Difundir y capacitar al contribuyente con respecto de sus obligaciones tributarias
3. Preparar estudios de reforma a la legislación tributaria.
4. Aplicar sanciones

Superintendencia de economía popular y solidaria

Que es un organismo técnico y autónomo que se encarga de vigilar controlar la actividad, organización y funcionamiento de la empresa de carácter comunitario bajo la premisa de Economía Popular y Solidaria. Este organismo colabora con el fin de lograr un mejor futuro para las PYMES, Asociaciones, Organizaciones, Cooperativas, entre otros desarrollen el fortalecimiento empresarial de acuerdo a la legislación vigente.

Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

El Ministerio de Industrias y Productividad es la institución pública que apoya en la definición y ejecución de políticas industriales y artesanales para el desarrollo productivo

integral, cuya finalidad es impulsar es facilitar la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con valor agregado y de calidad, en armonía con el ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.

Ministerio del Ambiente (MAE)

Es el organismo de estado encargado de diseñar políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Propone y define las normas para conseguir la calidad ambiental, con un desarrollo basado en la conservación y el uso apropiado de la biodiversidad y los recursos con los cuenta el Ecuador.

Desde una visión solidaria con los pobladores y su ambiente, impulsa la participación de todos los actores sociales en la gestión ambiental a través del trabajo coordinado. De esta manera contribuye a consolidar la capacidad tanto del Estado como de los gobiernos seccionales para el manejo democrático.

La gestión ambiental es una responsabilidad de todos, porque el Buen Vivir depende de las condiciones ambientales en las que nos desarrollamos, es por eso que se ha considerado para este proyecto incluir al Ministerio del Ambiente la cual facilitará los lineamientos necesario para desarrollar las actividades piscícolas y su impacto con el ambiente.

Hay que considera los siguientes objetivos que persigue el MAE:

- ✓ Conservar y utilizar sustentablemente la Biodiversidad, respetando la multiculturalidad y los conocimientos ancestrales.
- ✓ Prevenir la contaminación, mantener y recuperar la calidad ambiental.
- ✓ Mantener y mejorar la cantidad y calidad de agua, manejando sustentablemente las cuencas hidrográficas.

Instituto de Promoción de Exportaciones en Inversiones (PRO-ECUADOR)

Es el Instituto de Promoción de Exportaciones en Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores de Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el Comercio Internacional.

Cuenta con una amplia red de oficinas:

- ✓ Seis oficinas nacionales encargadas de ver las necesidades del territorio y mantener el constante contacto con los productores y exportadores nacionales.
- ✓ Veinte y nueve oficinas internacionales y una agregaduría comercial, enfocadas en la investigación, negociación y apertura de mercados que beneficien al Ecuador.

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador es una entidad estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio, cuya misión es impulsar el Buen Vivir de la sociedad Ecuatoriana, a través de un control eficiente al Comercio Exterior que promueva una competencia justa en los sectores económicos; teniendo como base un Recurso Humano honesto y productivo, una tecnología adecuada y un enfoque a la mejora permanente de nuestro país.

Ministerio de Comercio Exterior

Es el ente rector de la Política de Comercio Exterior e Inversiones, que propicia, de manera estratégica y soberana la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, que contribuya a la integración Latinoamericana y apoye a cambio de la matriz productiva, mediante la formulación, planificación, dirección gestión y coordinación de la política de comercio exterior, la promoción comercial, la atracción de inversiones. Las negociaciones comerciales bilaterales, la regulación de importaciones y sustitución selectiva y estratégica de importaciones, con el propósito de contribuir el desarrollo económico y social del país.

4.7.2 Aspectos legales para la exportación

4.7.2.1 Normas y leyes relacionadas al proyecto

Las normativas relacionadas con el proyecto son:

- ✓ Constitución de la República del Ecuador
- ✓ Código Orgánico de la Producción Comercio E inversiones (COPCI)
- ✓ Reglamento al COPCI
- ✓ Plan Nacional del Buen Vivir 2013-201

4.7.2.2 Acuerdos comerciales Ecuador y España

La Unión Europea y Ecuador llevaron a cabo el análisis de un Acuerdo Comercial desde el diciembre del 2014 cuya negociación concluyo en junio del 2015, poniendo en consideración que entre en vigor a mediados del 2016 cuándo el Parlamento y el Consejo Administrativo de Europa ratifique el inicio, momento hasta cuando se mantendrán vigente el Sistema General de Preferencias (SGP).

Cuando ponga en vigencia este Acuerdo Comercial Ecuador tendrá mayor preferencia para el acceso a los 28 países de la Unión Europea donde también incluye España.

España es parte de la Unión Europea tiene suscrito varios Acuerdos Comerciales entre los cuales está el CAN (Bolivia, Colombia, Ecuador, y Perú.)

Acuerdos bilaterales

España tiene varios acuerdos comerciales con varios países alrededor del mundo entre ellos están la Unión Europea que es uno de sus principales acuerdos comerciales, Ecuador se beneficia del Sistema Preferencial Generalizado Plus (SGP +), este es un apoyo a países en desarrollo como Ecuador, en este sistema solo pueden acceder 16 países y estos países integran ene le sistema ya que son países considerados vulnerables por la poca diversidad de sus exportaciones.

Los acuerdos bilaterales entre Ecuador y España más significativos son:

- ✓ Convenio de turismo.
- ✓ Convenio para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal en materia de impuestos sobre la renta y el patrimonio entre España y Ecuador.
- ✓ Acuerdo administrativo para la aplicación del convenio de seguridad entre el reino de España y la República del Ecuador.
- ✓ Programa de canje de deuda entre España y Ecuador.

Se han llevado a cabo estos convenios para establecer un sistema económico social, solidario y sostenible en el marco del Buen Vivir preservando los derechos de la naturaleza mediante la generación de un ambiente sano y sustentable. (Pro-Ecuador, Guía Comercial de España, 2015).

4.7.2.3 Principales productos beneficiarios con aranceles cero

- ✓ Flores, frutas tropicales, plátano, hortaliza mandarinas, cebollas, coles, coliflores y ensalada de verduras.
- ✓ Atún y en general productos de la pesca.
- ✓ Extractos de café, café descafeinado, tostado y molido, aceite de palma, aceite, cacao, jugos de frutas.
- ✓ Cueros y pieles (liberalizados), bolsos de mano, calzado.
- ✓ Textiles, confecciones, lencería, ropa interior, terciopelo, medias pantalón.
- ✓ Polímeros, polipropileno, vidrio templado, herbicidas, peces ornamentales, alimentos para perros y gatos.

4.7.2.4 Aduanas

Régimen aduanero

La exportación se realizará bajo el régimen de exportación definitiva una vez cumplida con todos los requerimientos de las normas tanto del Ecuador como de España, para cumplir con este requerimiento la mercancía será objeto de una Declaración Aduanera de Exportación efectuada por el SENA E.

4.7.2.5 INTOTERM

Para este proyecto como la mayoría de las exportaciones ecuatorianas hacia España el Incoterm a emplearse es el término FOB, este Incoterm pertenece al grupo F entrega indirecta sin pago del transporte principal.

En sus siglas en ingles Free on Board (franco a bordo) puerto de carga convenido donde la empresa entregará las mercancías sobre el buque apoyando al comprador en contratar el transporte por transitorio por un consignatario, pero el costo de transporte internacional lo asume el importador de Madrid- España.

Obligaciones de la empresa

- ✓ Entregar la mercancía al bordo del buque en el puerto de embarque
- ✓ Efectuar el despacho de exportación de la mercancía

Obligaciones del comprador

- ✓ Designar y reservar el buque
- ✓ Correr con los gastos y riesgos inherentes a la mercancía desde que traspasa la borda del buque.

Cuadro 24: Incoterm 2010

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

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

Vendedor
 Comprador
 Vendedor / Comprador

Fuente: PROE-CUADOOR. Incoterms
 Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.7.2.6 Trámites de exportación y gastos exigidos

Antes de efectuar una exportación es necesario considerar los siguientes aspectos:

a) Proceso de exportación

Cómo obtener el Registro de Exportador.

- ✓ Para obtener el registro como Exportador ante la Aduana, se deberá gestionar previamente el RUC en el Servicio de Rentas Internas, una vez realizado este paso se deberá:
- ✓ Registrar los datos ingresando en la página: www.aduana.gob.ec, link: OCE's (Operadores de Comercio Exterior), menú: Registro de Datos y enviarlo electrónicamente por medio del ECUAPASS.
- ✓ Llenar la Solicitud de Concesión/Reinicio de Claves que se encuentra en la misma página web y presentarla en cualquiera de las ventanillas de Atención al Usuario del SENA, firmada por el Exportador o Representante legal de la Cía. Exportadora. Recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.
- ✓ Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transmisión electrónica de la Declaración de Exportación

b) Personas naturales.

- ✓ Cédula de ciudadanía
- ✓ Registro Único de Contribuyente (RUC)

b) Personas Jurídicas

- ✓ Registro Único de Contribuyente (RUC)
- ✓ Comunicación del Representante Legal en el que consten nombres, apellidos y cédula de ciudadanía de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación.

Cuadro 25: Documentos para exportación

DOCUMENTOS PARA EXPORTAR
Registrarse como Exportador en las página Web del Servicio Nacional de Adunas del Ecuador
Ruc del exportador
Factura Comercial autorizado por el Servicio de Rentas Internas (SRI)
Certificado de origen
Autorizaciones previas que depende del producto (cuando el caso lo amerita)
Listas de empaque (paking lista)
Llenar la declaración aduanera de exportación
Documentos de transporte

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Registro del Exportador:

Una vez gestionado el Ruc en el Servicio de Rentas Internas se deberá

Proceso 1

Adquirir el certificado digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- ✓ Banco Central del Ecuador
- ✓ Security data

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPAS aquí se pondrá:

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

Procesos de exportación

Se inicia se transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema de Ecuapass, la misma que podrá ser acompañada ante una factura o proforma y con documentación en la que se encuentra 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.

Los datos que se consignaran en la DAE son:

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

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través de ECUAPAS son:

- ✓ Factura comercial original.
- ✓ Autorización previa (cuando el caso lo amerite)
- ✓ Certificado de origen electrónico (cuando el caso lo amerite)
- ✓ Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a la zona primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.
- ✓ Realizar el aforo documental, físico o automático

4.7.2.7 Logística y transporte y gastos exigidos

Ecuador posee una infraestructura de transporte en óptimas condiciones considerando el transporte por carretera como el principal medio utilizado en el país y existen muchas empresas de carga que cubren todo el territorio para cargas en magnitudes hasta el puerto marítimo.

Para cubrir el transporte interno desde el centro de acopio de la parroquia Cacha hasta el Puerto Marítimo de Guayaquil se utilizara el transporte fletado en vista que no se requiere mucha capacidad para el transporte.

El sistema portuario del Ecuador compuesto por siete puertos estatales y diez muelles privados especializados en carga general, considerando así para el proyecto el puerto de Guayaquil como el principal para el Comercio Exterior que representa el 70% para viajes internacionales con una infraestructura adecuada y con todos los servicios requeridos por las naves y las mercancías de carga seca o refrigerada a través de operadores privados de alta especialización que, bajo la supervisión de la Autoridad Portuaria, actúa en libre competencia para satisfacer los requerimientos de los usuarios, logrando alta eficiencia y reducción de costos.

España cuenta con un excelente acceso al mar, sus costas albergan alrededor de 53 puertos marítimos, siendo los principales: Algeciras, Barcelona, Madrid, mientras que en el Norte del Norte del país se encuentra el puerto de Bilbao.

Para el proyecto conviene tomar en cuenta el Puerto marítimo de Valencia que servirá de enlace para llegar a Madrid que está bajo la administración Vanciaport que es considerado como el puerto comercial líder del Mediterráneo occidental en términos de mercancías por contenedores de cualquier tipo de carga.

Madridport es el primer puerto comercial de España y se encuentra entre los diez primeros puertos de Europa y los cincuenta puertos del mundo en el movimiento de contenedores.

Servicios navieros

Desde el puerto de Guayaquil varias operadoras ofrecen el servicio de flete marítimo, el tiempo de tránsito para arribar a Madrid es alrededor de 26 días, cuyo costo de flete internacional para un contenedor refrigerado de 40” bordea alrededor de USD 6500 sujeto a negociaciones y especificaciones mientras que un contenedor del 20” estaría bordeando alrededor de USD 2.300 dólares.

Cuadro 26: Logística y transporte

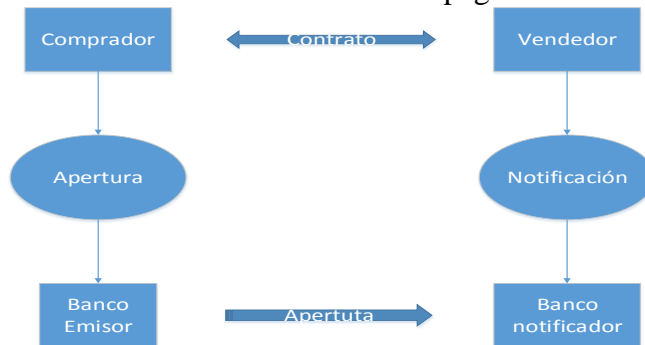


Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.7.2.8 Medios de pagos

Es la forma de pago más segura y recomendable para el nuevo exportador como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Gráfico 26: Forma de pago



Fuente: PROECUADOR, Guía del exportador

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

El medio de pago factible para este proyecto es la Carta de Crédito o Crédito Documentario que es considerado como uno de los medios de Pago o Cobro más privilegiado para operaciones internacionales de mercancías, no solo por la seguridad que ofrece, sino porque mediante su uso se consigue un equilibrio entre los riesgos de tipo comercial que asumen las partes que interviene en la compra-venta internacional.

La Carta de Crédito, constituye una garantía de pago, porque es un compromiso de pago respaldado por un banco. Estas garantías amplían según las cartas de crédito sean irrevocables o confirmadas. Este método de pago se considera de bajo riesgo porque el banco expedidor tiene la obligación legal de pagar, siempre y cuando se presenten todos los pagos requeridos y todos los términos estipulados en el contrato.

4.7.2.9 Costos de exportación

Cuadro 27: Costo de exportación

DESCRIPCIÓN	COSTO UNIT.	UNI DAD	COSTO TOTAL
Gastos indirectos de fabricación	1.43		200.20
(+)Insumos	0.71		99.40
(+)Materia prima por unidad	1.79		250.60
(+)Mano de obra	2.14		299.60
(=)COSTO DE PRODUCCIÓN	6.07		849.80
(+)Utilidad del 25%	0.15		21.00
(=) EXW	6.22	140	870.80
(+) transporte interno Cacha – Guayaquil	0.01		100.00
(+) Seguro interno a – Guayaquil (1%)	0.06		250.00
(+) Trámite de aduana DAE	0.01		50.00
(+) Inspección y manipulación estibos y desestiba	0.01		100.00
(+) Trámite certificado de origen	0.01		100.00
(+) Agente Aduanero	0.01		100.00
(=) FOB	6.33		1570.80
(+) Flete internacional Guayaquil - Madrid-España (0,35/kg)	0.34		2625.00
(+) Seguro internacional (2%)	0.13		971.32
(=) CIF	6.8		5167.12
(+) Estiba y almacenamiento (0,02/Kg)	0.02		70.00
(+) Gatos aduaneros	0.01		80.00
(+) Flete puerto de Valencia -bodega del comprador ciudad Madrid	0.01		100.00
(+) Seguro Interno Puerto de Valencia -bodega del comprador ciudad Madrid 0,01% de CIF	0.01		52.16
(=) DDP	6.85		5469.28
(+) UTILIDAD DEL IMPORTADOR (25%)	1.71		13136.18
TOTAL ANTES DE IMPUESTOS	8.56		18605.46
(+) IMPUESTOS LOCALES (1%)	0.09		656.81
COSTO TOTAL DE IMPORTACIÓN	8.65		19262.27
PRECIO FINAL CONSUMIDOR UNIDAD.– PVP DÓLARES			8.65
PRECIO FINAL CONSUMIDOR POR UNIDAD.– PVP EN EUROS			8.30

Fuente: PROECUADOR, Guía del exportador

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

El costo Precio de Venta Unitario considerado en el mercado de Madrid-España, después de estimar los cálculos aproximados para una exportación se obtiene un valor de USD 8,65 dólares que transformado a euros refleja un resultado de 8,30 € Euros por unidad, cálculos realizados de acuerdo al tipo de cambio donde 1 dólar equivale 0.76 euros.

4.8 ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio del proyecto es que refleja el financiamiento de todo lo que se determinó en el estudio técnico, para determinar los costos de cada requerimiento y cuantificarlas para la futura inversión.

4.8.1 Objetivo del estudio financiero

- ✓ Establecer la cantidad o valor necesario para el desarrollo de las actividades de la empresa y la puesta en marcha del proyecto en la compra de activos fijos, gastos pre operativos y capital de trabajo en un periodo de tiempo.
- ✓ Determinar la forma de financiamiento más conveniente para la empresa ya sea por medio de fuentes internas o externas.

4.8.2 Plan de inversiones

El plan de inversiones para el proyecto es considerado aquellos recursos que se designara a distintas áreas de la empresa es decir realizar un presupuesto para las adquisiciones de activos fijos tangibles, activos fijos intangible y capital de trabajo que se necesitará para la ejecución del proyecto.

4.8.2.1 Análisis de los costos unitarios

Cuadro 28: Muebles y Enseres

Cant	Rubro	Valor/U	Valor/T
1	Mesa para reuniones	250.00	250.00
1	Archivadores	130.00	130.00
1	Sillón giratoria ejecutiva	128.00	128.00
8	Sillas apilables de Espera	30.00	240.00
2	Escritorios	350.00	700.00
TOTAL			1448.00

Fuente: Proformas

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 29: Materia prima

CANT	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
93.24	Libras de lana de borrego	3.30	3692.30
10	Litros de tintes	2.5	300.00
TOTAL			3992.30

Fuente: Proformas

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 30: Insumos o materia prima indirecta

CANT	Rubro	Valor Unitario	Valor mensual	Valor Anual
200	Paquetes de Etiquetas que contiene (200 unidades)	1.20	240.00	2880.00
50	Cajas de cartón armable	0.50	25.00	300.00
20	Fundas para Envasado (paquetes de 100 unidades)	1.50	30.00	360.00
5	Caja de mascarillas	2.00	10.00	120.00
5	Cinta de Embalajes (rollos)	2.50	12.50	150.00
TOTAL			317.50	3810.00

Fuente: Proformas

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 31: Suministros de oficina

Cant	Rubro	Valor Unitario	Valor mensual	Valor Anual
12	Lápices	0,30	3,60	43,20
12	Bolígrafos	0,40	4,80	57,60
2	Factureros	10,00	20,00	240,00
6	Carpetas	0,30	1,80	21,60
2	Folder	2,50	5,00	60,00
2	Grapadoras	2,00	4,00	48,00
2	clips cajas	0,50	1,00	12,00
3	Cintas adhesiva	1,00	3,00	36,00
2	Cuadernos universitarios	1,25	2,50	30,00
2	Estilete	1,50	3,00	36,00
2	Resma de Papel	4,00	8,00	96,00
4	Marcadores	1,00	4,00	48,00
3	Grapas	1,50	4,50	54,00
TOTAL			65,20	782,40

Fuente: Proformas

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 32: Gastos indirectos de fabricación

Rubro	Valor Mensual	Valor Total
Luz	15.00	180.00
Mantenimiento de infraestructura	50.00	600.00
Mantenimiento de equipos y maquinaria	50.00	600.00
Servicios telefónicos e internet	15.00	180.00
Agua	10.00	120.00
TOTAL	140.00	1680.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 33: Gastos de exportación

Rubro	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Transporte interno	50.00	600.00
Seguro de Transporte interno 1%	250.00	3000.00
Documentos de exportación	120.00	1440.00
Agente Afianzado	100.00	1200.00
Inspección y manipulación estiba, desestiba y almacenaje	50.00	600.00
Gastos de Promoción y publicidad	50.00	600.00
Gastos de viáticos	50.00	600.00
TOTAL		8040.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 34: Gasto sueldos

Cant	Rubro	Valor Unitario mensual	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
	Administrativo			
1	Gerente	400.00	400.00	4800.00
1	Secretaría	365.00	365.00	4380.00
1	Auxiliar de compras	365.00	365.00	4380.00
	Producción			
7	Tejedores	200.00	1400.00	16800.00
	TOTAL		2530.00	30360.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.8.3 Ingresos

La tasa de crecimiento poblacional de España año 2015 es el -0.21% que se toma como referencia para el cálculo de las proyecciones en ventas, se toma este dato el mercado objetivo proyecto es Madrid-España y los ingresos por ventas depende de este mercado, por lo tanto influye en la recuperación de los costos del proyecto.

4.8.3.1 Flujo de ventas anual

Cuadro 35: Flujo de venta

AÑO	COSTO UNIT	PRODUCCIÓN ANUAL	VALOR TOTAL
2017	6.20	2000.00	12400.00
2018	6.30	2152.50	13559.03
2019	6.40	2206.31	14120.37
2020	6.50	2261.47	14704.96
2021	6.61	2318.01	15313.74

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.8.4 Egresos

4.8.4.1 Costos unitarios proyectados con la inflación de 3.36%

Costos unitarios proyectados con la tasa de inflación de Ecuador que es 3.36% en el año a julio del 2016, con este porcentaje se fijó el salario básico para este año según los datos del Banco Central del Ecuador, se toma este porcentaje porque todos los costos por adquisiciones o compras para el proyecto se va llevar a cabo en el Ecuador.

Cuadro 36: Proyección de Materia Prima

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL/LBS	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2017	93.94	3.30	310.00
2018	94.28	3.31	312.24
2019	94.62	3.32	314.49
2020	94.96	3.34	316.76
2021	95.30	3.35	319.04

Fuente: Banco Central del Ecuador 2016

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 37: Proyección de insumos

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2017	93.94	2.50	234.85
2018	94.28	2.51	236.55
2019	94.62	2.52	238.26
2020	94.96	2.53	239.97
2021	95.30	2.54	241.70

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 38: Proyección de Mano de Obra

AÑO	COSTO MENSUAL	VALOR TOTAL
2017	2530.00	30360.00
2018	2539.11	30469.30
2019	2548.25	30578.99
2020	2557.42	30689.07
2021	2566.63	30799.55

Fuente: Visita de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Se estima los salarios que se pagarán a los tejedores quienes son los que van a estar directamente vinculados con la elaboración de las bufandas.

Cuadro 39: Proyección de Gastos de exportación

AÑO	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
2017	525.00	6300.00
2018	550.00	6600.00
2019	575.00	6900.00
2020	600.00	7200.00
2021	625.00	7500.00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 40: Proyección de Gastos indirectos de fabricación

AÑO	PRODUCCIÓN ANUAL	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
2017	921.00	0.05	46.05
2018	926.00	0.05	46.30
2019	937.00	0.05	46.85
2020	953.00	0.05	47.65
2021	975.00	0.05	48.75

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 41: Proyección de Suministros de oficina

AÑO	VALOR TOTAL
2017	782,40
2018	809,00
2019	836,51
2020	864,95
2021	894,36

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 42: Cálculo de depreciaciones

DETALLE	VALOR DEL BIEN	AÑOS	%	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y Equipos de oficina	1448.00	10	10	144.80
Equipos de computo	650.00	3	33.33	216.65
TOTAL				361.45

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 43: Cálculo de amortizaciones de activos intangibles

DETALLE	V BIEN	AÑOS	%	DEPR. ANUAL
Inversión fija intangible	4700	10	10	470.00
TOTAL				470.00

Fuente: Estudio de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.8.5 Costos del proyecto

4.8.5.1 Inversión fija intangible

Cuadro 44: Inversión fija intangible

RUBRO	VALOR
Estudios y proyectos de ingeniería	1500.00
Gastos de capacitación al personal	1200.00
Gastos de Puesta en Marcha del Proyecto	2000.00
TOTAL	4700.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.8.5.2 Inversión fija tangible

Cuadro 45: Inversión fija tangible

RUBRO	VALOR
Muebles y equipos de oficina	1448.00
Equipo de cómputo	650.00
TOTAL	2098.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.8.5.3 Capital de trabajo

Cuadro 46: Capital de trabajo

RUBRO	V/U	V/T
Costos		1058.83
Materia prima directa	250.00	
Materia prima Indirecta	608.83	
Gatos Indirectos de Fabricación	200.00	
Gastos de administración		830.20
Sueldos	765.00	
Suministro de oficina	65.20	
Gastos de Producción		365.00
Sueldos	365.00	
Gastos de Ventas-Exportación		1251.40
Sueldos	200.00	
Gastos de Exportación	1051.40	
Capital de trabajo		3505.43

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

Cuadro 47: Inversión del proyecto

RUBRO	VALOR
INVERSION FIJA TANGIBLE	2098.00
INVERSION FIJA INTANGIBLE	4700.00
CAPITAL DE TRABAJO	3505.43
TOTAL INVERSION	10303.43

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.8.6 Estados financieros

4.8.6.1 Balance General proyectado

Se utilizó el método de tasas de crecimiento basados en la inflación.

Cuadro 48: Balance general proyectado

Proyecto de Elaboración de Bufandas Parroquia Cacha						
Balance General						
Año 2016						
ACTIVO CORRIENTE		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Caja y Bancos	560,00	588,00	617,40	648,27	680,68	714,72
Inventario de Materia Prima	3992,30	3992,30	3992,30	3992,30	3992,30	3992,30
Suministros de oficina	62.50	62.50	62.50	62.50	62.50	62.50
Total Activo Corriente	4614,80	4642,80	4672,20	4703,07	4735,48	4769,52
ACTIVOS FIJOS						
Muebles de oficina	1448.00	1448.00	1448.00	1448.00	1448.00	1448.00
Depreciación Acelerada Muebles de oficina		144.80				
Equipo de computo	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00	650.00
Depreciación Acelerada Equipos de Computo		216.00				
Total activos fijos	2098.00	2458.80	2098.00	2098.00	2098.00	2098.00
ACTIVOS INTANGIBLES						
Activos fijos intangibles	4700,00	4935,00	5181,75	5440,84	5712,88	5998,52
(-) Amortización Acumulada		470.00	470.00	470.00	470.00	470.00
Total activo intangible	4700,00	5405,00	5651,75	5910,84	6182,88	6468,52
TOTAL ACTIVOS	11412,80	12506,60	12421,95	12711,91	13016,36	13336,04
PASIVO CORRIENTE						
Proveedores	4700.00	4700.00	4700.00	4700.00	4700.00	4700.00
PASIVO NO CORRIENTE						
Obligaciones tributarias	3061.57	3061.57	3061.57	3061.57	3061.57	3061.57
Participación trabajadores	1377.71	1377.71	1377.71	1377.71	1377.71	1377.71
TOTAL PASIVO	9139.28	9139.28	9139.28	9139.28	9139.28	9139.28
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL PAGADO	2046.17	2148.48	2255.90	2368.70	2487.13	2611.49
Reservas	227.352	238.72	250.66	263.19	276.35	290.17
TOTAL PATRIMONIO	2273,52	3367,32	3282,67	3572,63	3877,08	4196,76
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	11412,80	12506,60	12421,95	12711,91	13016,36	13336,04

4.8.6.2 Balance de Resultados proyectado

Cuadro 49: Balance de Resultados proyectados

Proyecto de elaboración de bufandas parroquia Cacha						
ESTADO DE RESULTADO						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	12400.00	12896.00	13411.84	13948.31	14506.25	15086.50
(-)Costo de Ventas	365.00	379.60	394.78	410.58	427.00	444.08
Utilidad Bruta	12035.00	12516.40	13017.06	13537.74	14079.25	14642.42
(-) Gastos de Administración	830.00	863.20	897.73	933.64	970.98	1009.82
(-) Gasto de Ventas	1251.00	1301.04	1353.08	1407.20	1463.49	1522.03
Utilidad Neta	9954.00	10352.16	10766.25	11196.90	11644.77	12110.56
(-) 15% Participación Trabajadores	2856.45	2970.71	3089.54	3213.12	3341.64	3475.31
Utilidad a impuesto a la renta	7097.55	7381.45	7676.71	7983.78	8303.13	8635.25
(-) 22% Impuesto a la renta	3561.04	3703.48	3851.62	4005.69	4165.91	4332.55
Utilidad Neta	3536.51	3677.97	3825.09	3978.09	4137.22	4302.71

4.8.7 Punto de equilibrio

Cuadro 50: Punto de Equilibrio

COSTOS FIJOS	TOTAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO	TOTAL	COSTOS DE VENTA UNITARIO	TOTAL
Muebles y Equipos de oficina	1448.00	Total costos de Producción	6.07	Gastos Indirectos de Fabricación	1.43
Equipo de cómputo	650.00			Insumos	0.71
				Materia Prima	1.79
				Mano de Obra	2.14
		Utilidad 25%	1.52		
TOTAL	2098.00		7.59		6.07

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{2098}{7,59 - 6,07}$$

$$PE = \frac{2098}{1,52}$$

$$PE = 1380,2 \text{ usd}$$

Análisis:

El total de costos fijos es 2098.00 usd, el precios unitarios es 7.59 usd, el total de costos de ventas unitarias es de 6.7 usd

Interpretación:

Una vez realizado los cálculos correspondientes se determina que el punto de equilibrio es de 1380.20 usd, esto quiere decir que a partir de este valor se determina utilidad y al descender de este valor se tiende a la pérdida.

4.9 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

4.9.1 Flujo de fondos netos

El Flujo de Fondos Netos es el monto de dinero que queda disponible para la empresa después de haber cumplido con todo sus obligaciones operativas y de financiación. Para el presente proyecto se ha estimado al estado de resultados para el flujo de fondos netos proyectando para 5 años en base a los ingresos y costos proyectados.

Cuadro 51: Flujo de fondos netos

Proyecto de Elaboración de bufandas parroquia- Cacha							
FLUJO DE VENTAS							
Cuenta			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		12400.00	12896.00	13411.84	13948.31	14506.25	15086.50
(-)Costo de Ventas		365.00	379.60	394.78	410.58	427.00	444.08
Utilidad Bruta		12035.00	12516.40	13017.06	13537.74	14079.25	14642.42
(-) Gastos de Administración		830.00	863.20	897.73	933.64	970.98	1009.82
(-) Gasto de Ventas		1251.00	1301.04	1353.08	1407.20	1463.49	1522.03
Utilidad Neta		9954.00	10352.16	10766.25	11196.90	11644.77	12110.56
(-) 15% Part. Trabajadores		2856.45	2970.71	3089.54	3213.12	3341.64	3475.31
Utilidad a impuesto a la renta		7097.55	7381.45	7676.71	7983.78	8303.13	8635.25

(-) 22% Impuesto a la renta		3561.04	3703.48	3851.62	4005.69	4165.91	4332.55
Utilidad Neta		3536.51	3677.97	3825.09	3978.09	4137.22	4302.71
Inversión fija tangible	2098.00						
Inversión intangible	4700.00						
Capital de trabajo	3505.43						
Flujo	10303.43	3536.51	3677.97	3825.09	3978.09	4137.22	4302.71

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

4.9.2 Evaluación financiera

Es el proceso mediante el cual una vez obtenida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto dando a conocer la conveniencia o no al inversor.

Para lo cual para el proyecto se ha considerado los siguientes indicadores:

- ✓ Valor Actual Neto (VAN)
- ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR)
- ✓ Relación Beneficio/Costo (B / C)

4.9.3 Valor actual neto (VAN)

El Valor Actual neto también conocido como el Valor Presente Neto es aquella que indica la viabilidad del proyecto basándose en las estimaciones de flujos de caja que prevé tener restando la inversión inicial.

Para el cálculo de este indicador de evaluación se considera una tasa de interés que debe ser fijado que son fijados por la persona que evalúa el proyecto de inversión conjuntamente con los inversores o dueño de la empresa.

Para evaluar este proyecto para el Valor Actual Neto se ha considerado las tasas de interés Pasiva de los Bancos y tasa activa de Cooperativas de Ahorros y Créditos que por lo

general en las comunidades del sector rural acude para adquirir sus obligaciones financieras.

Tasa de interés Pasiva del Ban Ecuador es 6,50% a para inversiones mayores a 1 año.

Tasa de interés Activa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito es de 10,21% para las actividades productivo empresariales, que considerado como pago por préstamos.

$$VAN1 = \sum \left[\frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_0$$

Dónde:

FN: Fondos Netos

1: Constante

i: Tasa de Retorno

n: Número de Años

I₀: Inversión inicial

Cálculo del Valor Actual Neto

$$VAN1 = \left[\frac{3677,97}{(1,105)^1} + \frac{3825,09}{(1,105)^2} + \frac{3978,09}{(1,105)^3} + \frac{4137,22}{(1,105)^4} + \frac{4302,71}{(1,105)^5} \right] - 10303,43$$

$$VAN1 = [3328,47 + 3132,75 + 2948,91 + 2776,65 + 2612,45] - 10303,43$$

$$VAN1 = [14799,23] - 10303,43$$

$$VAN1 = 4495,8 \text{ usd}$$

VAN 2

$$VAN2 = \left[\frac{3677,97}{(1,1421)^1} + \frac{3825,09}{(1,1421)^2} + \frac{3978,09}{(1,1421)^3} + \frac{4137,22}{(1,1421)^4} + \frac{4302,71}{(1,1421)^5} \right] - 10303,43$$

$$VAN2 = [3220,35 + 2932,67 + 2670,39 + 2431,67 + 2,214,23] - 10303,43$$

$$VAN2 = [13469,31] - 10303,43$$

$$VAN2 = 3165,88 \text{ usd}$$

El Valor Actual Neto de proyecto se dio como resultado de la suma de flujo de fondos netos convertidos en valor presente menos la inversión inicial del proyecto. El valor del VAN 1 y VAN 2 son positivos por lo tanto el proyecto es rentable.

4.9.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left[\frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

Dónde:

i1: tasa de interés mínima la que me ofrece el Banco (6,50%) tasa pasiva

i2: Tasa de interés máxima (10,21%) tasa activa pago por préstamos y obligaciones financieras adquiridas.

VAN 1: Valor Actual Neto obtenido con i1.

VAN 2: Valor Actual Neto obtenido con i2.

Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

$$TIR = 0,065 + (0,1021 - 0,065) \left[\frac{4495,8}{4495,8 - 3165,88} \right]$$

$$TIR = 0,065 + (0,0371) \left[\frac{4495,8}{1329,92} \right]$$

$$TIR = 0,065 + (0,0371)[3,38050]$$

$$TIR = 0,065 + (0,1254)$$

$$TIR = 0,1904$$

$$TIR = 0,1904 * 100$$

$$TIR = 19,04\%$$

De acuerdo a los cálculos la lectura que se puede realizar es que el 19,04% es un valor mayor a cero y mayor a la tasa que ofertan las entidades financieras del país, lo que se puede decir que el proyecto es rentable.

4.9.5 Relación Beneficio/costo (RB/C)

$$RB/C = \left[\frac{VN + VAN1}{C} \right]$$

Dónde:

VN: Ventas Netas

VAN 1: Valor Actual Neto

C: Inversión

Calculo de la Relación Beneficio Costo

$$\frac{RB}{C} = \left[\frac{12400 + 4495,8}{10303.43} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{16895,8}{10303.43} \right]$$

$$\frac{RB}{C} = \mathbf{1,63 \text{ usd}}$$

$$\frac{RB}{C} = \left[\frac{12400 + 3165,88}{10303.43} \right]$$

$$RB/C = \left[\frac{15565,88}{10303.43} \right]$$

$$\frac{RB}{C} = \mathbf{1,51 \text{ usd}}$$

De los resultados obtenidos se establece que el primer cálculo es decir el VAN 1 es el óptimo ya que por cada dólar invertido se puede recuperar 0,63.

4.9.6 Período de recuperación del capital

Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto, considerado como uno de los métodos más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto.

Si un proyecto es rentable y su periodo de recuperación es hasta un año es de gran liquidez, hasta 3 años de liquidez media y hasta 6 años o más es de pequeña liquidez.

Para la obtención del periodo de recuperación de capital se sigue los siguientes pasos:

1. Se suma las utilidades del flujo de efectivo de dos años.

$$(3677,97) + (3825,09) = \mathbf{7503,06}$$

2. Inversión - total de flujo de fondos

$$10303,43 - 7503,06 = 2800,37$$

3. Se toma el valor del tercer año del Flujo de Fondos Netos (3978,09) y se aplica una regla de tres para saber en qué tiempo recupero toda la inversión:

$$\mathbf{3978,09} \qquad \qquad \qquad 12$$

$$\mathbf{7503,06} \qquad \qquad \qquad \mathbf{x}$$

$$X = \left[\frac{7503,06 * 12}{3978,09} \right]$$

$$X = \left[\frac{90036,72}{3978,09} \right]$$

$$\mathbf{X = -22,63 \text{ meses, días}}$$

Cuadro 52: Evaluación del proyecto

VAN 1	4495,8 usd
VAN 2	3165,88 usd
TIR	19,04%
RB/C1	1,63
RB/C2	1,51
PRC	1 año 9 meses 3 días

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Yadira Noemí Iza Llamuca

CONCLUSIONES

El análisis sobre el comercio internacional de productos textiles se sustenta en una base teórica y científica, fundamentada en una investigación bibliográfica y documental de fuentes como libros e internet, misma que permite esclarecer adecuadamente términos que se incluyen en el presente estudio

A través del diagnóstico situacional se determinó la realidad económica y social de la población de la parroquia Cacha en donde la actividad artesanal uno de sus fuentes de ingresos que en la actualidad no tiene ningún apoyo para su desarrollo, el presente estudio tuvo como objetivo la creación de una empresa de producción y comercialización de productos de lana de oveja, con el fin de promover la actividad artesanal y alcanzar competitividad.

En el estudio de mercado se determinó la aceptación del puesta en marcha del proyecto por parte de los artesanos de la parroquia Cacha es 100%, puesto que generará mayores ingresos, siendo la materia prima elemental la lana de oveja, que por tener origen artesanal ha visto limitada su producción, siendo esta una limitación para la competitividad.

Se determinó los requerimientos necesarios para la ejecución del proyecto de exportación, se estableció que la puesta en marcha generará impactos positivos ya que contribuirá con la generación de empleo, fomento de la actividad artesanal, conservación de la cultura de la parroquia Cacha y dinamización de la economía sin afectar el medio ambiente.

RECOMENDACIONES

Por las condiciones favorables en el ámbito artesanal de la parroquia Cacha, se recomienda buscar alternativas de inversión que fomenten dichas actividades y permitan generar mayores fuentes de empleo sin poner en riesgo las raíces culturales ancestrales, permitiendo lograr competitividad y así mejorar la calidad de vida de los habitantes.

Se ha determinado la existencia de demanda insatisfecha, razón por la cual se recomienda cubrir de manera adecuada la mencionada demanda, mediante la utilización de estrategias competitivas enfocadas en promoción, producto y precios.

Se recomienda a la gerencia del proyecto controlar adecuadamente los procesos administrativos y organizacionales, puesto que son base importante en el direccionamiento de la empresa y permitirán actuar eficientemente en la consecución de sus objetivos.

Con el fin de contribuir positivamente en el desarrollo socio-económico de la parroquia Cacha, se recomienda proceder a la ejecución del proyecto adecuadamente sin afectar al medio ambiente, buscando ser actor importante en el fomento de la actividad artesanal y conservación de la cultura de la nacionalidad Puruhá.

BIBLIOGRAFÍA

- Borello A. (2000). *El Plan de Negocios*. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Guajardo G. (2008). *Contabilidad Financiera*. Mexico: MC Graw Hill.
- Dirección General de Economía y Política Financiera. (2015). *Situación Económica de la Comunidad de Madrid*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Martín M y Martínez R. (2012). *Manual Práctica de Comercio Exterior. 4ta Ed.* Madrid: Fundación confemetal.
- Dorado H. (2013). *La comercialización de artesanías desde Ecuador a Francia y los ingresos*. Tulcán: Universidad Estatal del Norte.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (1997). *"La Artesanía y el mercado internacional : comercio y codificación aduanera"*. Manila: UNESCO.
- Polit H. (2013). *La comercialización de artesanías desde Ecuador a Francia y los ingresos*. Tulcán: UPEC.
- Macías M. (2007). *Guía para la identificación y análisis de procesos*. Cádiz: UCA.
- Salazar S. (2005). *Un modelo de comercialización de las artesanías ecuatorianas*. Quito: IAEN .
- Vallejo D. (2014). *Plan de exportación de camisas bordadas a mano, provenientes de la parroquia la Esperanza, cantón Ibarra hacia el estado de Nueva York (EEUU)*. Ibarra: Universidad Internacional SEK.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2016). *Tejedores artesanales*. Obtenido de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/retratos-fotograficos-de-tejedores-artesanales-de-chimborazo-seran-plasmados-en-tejidos-de-lana/>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad. (2016). *Oficina Comercial del Ecuador en España*. Obtenido de <http://www.cancilleria.gob.ec/espana-comercial/>
- Definiciones ABC. (2016). *Sustentabilidad*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/sustentabilidad.php>
- Aiteco. (2016). *Qué es un diagrama de flujo-Gestión de Procesos*. Obtenido de <http://www.aiteco.com/que-es-un-diagrama-de-flujo/>

- Anzil F. (2004). *Crecimiento económico*. Obtenido de <http://www.econlink.com.ar/economia/crecimiento/crecimiento.shtml>
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. Art.120,121,122,123,125*. Quito: A.N.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión.Art.140*. Quito: A.N.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. Art.143*. Quito: A.N.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. Art.146*. Quito: A.N.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. Art.158,159,161*. Quito: A.N.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. Art. 201*. Quito: A.N.
- Ashley L. (2010). *Exportaciones*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos91/exportacion/exportacion.shtml>
- Ayala S. (2013). *todo marketing. ¿Qué es el embalaje?* Obtenido de <http://www.todomktblog.com/2013/06/embalaje.html>
- Chimborazo. (2016). *Artesanias*. Obtenido de http://www.chimborazo.net/artesantias_riobamba.htm
- Constitución de la República del Ecuador Asamblea Constituyente. (2008). *Consortio para el Derecho Socio Ambiental*. Obtenido de http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Constitucion_Asamblea_Ecuador_4.html
- Datosmacro. (2016). *Expansión*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/paises/espana>
- Datosmacro. (2016). *Población en Madrid*. Obtenido de <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/espana-comunidades-autonomas/madrid>
- Dirección de Inteligencia Comercial. (2012). *Análisis sectorial de textiles y confecciones*. Quito: Pro- ecuador.
- Dirección de Inteligencia Comercial. (2013). *Desarrollo de las exportaciones*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/institucional/areas/inteligencia-comercial/>

- Espinoza A. (2016). *tus clase de comercio*. Obtenido de <https://tusclasesdecomercioexterior.wordpress.com/acerca-de/>
- Gad Cacha. (2016). *Visión*. Obtenido de <http://www.cacha.gob.ec/index.php/ct-menu-item-3/ct-menu-item-9>
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. (2011). *Incoterms*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterms2011/197-nuevos-incoterms-2011>
- Instituto Nacional de Estadística de España Censos y cifras oficiales de población. (2011). *Población*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Madrid>
- Iturrioz J. (2015). *Expansión - Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad (TIR)*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html>
- Jimenez M. (2011). *Importaciones y exportaciones ene el Ecuador*. Obtenido de <http://xportacionseimportacions.blogspot.com/2011/05/exportaciones-e-importaciones-en.html>
- Márquez C. (2016). *Producción de la parroquia Cacha*. Obtenido de http://edicionimpresa.elcomercio.com/es/xml_noticia/4532307
- Martínez O. (2016). *En que invertir*. Obtenido de <http://www.enqueinvertir.com/que-son-las-divisas-y-como-beneficiarnos-de-ellas.php>
- Megalindas. (2016). *Bufanda de moda*. Obtenido de <http://megalindas.com/bufanda-de-moda/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2016). *Titulares o delegados de las entidades*. Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/>
- Mondragón G. (2014). *Estructura de un proyecto empresarial*. Obtenido de <http://blogs.unitec.mx/emprendedores/aprende-estructurar-un-proyecto-empresarial>
- Morales G. (2015). *Análisis del uso de artesanías textiles de los residentes ecuatorianos en Ottawa y propuesta de un plan de marketing internacional para la empresa "Bless Corporation S.A.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Nacionalidades y grupos étnicos del Ecuador. (2013). *Etnias del Ecuador*. Obtenido de <http://etnianacionalidadecuatoriana.blogspot.com/2013/04/sierra-cachas.html>

- OBS Business School. (2015). *Fases y tipos de proyectos*. Obtenido de <http://www.obs-edu.com/blog-project-management/conceptos-fundamentales-direccion-de-proyectos/que-es-un-proyecto-elementos-fases-y-tipos/>
- Oleg Cherne. (2012). *La bufanda*. Obtenido de <http://www.olegcherne.ru/art%C3%ADculos/151-bufanda/>
- Pérez L. (2013). *Agro proyectos*. Obtenido de <http://www.agroproyectos.org/2013/08/relacion-beneficio-costos.html>
- Pro Ecuador. (2016). *Exportaciones*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cuero-y-textiles/>
- Pro-Ecuador. (2013). *Inteligencia Comercial e Inversiones*. Quito: Pro-Ecuador.
- Pro-Ecuador. (2015). *Guía Comercial de España*. Quito: Pro-Ecuador.
- Pro-Ecuador. (2016). *Guía del Exportador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/faqs/cual-es-el-tramite-en-aduana-que-debo-hacer-para-realizar-una-exportacion/>
- Qué ver en Madrid. (2016). *Localización de Madrid*. Obtenido de <http://www.queverenmadrid.es/localizacion.html>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Quito: SENPLADES.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2011). *Regímenes aduaneros*. Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/pro/special_regimes.action
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2014). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comoexportar/guiaparaexportar/243-plan-exportacion-estructura>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2016). *Aduana Ecuador*. Obtenido de http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- Valeriano T. (2011). *Uso de bufandas*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Bufanda>
- Vera M. (2005). *Los Incoterms*. Obtenido de <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>.

ANEXOS

Anexo 1: Actividad de elaboración de artesanías



Anexo 2: Proceso de elaboración de bufandas



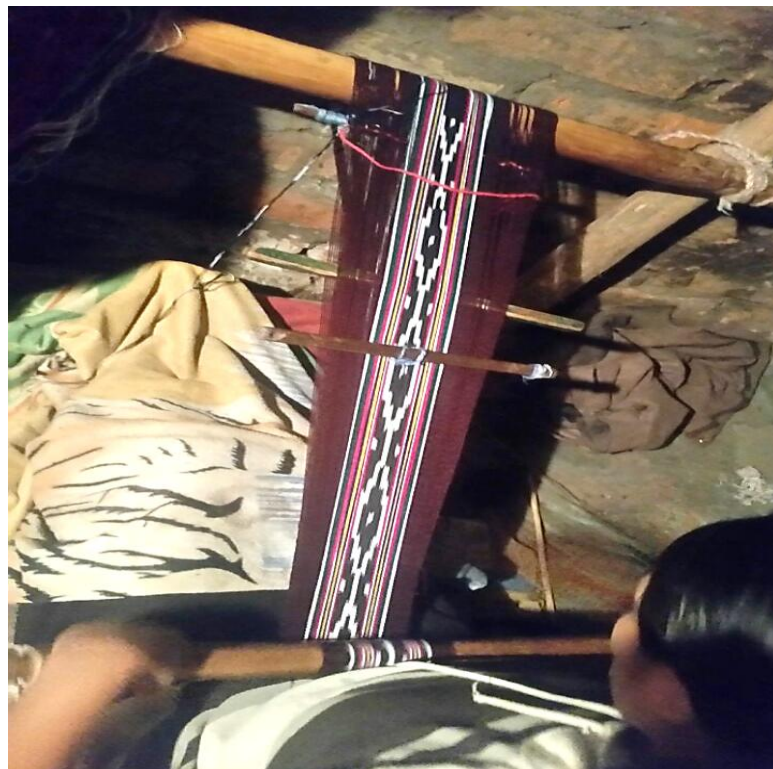
Anexo 3: Diseño de las bufandas



Anexo 5: Materiales utilizados para la elaboración de bufandas



Anexo 6: Proceso de elaboración de bufandas



Anexo 7: Interior del Centro cultural

