

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA  
SEDE QUITO**

**CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:  
INGENIERAS E INGENIERO COMERCIALES**

**TEMA:**

**CREACIÓN DE UN BRÓKER DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE  
ARTÍCULOS DE CUERO DEL SECTOR DE QUISAPINCHA PROVINCIA  
DE TUNGURAHUA CON PERSPECTIVAS DE EXPORTACIÓN A CHILE**

**AUTORES:**

**ADRIANA CRISTINA CEVALLOS MALDONADO  
JOSÉ ALEJANDRO CHILQUINGA RAMÓN  
MARÍA CRISTINA QUEZADA CAMPOVERDE**

**DIRECTOR:**

**DIEGO FERNANDO YÉPEZ BENALCAZAR**

**Quito, noviembre del 2014**

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO  
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Nosotros, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados, y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

**Quito, noviembre del 2014**

---

Adriana Cristina Cevallos Maldonado  
CC. 1722659859

---

José Alejandro Chilibinga Ramón  
CC. 1718982059

---

María Cristina Quezada Campoverde  
CC. 1720298817

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este trabajo principalmente a Dios, por habernos dado la vida y permitirnos llegar hasta este momento tan importante de nuestra formación profesional y el cumplir una de nuestras metas más anheladas. A nuestros padres Carmen, Ángel, Elda, José, Dolores y Pablo que son el pilar de nuestra vida y por demostrarnos que a través de la perseverancia se puede alcanzar los objetivos planteados, por el cariño y apoyo incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a nuestra prestigiosa institución Universidad Politécnica Salesiana que nos abrió las puertas para llegar a obtener la meta propuesta desde que se inició el camino universitario.

A nuestros docentes que son quienes nos brindaron el conocimiento propicio, la exigencia para llegar a obtener los resultados deseados.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO 1 .....	2
ANTECEDENTES.....	2
1.1    Definición de un bróker.....	2
1.2    Artesanos en Quisapincha .....	3
1.3    Artículos de cuero a exportar .....	3
1.3.1    Productos a exportar .....	4
1.3.2    Características de los productos a exportar .....	4
CAPÍTULO 2 .....	11
ESTUDIO DE MERCADO .....	11
2.1    Breve descripción del estudio de mercado .....	11
2.2    Objetivo general .....	11
2.3    Objetivos específicos.....	11
2.4    Análisis de la oferta .....	12
2.4.1    Objetivos generales .....	12
2.4.2    Objetivos específicos.....	12
2.4.3    Estudio de la oferta.....	12
2.4.4    Investigación de campo .....	14
2.4.5    Cálculo de la muestra. ....	14
2.4.6    Tipo de muestreo. ....	14
2.4.7    Análisis de encuesta .....	15
2.4.8    Oferta exportable ecuatoriana al mundo y sus principales destinos.....	24
2.4.9    Producción de artículos de cuero en Quisapincha.....	25
2.4.10    Oferta exportable de artículos de cuero de Quisapincha.....	26
2.4.11    Exportaciones de Ecuador .....	27
2.5    Análisis de la demanda (Chile) .....	30
2.5.1    Generalidades .....	30
2.5.2    Importaciones chilenas de artículos de cuero.....	34

2.5.3	Balanza comercial de Chile .....	37
2.5.4	Cálculo de demanda insatisfecha .....	40
2.6	Marketing mix .....	42
2.6.1	Promoción .....	42
2.6.2	Producto.....	45
2.6.3	Precio.....	47
2.6.4	Plaza / Distribución .....	49
CAPÍTULO 3 .....		54
ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....		54
3.1	Localización del proyecto.....	54
3.1.1	Macro ambiente .....	55
3.1.2	Micro ambiente.....	56
3.2	Aportes iniciales .....	56
3.3	Estudio organizacional .....	57
3.4	Servicios básicos .....	59
3.5	Materiales .....	60
3.5.1	Materiales de aseo y limpieza .....	60
3.6	Propiedad planta y equipo .....	60
3.7	Arrendamiento o compra de oficina .....	62
3.8	Bienes de control administrativo .....	62
3.9	Nombre de la empresa .....	63
3.10	Marco legal.....	63
3.10.1	Constitución de la compañía .....	63
CAPÍTULO 4.....		64
REQUISITOS Y TRÁMITES DE EXPORTACIÓN .....		64
4.1	Obtención de RUC .....	64
4.1.1	Requisitos para la inscripción de sociedades del sector privado. ....	64
4.2	Registro como exportador .....	65
4.2.1	Procedimiento para exportar. ....	66
4.3	Factura comercial .....	67

4.4	Documento de transporte BL (Bill of Lading) .....	68
4.5	Certificado de calidad.....	68
4.6	Lista de empaque.....	69
4.7	Certificado de origen .....	69
4.8	Fase pre embarque.....	69
4.9	Fase post embarque .....	70
4.10	Medidas y containerización.....	70
4.11	Costes de exportación.....	71
4.12	Formas de pago .....	72
CAPÍTULO 5 .....		76
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....		76
5.1	Plan de inversión .....	76
5.2	Capital de trabajo.....	77
5.3	Inversiones y financiamiento del proyecto.....	79
5.4	Estructura de costos .....	81
5.5	Costos por producto.....	82
5.6	Presupuesto de ingresos.....	83
5.7	Estados financieros .....	84
5.7.1	Balance general proyectado.....	86
5.7.2	Estado de resultados .....	88
5.7.3	Flujo de caja proyectado con financiamiento.....	89
5.7.4	Flujo de caja sin financiamiento.....	91
5.8	Punto de equilibrio .....	92
5.8.1	Cálculo en P.E. en unidades .....	92
5.8.2	Punto de equilibrio por artículo.....	92
5.8.3	Cálculo de valor monetario de equilibrio y cantidad de equilibrio .....	93
5.8.4	Punto de equilibrio .....	93
5.9	Costo-beneficio .....	94
5.10	Evaluación financiera .....	95
5.10.1	Tasa mínima aceptable de financiamiento (TMAR) .....	95
5.10.2	Valor actual neto (VAN) .....	96

5.10.3	Tasa interna de retorno (TIR) .....	97
5.11	Índices financieros .....	98
	CONCLUSIONES .....	101
	RECOMENDACIONES .....	102
	LISTA DE REFERENCIAS .....	103



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tamaño de la empresa.....	15
Tabla 2. Actividad económica.....	16
Tabla 3. Producción trimestral – anual de chompas .....	17
Tabla 4. Producción trimestral – anual de zapatos.....	17
Tabla 5. Producción trimestral – anual de carteras .....	18
Tabla 6. Oferta exportable unidades .....	19
Tabla 7. Tipo de producción .....	19
Tabla 8. Tipos de diseños.....	20
Tabla 9. Conocimiento sobre normas de calidad .....	21
Tabla 10. Tipos de ventas.....	22
Tabla 11. Formas de exportación .....	22
Tabla 12. Estaría dispuesto a exportar .....	23
Tabla 13. Conocimiento de beneficios gubernamentales.....	24
Tabla 14. Producción trimestral de artículos de cuero de Quisapincha .....	25
Tabla 15. Oferta exportable trimestral de artículos.....	26
Tabla 16. Oferta exportable artesanal de artículos de cuero .....	27
Tabla 17. Exportaciones de chompas en número de unidades.....	27
Tabla 18. Exportaciones de carteras en número de unidades. ....	28
Tabla 19. Exportación de zapatos en número de pares .....	29
Tabla 20. Ofertas optimizada .....	29
Tabla 21. Oferta exportable.....	30
Tabla 22. Ingreso per cápita Chile .....	33
Tabla 23. Inflación de Chile.....	34
Tabla 24. Variación de Ipc Chile .....	34
Tabla 25. Importaciones de chompas (unidades).....	35
Tabla 26. Importación de carteras (unidades).....	36
Tabla 27. Importación de zapatos en (unidades).....	37
Tabla 28. Saldo balanza comercial de Chile (millones de dólares) .....	37
Tabla 29. Balanza comercial de chompas (unidades).....	38
Tabla 30. Balanza comercial de carteras (unidades).....	39
Tabla 31. Balanza comercial de zapatos (unidades). ....	40
Tabla 32. Cálculo demanda insatisfecha de chompas .....	40

Tabla 33. Cálculo demanda insatisfecha carteras .....	41
Tabla 34. Cálculo demanda insatisfecha zapatos .....	41
Tabla 35. Política de marcas .....	43
Tabla 36. Cálculo de precio (dólares) .....	48
Tabla 37. Cálculo de margen de contribución .....	48
Tabla 38. Cuadro resumen empresa Ripley Chile S.A.....	50
Tabla 39. Cuadro resumen empresa Hites S.A. ....	50
Tabla 40. Mercado exportador italiano .....	51
Tabla 41. Mercado exportador francés.....	52
Tabla 42. Mercado exportador brasileño .....	53
Tabla 43. Localización por puntos oficina y bodega .....	54
Tabla 44. Tabla de aporte de socios y financiamiento .....	57
Tabla 45. Servicios básicos .....	60
Tabla 46. Suministros de aseo.....	60
Tabla 47. Propiedad planta y equipo.....	61
Tabla 48. Arriendo mensual .....	62
Tabla 49. Suministros de oficina.....	62
Tabla 50. Medidas y containerización .....	70
Tabla 51. Costes de exportación .....	71
Tabla 52. Activos no corriente (dólares).....	76
Tabla 53. Capital de trabajo (dólares) .....	78
Tabla 54. Resumen capital de trabajo (dólares) .....	79
Tabla 55. Inversión inicial (dólares) .....	79
Tabla 56. Financiamiento (dólares).....	80
Tabla 57. Estructura de costos .....	81
Tabla 58. Costos unitarios.....	82
Tabla 59. Presupuesto de ingresos anuales .....	83
Tabla 60. Estado de costos .....	84
Tabla 61. Balance general.....	86
Tabla 62. Estado de resultados.....	88
Tabla 63. Flujo de caja con financiamiento .....	89
Tabla 64. Flujo de caja sin financiamiento .....	91
Tabla 65. Punto de equilibrio 2015 y margen de contribución .....	92
Tabla 66. Punto de equilibrio por artículo .....	93

Tabla 67. Valor monetario de equilibrio y cantidad de equilibrio .....	93
Tabla 68. Punto de equilibrio .....	93
Tabla 69. Relación beneficio - costo.....	95
Tabla 70. Beneficio costo.....	95
Tabla 71. TMAR .....	96
Tabla 72. TIR con financiamiento .....	97

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Chompas clásicas.....	5
Figura 2. Chompas leñadoras.....	5
Figura 3. Chompas rock .....	6
Figura 4. Chompas motorbike.....	7
Figura 5. Chompas temporada. ....	7
Figura 6. Carteras .....	8
Figura 7. Zapatos caña alta.....	9
Figura 8. Zapatos caña media y baja.....	10
Figura 9. Zonas de producción.....	13
Figura 10. Exportaciones sector textil.....	25
Figura 11. Emblemas patrios de Chile. ....	31
Figura 12. Marca y Slogan.....	44
Figura 13. Manipuleo.....	46
Figura 14. Localización de Ambato vs. Quisapincha .....	55
Figura 15. Localización de oficina y bodega Ambato. ....	56
Figura 16. Organigrama estructural. ....	57
Figura 17. Requisitos para la inscripción de sociedades del sector privado .....	64
Figura 18. Registro como exportador.....	65
Figura 19. Procedimiento para exportar.....	66
Figura 20. Esquema de carta de crédito. ....	74

## ÍNDICE DE ANEXOS

1.1	Escritura constitución de la empresa (apertura de cuenta, accionistas, reserva de dominio).....	105
1.2	Encuesta productores de Quisapincha.....	116
1.3	Tabla de amortización del préstamo Banco Pichincha.....	119

## **RESUMEN**

Esta investigación tiene como finalidad crear un bróker para dar a conocer el mercado textil con la elaboración de artículos de cuero (zapatos, carteras y chompas) ya que en este sector de nuestro país no se ha explotado de manera idónea la potencialidad de venta nacional e internacional de estos productos. Con esta premisa, beneficiaremos a varios sectores, entre los más importantes, están los artesanos de la parroquia de Quisapincha, de igual forma queremos distinguir a este cantón como el principal productor de artículos de cuero y formar un posicionamiento de marca paulatino en el mercado internacional.

En la actualidad el alrededor del 80% de la población total del sector de Quisapincha se relaciona directa e indirectamente con la producción y comercialización de artículos de cuero, enfocándose en los productos que se van a presentar al exterior mediante la creación de dicho bróker "Leather Fashion".

Se analizó la demanda de acuerdo a un histórico de balanza comercial, importaciones y exportaciones del mercado objetivo al mundo. A su vez indicadores como el IPC (índice del precio al consumidor), el ingreso per cápita mostrando ser un mercado potencial para cierre de futuros negocios.

Para la creación del bróker Leather Fashion se estableció que la localización adecuada es Ambato basado en la optimización de recursos y disminución de costos en el proceso operativo y logístico, también se analizó la estructura organizacional necesaria para la puesta en marcha del negocio. Basando en lo antes indicado lo más acorde fue crear una empresa de sociedad limitada lo cual permite que los asociados tomen decisiones equitativas fomentando trabajo organizado y acorde al giro del negocio.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to create a broker for publishing the textile market by the manufacturing of leather goods (shoes, purses and jackets) because of the national and international commerce of this economic sector has not taken advantage as it should be. With this premise our purpose is to benefit to various sectors, among the most important are the Quisapinchas artisan, in the same way we want to distinguish this canton as the principal manufacturing textile leather manufactory with a gradual positioning of Ecuadorians brands in the international market.

Actually around the 80% of Quisapinchas population relates direct and indirect between manufactory and commerce of leather goods focusing on the products that will be presented to international market by creating the “Leather Fashion” broker.

The demand was analyzed according to historical data such as trade balance, imports and exports from de objective market to world. Also it was taken some important indicators as RPI (retail price index) and per capita incomes showing be a potential future close business market.

For establishing Leather Fashion broker was considered Ambato city as the best option of localizing based on optimization of resources and operative – logistic cost decrease, on the other hand organizational structured needed was analyzed for the implementation of the business. Basing on the above indicated as a line was to create a limited company which allows promoting take equitable decisions and organized enforces according to the business work.

## INTRODUCCIÓN

Al trasladarse por reiteradas ocasiones a la parroquia de Quisapincha provincia de Tungurahua, en búsqueda de artículos de cuero, nació la inquietud de si estos artículos se exportaban en cantidades considerables y a que mercados. Se observó que la problemática se presenta en la internacionalización de mínimas cantidades de productos terminados y en su gran mayoría materias primas, lo cual hizo alusión a las preguntas, ¿Por qué exportar materias primas y no productos terminados?, y, ¿por qué no son aprovechados como beneficio para los productores?

El principal problema que genera estas interrogantes es que no existe una visión empresarial de expansión a nuevos mercados creando una cultura de conformismo. La creación de un bróker o intermediario que impulse los negocios internacionales y que apoye a los productores en asesoría legal y administrativa es acertada, lo cual logrará que los productores de este sector crezcan y que sus aportes al país sean no sean limitados.

De acuerdo a este análisis se propone la creación de un bróker capaz de apoyar a los artesanos para exportar de manera formal ayudando a que el registro de exportaciones en la balanza comercial se incremente en las partidas de chompas zapatos y carteras lo cual fortalecerá la imagen de este sector y del país frente a mercados potenciales.

Con el objetivo de incrementar las exportaciones se busca lograr un posicionamiento paulatino enviando productos con marca blanca en porcentajes bajos y de marcas locales en mayor volumen, dando mayor oportunidad a la empresa de un crecimiento de acuerdo a la inversión que se ha realizado y buscando la recuperación de la misma en el tiempo establecido.



# CAPÍTULO 1

## ANTECEDENTES

### 1.1 Definición de un bróker

En la actualidad los artesanos de Quisapincha de artículos de cuero no cuentan con exportaciones formales de estos artículos a mercados extranjeros lo que da como resultado que estos se enfoquen a mercados locales y por ello la pérdida de oportunidades de emprendimiento, crecimiento y falta de interés para incursionar a nuevos mercados. Existen personas que realizan compras esporádicas para internacionalizarlas lo que ha ocasionado una subestimación de las exportaciones de este sector y de los artículos mencionados en el presente trabajo. De allí nace la necesidad de crear un bróker formal mismo que se enfocará en fomentar e internacionalizar los artículos basándose en un pago justo a los artesanos del sector. A continuación se explicará que es un bróker y cuáles son sus principales características.

En inglés Broker o en español corredor / agente, este es un ente o persona vinculadora que tiene como finalidad ser el link de cierre de negociaciones entre vendedores y compradores facilitando la conexión y dando opciones de inversión para un desarrollo sostenible para las partes interventoras, “Comunidad Forex” lo define así “Un bróker es una persona física o una firma que actúa de intermediario entre un comprador y un vendedor y que normalmente cobra una comisión de la operación”. (Comunidad Forex, 2011)

Las funciones principales de un bróker son conocer el producto ofertado y analizar el mercado al que se va a dirigir, establecer correctas estrategias de introducción, contacto al cliente potencial, buscar una efectiva logística que mejore tiempos y costes.

El giro de negocio se basa principalmente en el cobro por el asesoramiento y gestión realizada, de acuerdo a las funciones establecidas en los contratos con el proveedor y comprador.

## 1.2 Artesanos en Quisapincha

La parroquia San Antonio de Quisapincha se encuentra ubicado a 12 kilómetros al occidente de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua 3000 metros sobre el nivel del mar, cuenta con una superficie de 200 kilómetros cuadrados y su temperatura promedio es de 12° centígrados. En los 80's la población del sector eran obreros que trabajaban en Ambato, de allí es que a través del tiempo los habitantes se han independizado formando sus propios negocios basados en artesanías de cuero. Quisapincha cuenta con aproximadamente 12.400 habitantes alrededor del 70% de sus habitantes se dedican a la fabricación y comercialización de artículos de cuero mismos que se reflejan de acuerdo al SERVICIO DE RENTAS INTERNAS en el año 2013 existen 235 locales que comercializan estos artículos que involucran un back up de aproximadamente 10 familias (promedio de 5 personas) mismas que se dedican a la fabricación artesanal los artículos antes mencionados.

De los 235 locales que comercian estos productos el 30% vende de manera indirecta principalmente chompas, carteras y zapatos a mercados internacionales, la idea principal de este trabajo es que lo hagan directamente donde obtengan una mayor cantidad de contribución que más adelante será analizado, este trabajo también pretenderá incrementar la cantidad de exportadores para así alinear a los objetivos gubernamentales de inversión y crecimiento del sector productivo y comunitario ecuatoriano.

## 1.3 Artículos de cuero a exportar

El estudio técnico permitirá explicar las principales características de los artículos que se exportaran al mercado chileno identificando así cuales son las diferentes materias primas y los diseños en boga para el mercado chileno.

### 1.3.1 Productos a exportar

Los productos a exportar serán accesorios unisex 100% de piel de animales bovinos y vacunos con la particularidad que son realizados por artesanos ecuatorianos los cuales dan a cada prenda un toque único donde ponen todo su esfuerzo para dejar el nombre del país en alto. Los productos son los siguientes:

- Chompas.
- Carteras
- Zapatos

### 1.3.2 Características de los productos a exportar

#### 1.3.2.1 Chompas:

Llamadas chompas en Ecuador, Bolivia, Perú, Paraguay; chamarras en México; campera o cazadora en Uruguay y Argentina; chomba o casaca en Chile estos accesorios de vestir son utilizados para protegerse de las inclemencias climáticas como el frío y resistencia al agua sin descuidar el look y distinción.

Actualmente se tiene diferentes tendencias, tales como:

Chompas clásicas. Entre los 50's los actores como Elvis Presley y cantantes las hicieron famosas por las películas de motociclistas con personalidad y agresividad.

Estilo de chompas clásicas



Figura 1. Chompas clásicas

Fuente: (Fan Pop, 2013), por A. Cevallos, J. Chiquinga, & M. Quezada, 2014

Leñadoras. Caracterizadas por ser largas, mantener la elegancia y ser ligeras. Estas tendencias son más inglesas o escocesas.

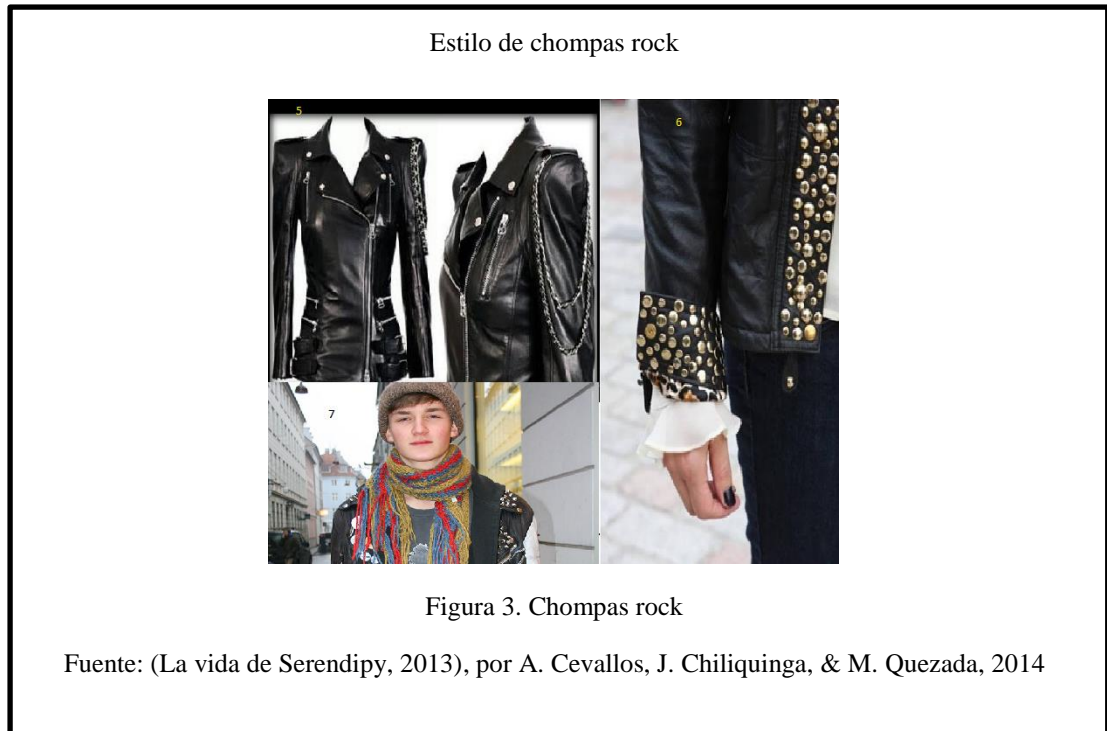
Estilo de chompas leñadoras



Figura 2. Chompas leñadoras.

Fuente: (Fan Pop, 2013), por A. Cevallos, J. Chiquinga, & M. Quezada, 2014

Rock. Caracterizadas por las prevalencia de estoperoles y hebillas, en los años ochenta fueron usadas por etnias urbanas como punks pero más adelante fueron de uso común en la juventud o personas más nostálgicas.



Motorbike. Estas chaquetas o chompas tienen ciertas características como son protecciones contra golpes tales como coderas, pecheras, protecciones para columna entre otros de vital importancia en el caso de una colisión en uno de estos automotores en moto. A su vez al ser el cuero una piel natural de un animal este tipo de chompas o chaquetas brinda una protección adicional en el viento o dado el caso el sol brindando una apariencia de moda.

#### Estilos de chompas motorbike



Figura 4. Chompas motorbike

Fuente: (Arpem, 2012), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

Temporada. Son prendas diseñadas para un periodo específico que tienen una apariencia más de moda las mismas que varía en tendencias de diseño como tendencias de colores, para lo cual estaremos preparados al disponer de diseñadores ecuatorianos.

#### Estilos de chompas temporada

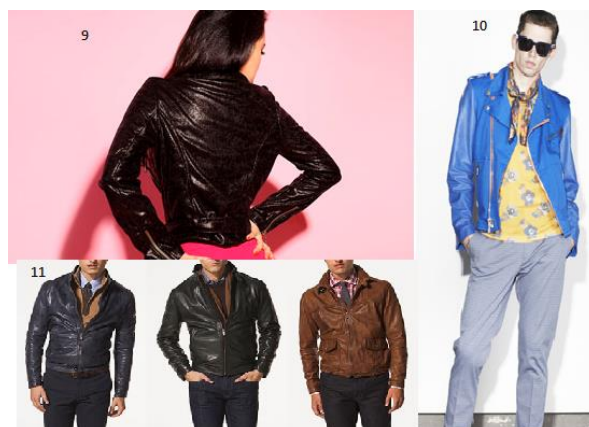


Figura 5. Chompas temporada.

Fuente: (Churchill and Rufus, 2013), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

### 1.3.2.2 Carteras

Llamadas carteras o bolsos dependiendo del lugar que nos encontremos estos estos accesorios son utilitarios para el transporte de pequeños artículos como llaveros, monederos o chaucheras, maquillaje, libros, etc.

Podemos encontrarlos en varios tipos de materiales tales como de tela, materiales sintéticos y pieles de animales como es nuestro caso. Los bolsos o carteras de piel son mucho más resistentes y agregan un toque de originalidad y clase.

A continuación mostraremos varios tipos de carteras de piel:



### 1.3.2.3 Zapatos

El zapato a través de la historia ha sido un artículo que ha sido utilizado como protección para la parte inferior del cuerpo humano los pies, al pasar el tiempo ya no solo han sido vistos como algo de protección como fue su idea original si no que se lo ha convertido en una forma de demostrar diferencia entre el resto de personas, inclusive algunos lo ven como un fetiche entendiéndose esta palabra como una obsesión. Por lo general son hechos de piel aunque también los hay de materiales sintéticos y tela. En nuestro caso serán solo de piel de animales tales como bovinos o borrego.

Tenemos a disposición de tres tipos:

De caña alta. Por lo general tienden a tener un estilo más country lo que les hace lo suficientemente utilitarias para cabalgatas “cowboy” o para lugares donde la prevalencia de un clima frío exige más protección, protegen desde el pie hasta aproximadamente la rodilla.



Caña media. Con un estilo más fashion este tipo de calzado es más utilizado por personas que les gusta mantener el estilo de moda a pesar de las inclemencias climáticas, excelente en climas fríos-lluviosos este tipo de calzado se mantiene a la vanguardia.



Estilos de zapatos caña media y baja



Figura 8. Zapatos caña media y baja

Fuente: (Mango, 2013), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

Caña baja. Este tipo de calzado es excelente en la temporada de verano donde se vuelve lo bastante practico utilizar calzado cómodo que ayude a mantener la temperatura corporal climatizada.

## **CAPÍTULO 2**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### 2.1 Breve descripción del estudio de mercado

Para iniciar este capítulo se debe entender en primera instancia el significado de un estudio de mercado mismo que la “Revista emprendedores” define así:

Proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Emprendedores, 2012)

El estudio de mercado es una herramienta que se utiliza para la realización del plan de negocios; basándose en esta herramienta se puede identificar la situación actual del mercado así como también de la competencia, si un producto es atractivo o no e identificar la posibilidad de introducción de un nuevo producto, a su vez nos da la matriz básica para la elaboración de estrategias a aplicar con el referencia al precio, plaza, producto y promoción.

#### 2.2 Objetivo general

Analizar la situación actual de la oferta y demanda, así como también identificar la viabilidad del proyecto.

#### 2.3 Objetivos específicos

- Analizar la oferta y la demanda de los artículos de cuero a nivel mundial.
- Identificar la capacidad de producción (oferta exportable) y costes.
- Identificar lugar de destino de la mercadería a exportar.

- Establecer costes de exportación.
- Establecer la estrategia de introducción al mercado chileno.
- Identificar los consumidores.
- Establecer el precio de venta de los artículos de cuero a los mayoristas.

## 2.4 Análisis de la oferta

### 2.4.1 Objetivos generales

Analizar la oferta exportable

### 2.4.2 Objetivos específicos

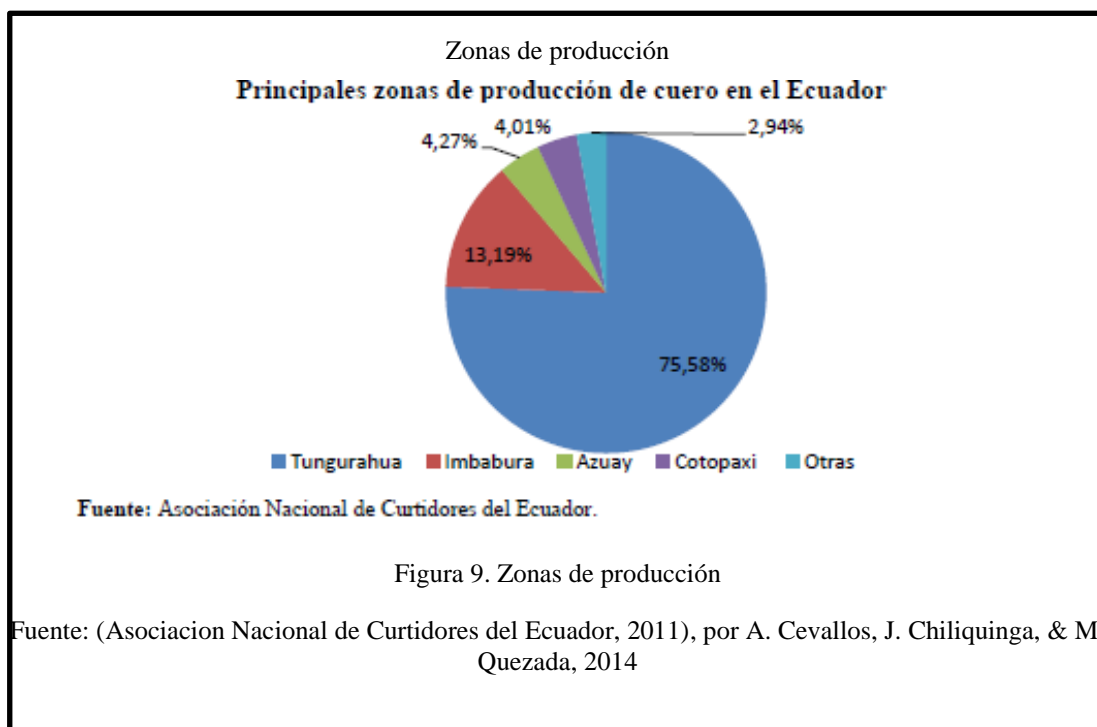
- Identificar el tamaño de empresas que hay en el sector de Quisapincha.
- Analizar las capacidades de producción y la oferta exportable.
- Indicar si la producción de los artículos de cuero a exportar son artesanales o tecnificados.
- Saber la procedencia de los diseños de los artículos de cuero a exportar.
- Identificar los tipos de exportación que se realizan en el sector.
- Identificar los principales destinos de exportación del sector.
- Identificar los costes de los artículos de cuero para la internacionalización.

### 2.4.3 Estudio de la oferta

#### 2.4.3.1 Introducción

Las provincias con mayor producción se encuentran en la sierra, en Tungurahua, Imbabura, Azuay y Cotopaxi. Según datos de la asociación nacional de curtidores del

Ecuador (ANCE), la provincia del Tungurahua cuenta con 1.770 talleres artesanales dedicados a la confección de prendas de vestir de cuero y a la zapatería. Esta cantidad de talleres representa 75,6% de la actividad artesanal de la rama en Ecuador. Los talleres se ubican en los cantones de Ambato, Baños, Cevallos y Quisapincha.



La provincia de Imbabura cuenta con 309 talleres artesanales dedicados a la confección en cuero y a la talabartería. Esta provincia tiene el 13,2% de los talleres de la rama registrados en el país. Los principales se encuentran en el Cantón Cotacachi, con una producción de alta calidad. Otras provincias en donde se pueden encontrar talleres artesanales dedicados a esta actividad son Azuay, con 100 unidades productivas y Cotopaxi, con 94 talleres. En ambas provincias se realizan confecciones de cuero y artículos de talabartería, y representan 4,3% y 4,0%, de la actividad en artesanías de cuero y afines del país.

En las restantes provincias la producción de prendas de vestir de cuero y otras manufacturas de este material es marginal. Se cuentan 69 talleres artesanales, es decir una participación porcentual de 2,9%, dentro del universo global en la actividad relacionada con cueros y afines. (Asociacion Nacional de Curtidores del Ecuador, 2011)

#### 2.4.4 Investigación de campo

Para la identificación de la oferta exportable y diversos datos de suma importancia del sector de Quisapincha se recurrirá a la encuesta como método de obtención de información. Los principales beneficios que tiene este método de investigación son:

- Permite investigar a una muestra representativa de la población misma que proporciona información relevante del total de la población.
- Es un cuestionario normalizado para todos los encuestados permitiendo identificar información específica útil para la investigación.
- Permite definir a un grupo específico parte de la población total.

**(Ver Anexo 2.1)**

#### 2.4.5 Cálculo de la muestra.

De la población total del sector a investigar aproximadamente el 70% de la población se dedica a la confección y comercialización de artículos de cuero, como no se pudo identificar un número exacto de individuos se decide tomar el total de locales de comercialización y producción artesanal de estos artículos mismos que de acuerdo al SERVICIO DE RENTAS INTERNAS lo define en 235 locales y productores registrados, este dato se convierte en la población a investigar.

#### 2.4.6 Tipo de muestreo.

El método a utilizar será el “muestreo estratificado simple” mismo que permite identificar los individuos a investigar aleatoriamente para que así se obtenga un dato más preciso. A continuación se muestra la formula a utilizar para el cálculo de la muestra.

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

n= muestra

z= nivel de confianza (5% de error estimado)

p= proporción de éxito

q= proporción de fracaso

N= población

e= error

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 235}{0,05 * (235 - 1) + 1,96z^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \mathbf{146}$$

De acuerdo al método de muestreo antes descrito se deberá realizar 146 encuestas del total de la población de 235 teniendo un error aceptable del 5%.

#### 2.4.7 Análisis de encuesta

1. ¿La empresa es?

Tabla 1. Tamaño de la empresa

<b>Empresa</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Grande	11	7,53%
Mediana	43	29,45%
Pequeña	92	63,01%
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>100%</b>

Nota: Tamaño de la Empresa. Adaptado de investigación por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Análisis:

De acuerdo al estudio de mercado realizado en el sector de Quisapincha, en lo referente al tamaño de empresas que prevalece más en este sector son las empresas de tamaño pequeño, con un porcentaje del 63.01%, esto se debe a la forma de producción artesanal misma que se hereda de generación a generación, la diferencia es decir el 7.53% y 29.45% respectivamente pertenece a la grande y mediana empresa, misma que ya ha sido vista desde una forma empresarial más tecnificada.

2. ¿Su empresa se dedica a?

Tabla 2. Actividad económica

<b>Actividad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Producción	34	23,29%
Comercialización	24	16,44%
Ambas	88	60,27%
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>100%</b>

Nota: Actividad Económica. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Análisis:

El 60.27% del total de locales del sector se dedica a la confección y comercialización de artículos de cuero, puesto que lo ven de manera más rentable el producir y vender sus propios diseños. Por otra parte el 23.29% y 16.44% se dedican a la producción y comercialización respectivamente, ya que lo toman como más rentable las actividades separadas por costos e inversión.

3. ¿Cuál es la producción promedio trimestral por unidades?

Tabla 3. Producción trimestral – anual de chompas

<b>Chompas</b>				
<b>Rango Trimestral</b>	<b>Número de Productores</b>	<b>Porcentaje Productores</b>	<b>Producción trimestral</b>	<b>Producción Anual</b>
1-150	24	17,02%	3.600	14.400
151-300	47	33,33%	14.100	56.400
301-450	27	19,15%	12.150	48.600
451-600	25	17,73%	15.000	60.000
601-750	16	11,35%	12.000	48.000
Más (1500)	2	1,42%	3.000	12.000
<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>	<b>59.850</b>	<b>239.400</b>

Nota: Producción Trimestral – Anual de Chompas. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Análisis:

La mayor parte de los artesanos dicen producir entre 151 y 300 unidades cada trimestre esto con una participación de 33.33% y producción de 14.100 unidades trimestrales y 56.400 unidades anuales del total de productores de chompas, seguido del rango 301-450 unidades cada trimestre con un porcentaje de participación de 19.15% y producción trimestral de 12.150 y 48.600 anuales. Básicamente el motivo por el cual aparentan tener una producción baja se debe a que la mayoría realiza la producción de forma artesanal y el tamaño de empresas son pequeñas.

Tabla 4. Producción trimestral – anual de zapatos

<b>Zapatos</b>
----------------



<b>Rango</b>	<b>Número de Productores</b>	<b>Porcentaje Productores</b>	<b>Producción trimestral</b>	<b>Producción Anual</b>
1-150	55	39,01%	8.250	33.000
151-300	29	20,57%	8.700	34.800
301-450	19	13,48%	8.550	34.200
451-600	25	17,73%	15.000	60.000
601-750	10	7,09%	7.500	30.000
Más (1482)	3	2,13%	4.445	17.780
<b>Total</b>	<b>141</b>	<b>100%</b>	<b>52.445</b>	<b>209.780</b>

Nota: Producción Trimestral – Anual de Zapatos. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Análisis:

La producción de calzado es el segundo artículo, se debe a que por costumbre y tradición del sector los artesanos se dedican más a la producción de chompas, sin embargo las personas que se dedican a la producción de calzado es el 39.01% de 1-300 unidades trimestrales con una producción de 8.250 unidades trimestrales y 33.000 unidades anuales.

Tabla 5. Producción trimestral – anual de carteras

<b>Carteras</b>				
<b>Rango Trimestral</b>	<b>Número de Productores</b>	<b>Porcentaje Productores</b>	<b>Producción trimestral</b>	<b>Producción Anual</b>
1-150	40	31,50%	6.000	24.000
151-300	35	27,56%	10.500	42.000
301-450	30	23,62%	13.500	54.000
451-600	15	11,81%	9.000	36.000
601-750	5	3,94%	3.750	15.000
Más	2	1,57%	3.200	12.800
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>100%</b>	<b>45.950</b>	<b>183.800</b>

Nota: Producción Trimestral – Anual de Carteras. Adaptado de investigación por, A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Análisis:

El 31.50% de artesanos del sector producen carteras entre 1-300 unidades trimestrales con una producción de 6.000 unidades trimestrales y 24.000 unidades

anuales esto se debe al tamaño de empresa que prevalece en el sector y porque la mayoría utiliza el método artesanal.

4. ¿Qué cantidad del total de su producción estaría dispuesto a ofertar para la exportación?

Tabla 6. Oferta exportable unidades

	trimestral		anual		porcentaje
	producción total	oferta exportable	producción total	oferta exportable	
Chompas	59.850 unid.	22.763 unid.	239.400 unid.	91.052 unid.	38,03%
Carteras	45.950 unid.	16.760 unid.	183.800 unid.	67.040 unid.	36,50%
Zapatos	52.445 unid.	19.477 unid.	209.780 unid.	77.908 unid.	37,14%

Nota: Oferta Exportable Unidades. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibinga, & M. Quezada, 2014

**Análisis:**

La producción total del sector es de 59.850 chompas, 52.445 pares de zapatos y 45.950 carteras trimestrales de las cuales los artesanos de acuerdo al estudio de campo están dispuestos a ofertar para internacionalizar sus artículos el 38,03%, 37.14% y 36.47% respectivamente.

5. ¿La producción usted la realiza de forma?

Tabla 7. Tipo de producción

	Cantidad	Porcentaje

Artesanal	94	64,4%
Tecnificada	50	34,2%
Ambas	2	1,4%
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>100,0%</b>

Nota: Tipo de Producción. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

#### Análisis:

El 64 % de la producción de Quisapincha se realiza de manera artesanal porque invade el temor de inversión y pérdida por el desconocimiento de los beneficios que otorga el gobierno central a los productores motor de desarrollo local; el 34 % lo realiza de manera tecnificada porque han visionado a futuro invirtiendo en maquinaria y equipo innovando proceso.

#### 6. ¿Realiza usted sus propios diseños?

Tabla 8. Tipos de diseños

<b>Diseños propios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí</b>	116	79,5%
<b>No</b>	30	20,5%
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>100,0%</b>

Nota: Tipos de diseños. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

#### Análisis

La mayor parte de los encuestados realiza sus propios diseños la cual en algunos de los casos nos favorece porque son diseños únicos y atractivos a la vez genera controversia ya que algunos artesanos mantienen diseños clásicos lo que ha resultado poco atractivo para el consumidor final provocando una caída en ventas. El 21%

copia diseños del exterior ya sea por revistas de moda o internet porque consideran que el producto debe estar diseñado a los gustos del consumidor.

7. ¿Tiene conocimiento sobre las normas de calidad para la exportación?

Tabla 9. Conocimiento sobre normas de calidad

<b>Conoce normas calidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí</b>	59	40,4%
<b>No</b>	87	59,6%
<b>Total</b>	146	100,0%

Nota: Conocimiento sobre normas de calidad. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Análisis:

Más de la mitad de los encuestados indican no tener conocimiento de normas de calidad para la exportación esto se debe a que muy pocos de ellos exportan o lo han hecho de forma directa, otra razón por la que no se han interesado es porque asumen que obtener normas de calidad es muy complicado y que necesita una inversión alta. Por otra parte la diferencia en menor participación porcentual dice tener conocimiento en temas de calidad mismos que se convertirán en los potenciales proveedores.

8. ¿Exporta los artículos que produce o comercializa?

Tabla 10. Tipos de ventas

<b>Exporta</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí</b>	58	39,7%
<b>No</b>	88	60,3%
<b>Total</b>	<b>146</b>	<b>100,0%</b>

Nota: Tipos de ventas. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Análisis

60 de cada 100 empresas del sector dicen no exportar por varios motivos tales como: desconocimiento del proceso que una exportación conlleva, el no tener los medios indicados para realizar conexiones con clientes en el extranjero, temor a ser engañados y perder la inversión, poca capacidad de producción individual,

9. ¿De qué manera ha exportado?

Tabla 11. Formas de exportación

<b>Exportaciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Directa</b>	21	35,6%
<b>Intermediarios</b>	38	64,4%
<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0%</b>

Nota: Tipos de exportaciones. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Análisis:

La mayoría ha realizado exportaciones a través de intermediarios porque desconocen el mecanismo de internacionalizar sus ventas por lo que se les facilita exportar con la ayuda de terceros; la diferencia lo hace de manera directa por la experticia que han obtenido en los intentos de incrementar ventas con objetivos firmes basados en el emprendimiento y superación.

10. ¿A qué países ha exportado sus productos?

Los artículos de la presente investigación se exportan a 21 países ya sea de manera directa o a través de intermediarios, el que tiene mayor frecuencia de exportación es Estados Unidos y Colombia porque son países que valoran el producto artesanal, Chile se encuentra en el tercer lugar del total.

11. ¿Estaría dispuesto a exportar?

Tabla 12. Estaría dispuesto a exportar

	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	77	88,5%
No	10	11,5%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100,0%</b>

Nota: Estaría dispuesto a exportar. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

Análisis:

La mayoría de los encuestados están dispuestos a exportar porque tienen el interés de incrementar sus ventas, expandir su mercado al exterior y promocionar el producto ecuatoriano, solamente el 11,5% no está interesado en ingresar sus productos al exterior porque no tienen capacidad de producción y con la cantidad que disponen es solamente para la venta nacional.

12. ¿Conoce los beneficios que el gobierno central promueve para la exportación de productos nacionales?

Tabla 13. Conocimiento de beneficios gubernamentales

	<b>Porcentaje</b>
<b>Sí</b>	31,5%
<b>No</b>	68,5%

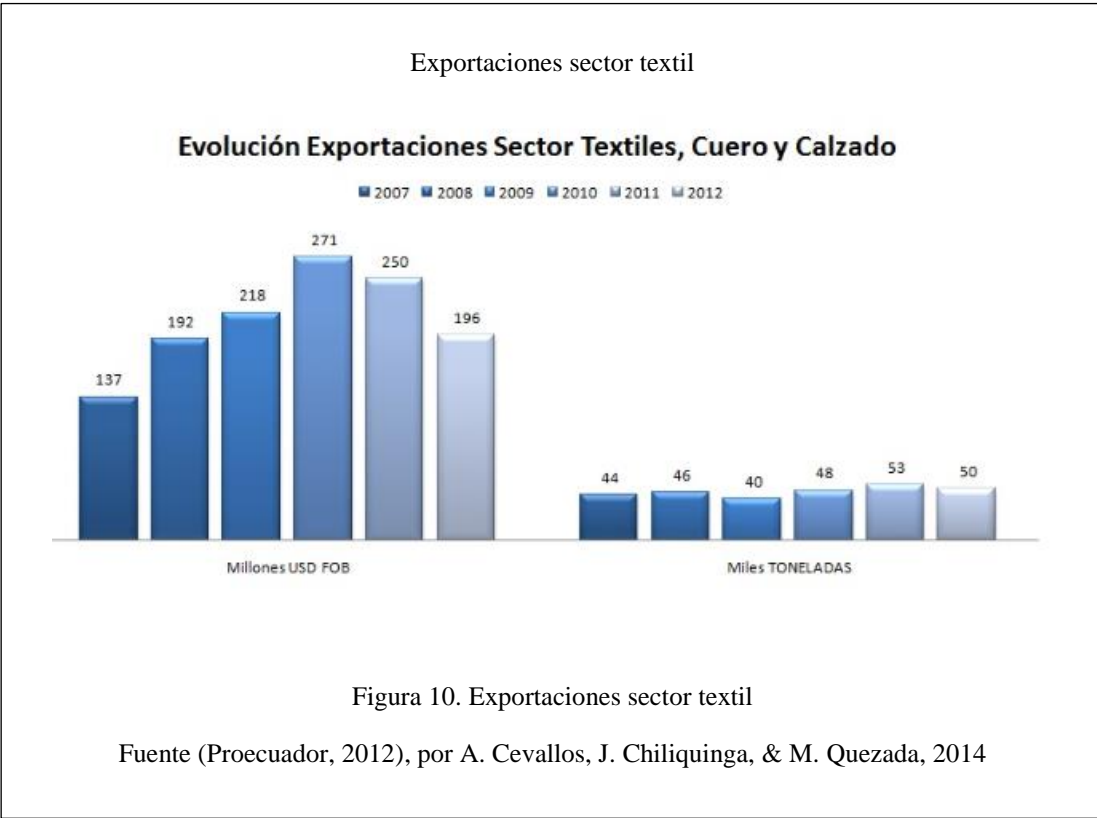
Nota: Conocimiento de beneficios gubernamentales. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

Análisis:

El 68% desconoce los beneficios que brinda el gobierno central para las exportaciones y aproximadamente la cuarta parte tiene conocimiento por cursos realizados en la cámara de comercio de Ambato, algunas de las empresas de Quisapincha están afiliadas a ANCE la cual realiza cursos de capacitación a los productores. Además tenemos el acuerdo ACE 65, el cual ingresan los artículos de cuero a Chile con el 0% de arancel.

#### 2.4.8 Oferta exportable ecuatoriana al mundo y sus principales destinos

Las exportaciones de cuero (pieles) y sus confecciones, ascienden a: US\$ FOB 26,6 mm y sus principales destinos son: Italia, Venezuela, Perú y Colombia. Por su parte, las exportaciones del sector calzado ascienden a: US\$ FOB 38,9 mm y sus destinos principales son: Colombia, Perú, Venezuela, Guatemala y Estados Unidos. (Proecuador, 2012)



#### 2.4.9 Producción de artículos de cuero en Quisapincha

La concentración de producción de los artículos a exportar del sector son las chompas, seguido de zapatos y carteras, a continuación se enlista las cantidades de producción trimestral de cada uno de ellos.

Tabla 14. Producción trimestral de artículos de cuero de Quisapincha

Producción total (unidades)		
Artículo	Trimestral (unidades)	Anual (unidades)
Chompas	59.850	239.400
Zapatos	52.445	209.780
Carteras	45.950	183.800

Nota: Producción trimestral de artículos de cuero de Quisapincha. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

Según la encuesta realizada en el sector de Quisapincha, la producción anual de los artesanos es de 239.400 unidades de chompas, siendo las ventas en el sector y a



extranjeros, seguidos por los zapatos con una producción anual de 209.780 unidades y por último las carteras con la fabricación anual de 183.800 unidades.

#### 2.4.10 Oferta exportable de artículos de cuero de Quisapincha

De acuerdo a la investigación de mercado que se realizó a través de una encuesta en el sector de Quisapincha, la producción anual de chompas es de 239.400 unidades y los artesanos están dispuestos a exportar 91.052 unidades (38,03%), la fabricación anual de zapatos 209.780 unidades y están prestos a vender a nivel internacional 77.908 unidades (37,14%), por último las carteras tienen una producción anual de 183.800 unidades y a exportarse 67.040 unidades (36,47%).

Tabla 15. Oferta exportable trimestral de artículos

<b>Producción exportable(unidades)</b>			
<b>Artículo</b>	<b>Trimestral</b>	<b>Anual</b>	<b>Porcentaje</b>
Chompas	22.763	91.052	38,03%
Zapatos	19.477	77.908	37,14%
Carteras	16.760	67.040	36,47%

Nota: Oferta exportable trimestral de artículos. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

Después de haber analizado las preguntas 4 y 5 de la investigación de mercado, la oferta exportable se considerara como la que ofrecen los artesanos del sector mas no se tomará en cuenta si esta es tecnicada - ambas. El 64,4% de los 146 encuestados producen artículos artesanales, por ello que en el siguiente cuadro se detalla las cantidades (unidades) de cada uno de los productos a exportar.

Tabla 16. Oferta exportable artesanal de artículos de cuero

<b>Oferta exportable artesanal (unidades)</b>		
<b>Artículo</b>	<b>Trimestral</b>	<b>Anual</b>
Chompas	14.659	58.637
Zapatos	12.543	50.173
Carteras	10.793	43.174

Nota: Exportable artesanal de artículos de cuero. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

#### 2.4.11 Exportaciones de Ecuador

A continuación se detallan las exportaciones de los artículos tema del presente trabajo desde el Ecuador al mundo señalando los principales destinos:

##### 2.4.11.1 Chompas

Exportación de chompas es:

Tabla 17. Exportaciones de chompas en número de unidades.

<b>Exportaciones de chompas (unidades)</b>					
<b>Importador</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Costa Rica	1.617	2.592	2.025	1.492	1.042
Guatemala	283	467	517	292	158
Chile	467	1.242	475	1.117	833
EEUU	217	1.258	225	433	17
Venezuela	83	58	133	150	117

Nota: Exportaciones de chompas en número de unidades. Fuente: (Banco Central Ecuador, 2009), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

El principal destino en 2013 de las chompas ecuatorianas fue Costa Rica puntuando la tabla con 1.042 unidades, seguido por Chile con 833 unidades mismo que en 2012

tuvo 1.117 unidades lo cual demuestra que tiene una tendencia a crecer las ventas en el mercado objetivo basado con las ventas de años anteriores.

#### 2.4.11.2 Carteras

Exportación de carteras es:

Tabla 18. Exportaciones de carteras en número de unidades.

<b>Exportaciones de carteras (unidades)</b>					
<b>Importador</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
EEUU	2.855	3.618	2.073	4.673	4.309
Chile	467	1.275	188	1.117	2.127
España	-	18	-	2.436	9.782
Alemania	1.091	1.127	1.345	491	55
Panamá	-	-	-	618	618

Nota: Exportaciones de carteras en número de unidades. Fuente: (Banco Central Ecuador, 2009), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

El principal destino en 2013 de las carteras ecuatorianas fue España llegando a exportarse 9.782 unidades por consiguiente en el mismo año se vendió a los Estados Unidos de América 4.309 unidades y a Chile, nuestro mercado objetivo, se exporto 2.127 unidades. Esto demuestra que las carteras ecuatorianas tienen una excelente acogida en el mercado extranjero, lo cual se puede entender que tiene excelente calidad y diseño.

#### 2.4.11.3 Zapatos

Exportaciones zapatos es:

Tabla 19. Exportación de zapatos en número de pares

<b>Exportaciones de zapatos (unidades)</b>					
<b>Importador</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Colombia	24.764	49.347	45.150	74.486	203.908
Costa Rica	-	-	-	-	2.741
EEUU	-	-	-	-	353
Panamá	75	-	-	-	32
Perú	9.240	-	5.878	12.120	-
Chile	717	203	-	-	-

Nota: Exportación de zapatos en número de pares. Fuente: (Banco Central Ecuador, 2009), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

Colombia es el principal comprador de calzado del Ecuador, en 2013 compró un total de 203.908 pares de zapatos lo que demuestra el potencial de los productores ecuatorianos en lo referente a calidad y diseños vanguardistas al introducirse a un país que se encuentra en desarrollo continuo en moda.

#### 2.4.11.4 Oferta optimizada

Tabla 20. Ofertas optimizadas

<b>Oferta optimizada (unidades)</b>			
<b>Artículo</b>	<b>trimestral</b>	<b>anual</b>	<b>%</b>
Chompas	2000	8000	13.48%
Zapatos	1000	4000	9.12%
Carteras	1000	4000	7.86%

Nota: Ofertas optimizadas. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

Para el presente trabajo la cantidad a exportar será la oferta optimizada de artículos de cuero, lo cual se define como 10% mínimo de la oferta exportable en promedio. Se considera para cada artículo una oferta optimizada distinta, para las chompas es el 13.48% para los zapatos 9.12% y carteras con 7.86% que es obtenida de la capacidad de producción artesanal del sector.

Se ha considerado que se exportará a mayoristas mismos que se indican en los temas subsiguientes, esta decisión se toma basándose en que las exportaciones de los artículos tienen una tendencia creciente y se muestran irregulares debido a que no existe una comercialización formalizada.

Tabla 21. Oferta exportable

<b>Artículo artesanal</b>	<b>Capacidad anual exportable (unidades)</b>
Chompas	8000
Zapatos	4000
Carteras	4000

Nota: Oferta Exportable. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiquinga, & M. Quezada, 2014

## 2.5 Análisis de la demanda (Chile)

### 2.5.1 Generalidades

Su nombre oficial es Chile y su capital es Santiago de Chile, este se encuentra ubicado en el extremo suroccidental de América Latina, entre la cordillera de los Andes y el Océano Pacífico, siendo una de las naciones más largas y angostas del mundo es considerado como un país tri-continental ya que al norte limita con Perú, al este con Bolivia y Argentina, al oeste con el Océano Pacífico y al sur con Antártica y Oceanía.

### Emblemas patrio Chile

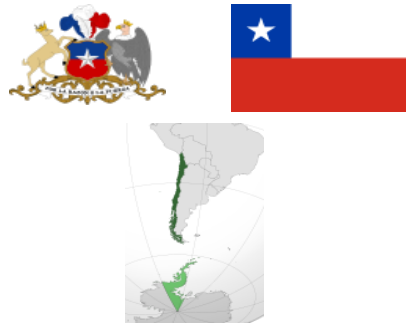


Figura 11. Emblemas patrios de Chile.

Fuente (Gobierno de Chile, 2012), por A. Cevallos, J. Chiliquina, & M. Quezada, 2014

#### 2.5.1.1 Superficie

Chile cuenta con una superficie total de 2.006.096 km<sup>2</sup> con más de 4.000 km de playa donde no más del 20% de la superficie total es llana y la diferencia un relieve accidentado y montañoso.

#### 2.5.1.2 Moneda

Tiene como moneda el Peso chileno CLP (\$), el idioma oficial es el español pero también se habla mapudungun, aimara, rapa nui, quechua y alacalufe.

#### 2.5.1.3 Población

Los habitantes chilenos son muy diversos, la cultura e identidad se han mezclado a partir de nativos e inmigrantes su gran mayoría española pero también asiática y europea, en la actualidad según datos del Banco Central de Chile la población total chilena es de 17'556.815 habitantes de los cuales el 86.6% de la población total vive

en zonas rurales y alrededor de 6.8 millones viven en la zona metropolitana de Santiago.

#### 2.5.1.4 Religión

La creencia religiosa de este país es muy diversa el portal web “This is Chile, oficial chile’s website” lo describe así:

El Estado chileno es laico y tolerante y la libertad de culto está garantizada constitucionalmente. Datos oficiales de 2002 mostraban que casi un 90% de los chilenos mayores de 15 años se declaraba creyente, mientras que el resto contestó no tener religión, ser ateo o agnóstico. De los creyentes, el 70% se consideró católico; 15,1%, evangélico y el 4,4%, dividido en otros credos. (This is Chile, 2013)

#### 2.5.1.5 Índices macro

##### 2.5.1.5.1 Ingreso per cápita

De acuerdo al FMI Chile en el 2012 tuvo el ingreso per cápita más alto de la región, con \$18.419 medio a precio de paridad de compra (PPP) ubicándose sobre Argentina, para el 2013 estimo que sería de \$19.474 y para el 2014 sería de \$20.598 acercándose a naciones como Portugal que tendrá \$23569 en dicho periodo.

Pero para un mejor entendimiento se identificara el PIB per cápita a precios (PPP) y PIB (USD) desde el año 2003 teniendo como fuente el Banco Central de Chile.

Tabla 22. Ingreso per cápita Chile

<b>Descripción series</b>	<b>Población (n° habitantes)</b>	<b>PIB per cápita (USD)</b>	<b>PIB per cápita PPP (USD,FMI)</b>
2003	15.919.479	4.809	10.900
2004	16.093.378	6.179	11.814
2005	16.267.278	7.593	12.707
2006	16.432.674	9.411	13.742
2007	16.598.074	10.443	14.729
2008	16.763.470	10.910	15.363
2009	16.928.873	10.246	15.211
2010	17.094.275	12.771	16.147
2011	17.248.450	14.561	17.310
2012	17.402.630	15.424	18.419

Nota: Ingreso per cápita Chile. Fuente: (Banco Central de Chile, 2009), por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

El PIB per cápita (PPP) ha tenido un crecimiento promedio de 5,63% desde el año 2003 hasta el año 2012, y el PIB per cápita (USD) ha tenido un crecimiento promedio de 11,72% desde el mismo periodo hasta el año 2012, lo cual confirma el crecimiento sólido del país.

#### 2.5.1.5.2 Inflación

La inflación es considerada como la variación del índice de precios al consumidor de un periodo a otro, a su vez sirve para cálculos como riesgo país, entre otros. A continuación se enlistara el IPC chileno desde el año 2009 hasta el año 2012, con su respectiva variación.



Tabla 23. Inflación de Chile

Periodo	1. IPC General
2009	100,0
2010	101,4
2011	104,8
2012	108,0

Nota: Inflación de Chile. Fuente: (Banco Central de Chile, 2009), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

Tabla 24. Variación de Ipc Chile

Periodo	VARIACIÓN IPC
2009	0
2010	1,39%
2011	3,23%
2012	2,92%

Nota: Variación de Ipc Chile. Fuente: (Banco Central de Chile, 2009), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

El IPC chileno desde el año 2009 se ha incrementado en promedio 2,51%, lo cual es un buen indicador ya que demuestra la estabilidad económica de Chile.

## 2.5.2 Importaciones chilenas de artículos de cuero.

### 2.5.2.1 Descripción de partidas

Para la exportación de artículos de cuero hacia Chile se utilizara las siguientes partidas del sistema armonizado de acuerdo a la NALADISA a 6 dígitos.

#### **Chompas:**

**420310:** Prendas de vestir de artículos de cuero natural o regenerado (Prendas de vestir: Chaquetas, chaquetones y casacas; Prendas de vestir: Las demás)

### **Bolsas De Mano:**

**420221:** Bolsos de mano (carteras), incluso con bandolera o sin asas: Con la superficie exterior de cuero natural o cuero regenerado

### **Calzado:**

**640399:** Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural: los demás.

En los siguientes cuadros se enlista las importaciones realizadas por Chile desde el año 2009 hasta el año 2013 de acuerdo a cada una de las partidas descritas anteriormente, dentro de estos se encuentra la cantidad importada desde el mundo a Chile y los 5 principales proveedores incluyendo al Ecuador.

#### 2.5.2.2 Importación de chompas

Las importaciones de artículos de cuero de acuerdo a la partida 420310 del sistema armonizado que ha realizado Chile desde el año 2009 hasta el 2013 lo detallamos a continuación:

Tabla 25. Importaciones de chompas (unidades)

	<b>Exportadores</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
	<b>Mundo</b>	216.667	406.667	238.333	474.167	1.595.833
<b>1</b>	<b>China</b>	65.833	57.500	55.000	89.167	1.145.000
<b>2</b>	<b>India</b>	110.833	307.500	136.667	279.167	257.500
<b>3</b>	<b>Argelia</b>	-	-	-	-	93.333
<b>4</b>	<b>Pakistán</b>	8.333	10.000	5.833	6.667	10.000
<b>5</b>	<b>Italia</b>	1.667	833	833	5.000	8.333
<b>21</b>	<b>Ecuador</b>	467	1.242	475	1.117	833

Nota: Importaciones de chompas (unidades). Fuente: (Trade Map, 2009), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

En 2013 Chile adquirió 1.595.833 unidades de chompas dentro del cual los principales proveedores fueron China, India Argelia, Pakistan e Italia. China colocándose en el primer lugar vendió a Chile 1.145.00 unidades en 2013 tendiendo una tendencia creciente, en el quinto en el mismo año se coloca Italia con 8. Unidades 333, Ecuador no tuvo exportaciones relativas en este año pero si con una tendencia creciente en relación a los años anteriores.

### 2.5.2.3 Importación de carteras

Las importaciones de artículos de cuero de acuerdo a la partida 420221 del sistema armonizado que ha realizado Chile desde el año 2008 hasta el 2012 lo detallamos a continuación:

Tabla 26. Importación de carteras (unidades).

	Exportadores	2009	2010	2011	2012	2013
	<b>Mundo</b>	327.273	470.682	635.348	386.989	3.158.018
<b>1</b>	<b>China</b>	125.455	261.998	382.327	148.697	2.264.686
<b>2</b>	<b>Colombia</b>	1.818	1.529	1.121	1.857	137.865
<b>3</b>	<b>Estados Unidos de América</b>	9.091	1.206	4.100	1.573	100.035
<b>4</b>	<b>Argentina</b>	16.364	20.240	19.155	26.276	83.603
<b>5</b>	<b>Francia</b>	14.545	1.066	1.226	1.932	76.619
<b>21</b>	<b>Ecuador</b>	467	1.275	188	1.117	2.127

Nota: Importación de carteras. Fuente: (Trade Map, 2009), por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

Chile en el año 2013 importo un total de 3.158.018 de carteras donde su principal proveedor fue China seguido por Colombia con 2.262.686 y 137.865 unidades respectivamente. Ecuador en el mismo año vendió un total de 2.127 con una tendencia positiva.

#### 2.5.2.4 Importación de zapatos

Las importaciones de artículos de cuero de acuerdo a la partida 640399 del sistema armonizado que ha realizado Chile desde el año 2008 hasta el 2012 lo detallamos a continuación:

Tabla 27. Importación de zapatos en (unidades)

	<b>Exportadores</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
	<b>Mundo</b>	9.911.135	6.003.212	7.700.214	13.793.912	6.226.981
<b>1</b>	<b>China</b>	6.064.240	3.577.088	4.643.469	8.824.370	3.655.246
<b>2</b>	<b>Viet Nam</b>	1.014.989	726.981	856.531	1.463.772	706.638
<b>3</b>	<b>Indonesia</b>	880.086	438.972	687.366	1.584.470	539.615
<b>4</b>	<b>Brasil</b>	687.366	564.240	703.426	663.988	538.544
<b>5</b>	<b>India</b>	317.987	127.409	91.006	157.571	153.105
<b>59</b>	<b>Ecuador</b>	717	203	0	0	0

Nota: Importación de zapatos en (unidades). Fuente: (Trade Map, 2009), por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Chile adquirió en 2013 6.226.981 pares de zapatos, donde el principal proveedor fue China con 3.655.246 seguido por Viet Nam con 706.638 pares, Indonesia con 539.615 pares, Brasil 538.544 pares e India con 153.105 pares. Ecuador tuvo exportaciones cero en este mismo periodo.

#### 2.5.3 Balanza comercial de Chile

Tabla 28. Saldo balanza comercial de Chile (millones de dólares)

<b>AÑO</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>X</b>	\$64.510,00	\$ 55.463,00	\$71.109,00	\$81.455,00	\$78.277,00	\$77.367,00
<b>I de bienes (FOB)</b>	\$58.436,00	\$40.103,00	\$55.474,00	\$70.911,00	\$74.855,00	\$74.990,00
<b>X-I</b>	\$ 6.075,00	\$ 15.360,00	\$ 15.634,00	\$ 10.544,00	\$ 3.422,00	\$ 2.377,00

Nota: Saldo balanza comercial de Chile (millones de dólares). Fuente: (Banco Central de Chile, 2009), por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Las exportaciones chilenas siempre mantienen un resultado positivo debido a los arduos esfuerzos del gobierno central en incrementar la producción nacional y fomentar las exportaciones, sin embargo por los tratados que tiene este país mantiene una tendencia a la baja.

### 2.5.3.1 Balanza comercial Chile por partidas de productos.

A continuación se indicaran las exportaciones e importaciones totales que ha realizado Chile en los periodos 2009-2013

#### 2.5.3.1.1 Chompas

Las importaciones y exportaciones que Chile ha tenido de acuerdo a la partida **420310** entre el año 2009 hasta el año 2013 son las siguientes:

Tabla 29. Balanza comercial de chompas (unidades)

	<b>2.009</b>	<b>2.010</b>	<b>2.011</b>	<b>2.012</b>	<b>2.013</b>
<b>Exportaciones</b>	6.667	833	1.667	4.167	4.167
<b>Importadores</b>	216.667	406.667	238.333	474.167	1.595.833
<b>X-M=</b>	<b>(210.000)</b>	<b>(405.833)</b>	<b>(236.667)</b>	<b>(470.000)</b>	<b>(1.591.667)</b>

Nota: Balanza comercial de chompas (unidades). Fuente: (Banco Central de Chile, 2009), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

De acuerdo a la base de datos obtenidos de la página oficial del Banco Central de Chile el año 2009 fue en el que más realizo exportaciones de chompas de cuero llegando a vender 6.667 chompas teniendo la baja más significativa en el año 2010 ya que tan solo exparto 833 unidades, recuperando el 2011 y con tendencia a crecer hasta el 2013 cerrando con 4.167 chompas. Por su lado las importaciones siempre

han tenido una tendencia creciente iniciando en el año 2009 con 216.667 chompas y terminando en el 2013 con 1.595.833 chompas.

#### 2.5.3.1.2 Carteras

Las importaciones y exportaciones que Chile ha tenido de acuerdo a la partida **420221** entre el año 2008 hasta el año 2012 son las siguientes:

Tabla 30. Balanza comercial de carteras (unidades)

	2009	2010	2011	2012	2013
<b>X</b>	1.818	5.455	12.727	1.560	1.818
<b>I</b>	327.273	470.682	635.348	386.989	3.158.018
<b>X-I=</b>	<b>(325.455)</b>	<b>(465.227)</b>	<b>(622.621)</b>	<b>(385.429)</b>	<b>(3.156.200)</b>

Nota: Balanza comercial de carteras (unidades). Fuente: (Banco Central de Chile, 2009), por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

Chile realiza ventas internacionales de la presente partida en promedio desde el 2009 hasta 2013 por 4.676 carteras siendo en el 2011 el mejor año con 12.727 unidades y el más bajo en 2009 y 2013 con .1818 unidades, por su lado las exportaciones siempre son mayores a las importaciones ya que compra en promedio 995.662 carteras siendo el año cumbre el 2013 con 3.158.018 carteras debido al tratado de libre comercio con China.

#### 2.5.3.1.1 Zapatos

Las importaciones y exportaciones que Chile ha tenido de acuerdo a la partida **640399** entre el año 2008 hasta el año 2012 son las siguientes:

Tabla 31. Balanza comercial de zapatos (unidades).

	2009	2010	2011	2012	2013
<b>X</b>	93.148	115.632	123.126	220.038	91.006
<b>I</b>	9.911.135	6.003.212	7.700.214	13.793.912	6.226.981
<b>X-I=</b>	<b>(9.817.987)</b>	<b>(5.887.580)</b>	<b>(7.577.088)</b>	<b>(13.573.874)</b>	<b>(6.135.974)</b>

Nota: Balanza comercial de zapatos (unidades). Fuente: (Banco Central de Chile, 2009), por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Chile realiza exportaciones de calzado en promedio de 128.590 pares al mundo teniendo como año cumbre el 2012 con 220.038 pares disminuyendo al siguiente año a 91.006 pares. Al contrario las importaciones reflejan la otra cara de la situación comercial de esta partida ya que compran en promedio 8.727.091 pares de zapatos teniendo como cumbre el año 2012 con 13.793.912 de pares de zapatos, el año que menos importo fue en el 2010 con 6.003.212 pares de zapatos.

#### 2.5.4 Cálculo de demanda insatisfecha

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomara como referencia las importaciones totales de las tablas N° 25, 26 y 37 realizadas de Chile desde el mundo, para el presente trabajo esto será la demanda oportuna del país. Por su parte la oferta, será, la oferta exportable artesanal del sector de Quisapincha indicada en la tabla N° 16.

Tabla 32. Cálculo demanda insatisfecha de chompas

<b>Demanda insatisfecha chompas (unidades)</b>	
Demanda (importaciones chilenas)	1.595.833
Oferta (producción artesanal de Quisapincha)	58.637
Demanda – Oferta	1.537.196

Nota: Cálculo demanda insatisfecha de chompas. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

De acuerdo al cálculo realizado con la demanda chilena de 1.595.833 unidades de chompas y la oferta exportable desde Ecuador de 59.340 chompas de cuero nos da como resultado una demanda insatisfecha de 1.536.493 lo cual representa mayor oportunidad de ingreso al mercado objetivo.

Tabla 33. Cálculo demanda insatisfecha carteras

<b>Demanda insatisfecha carteras (unidades)</b>	
Demanda (importaciones chilenas)	3.158.018
Oferta (producción artesanal de Quisapincha)	43.174
Demanda - Oferta	3.114.844

Nota: Cálculo demanda insatisfecha de Carteras. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

De acuerdo al cálculo realizado con la demanda chilena de 3.158.018 unidades de carteras y la oferta exportable desde Ecuador de 50.832 carteras nos da como resultado una demanda insatisfecha de 3.107.186 unidades lo cual nos da una mayor oportunidad de ingreso al mercado objetivo.

Tabla 34. Cálculo demanda insatisfecha zapatos

<b>Demanda insatisfecha zapatos (pares)</b>	
Demanda (importaciones chilenas)	6.226.981
Oferta (producción artesanal de Quisapincha)	50.173
Demanda - Oferta	6.176.808

Nota: Cálculo demanda insatisfecha de zapatos. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

De acuerdo al cálculo realizado con la demanda chilena de 6.226.981 pares de zapatos y la oferta exportable desde Ecuador de 43.812 pares nos da como resultado una demanda insatisfecha de 6.183.169 lo cual nos da aun mayor oportunidad de ingreso al mercado objetivo.



## 2.6 Marketing mix

### 2.6.1 Promoción

#### 2.6.1.1 Marca y eslogan

Las marcas tienen mayor importancia en el marketing de productos de consumo que en productos industriales o en servicios. En el caso de estos últimos, el nombre comercial de la empresa se reconoce más fácilmente por parte de los clientes.

Las decisiones sobre las marcas y nombres comerciales cuando la empresa se mueve en el ámbito internacional han adquirido una gran importancia debido al convencimiento del valor de mercado de las marcas internacionales.

La política internacional de marcas abarca cuestiones tales como la selección de marcas internacionales, la decisión de utilizar una única marca global o adaptar la marca a los mercados exteriores, la utilización de marcas propias o ajenas y el registro y piratería de marcas.

La empresa exportadora tiene la alternativa de comercializar sus productos con la marca de su distribuidor o detallista. Esta es una opción creciente, sobre todo en productos de gran consumo. La principal ventaja para el exportador es el ahorro en costes de promoción de una marca desconocida, la propia así como la rapidez en obtener los beneficios de una marca ya existente. El distribuidor le ofrece una marca consolidada en el mercado. Frente a esta clara ventaja existen otros aspectos que han de tener en cuenta. (Nieto Churraca & Llamazares, 1998)

Tabla 35. Política de marcas

<b>Marcas Locales</b>	
<b>Ventajas</b>	<b>Inconvenientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Identificación local</li> <li>* Adaptación a características de mercados locales</li> <li>* Mayor aceptación por parte de consumidores y gobiernos</li> <li>* Rapidez de penetración en caso de compra de marcas locales</li> <li>* Ocultación de made in cuando el país de origen tenga una imagen negativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Pérdida de economías de escala</li> <li>* Mayores costos de creación de marcas</li> <li>* Imagen difusa a nivel internacional</li> </ul>
<b>Marcas Blancas</b>	
<b>Ventajas</b>	<b>Inconvenientes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Mayores márgenes para el distribuidor que incorpora su propia marca</li> <li>* Acceso rápido al mercado</li> <li>* Menores costos en promoción y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Competencia en base a precios</li> <li>* Falta de identidad</li> <li>* Falta de control del marketing local</li> <li>* Falta de comunicación directa con el cliente final</li> <li>* Riesgo de salida rápida del mercado por anulación de compras por parte del distribuidor</li> </ul>

Nota: Política de marcas. Fuente: (Nieto Churraca & Llamazares, 1998), por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

#### 2.6.1.1.1 Marca blanca

Los productos que se enviarán a Chile tienen que ser etiquetados bajo la política de marcas internacionales tomando como estrategia el 70% de las exportaciones marcas blancas y la diferencia como marcas locales posteriormente incrementado este porcentaje para que la marca se posicione progresivamente en el mercado chileno logrando reconocimiento en el mercado y diferenciación de los competidores.

Otra consideración que se debe tomar al enviar los productos con marca local es la protección de marcas en el mercado donde se opera o se prevé operar en el futuro es un aspecto sumamente importante a considerar debido a que el registrar una marca evita que otra empresa comercialice sus productos con la misma marca además la piratería de marcas que consiste en registrar estas con la intención de negociar la venta del derecho de propiedad con las empresas que crearon la marca en su país de origen y, posteriormente, quieren introducirla en otros mercados.



La marca local que se tomará de acuerdo a la cartera de productos, material predominante, forma de confección y materiales será “**PEAU&PASSION**”. El eslogan intenta llamar la atención sobre un producto o servicio, remarcando ciertas cualidades o tratando de asociarlo con las necesidades del cliente, es básicamente una frase sencilla que transmite el espíritu del negocio y la personalidad de la marca permitiéndole al consumidor asociar el concepto en pocos segundos.

Conjuntamente con la Marca ira el eslogan que va a penetrar en la memoria de la gente como VE y lo que se va a usar para los productos que se van a enviar a Chile es “**La piel que va contigo**”

Las etiquetas y empaques que tendrán la cartera de productos a exportar poseerán enmendaduras señalando las ventajas competitivas que se muestran a continuación:

- Artículos 100% cuero natural
- Hecho 100% artesanales
- Resistencia y durabilidad.
- Excelente control de calidad

Adicional a lo antes mencionado se tendrá que adicionar al etiquetado lo establecido en el “Reglamento Técnico sobre Etiquetado” señalado en los capítulos 61, 62 y 63

“Información mínima relacionada con datos de fabricación, importación, materiales constitutivos, así como las instrucciones y especificaciones para su cuidado y preservación” de la resolución N° 1950 de 22/07/09 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.” (ALADI, 2000)

## 2.6.2 Producto

### 2.6.2.1 Empacado y embalaje de artículos de cuero

Durante el proceso de exportación a los cuales los mencionados productos van a tener las posibilidades de daños y riesgos que estos enfrentan son diversos por lo cual se deberá procederá a empacar y a embalar de la siguiente manera.

1. Los productos de cuero pequeños deben envolverse en papeles suaves o tela.
2. Se deberá utilizar de bolsas de polietileno pues daña menos el cuero
3. Se tendrá que colocar en cajas con ventanas o cartón corrugado para permitir la visibilidad del producto.

### **Factores a considerar en el embalaje**

La Asociación Latinoamericana de Integración enlista varios factores dos factores que se deben considerar para el embalaje de las mercancías a exportar tales como:

#### **a) La naturaleza y valor de la carga.**

... El diseño y material de embalaje deben aislar los productos de las condiciones externas para mantener la temperatura adecuada y preservar su frescura, sabor, aroma, etc....

#### **b) Las condiciones de manipuleo, marcas y almacenaje**

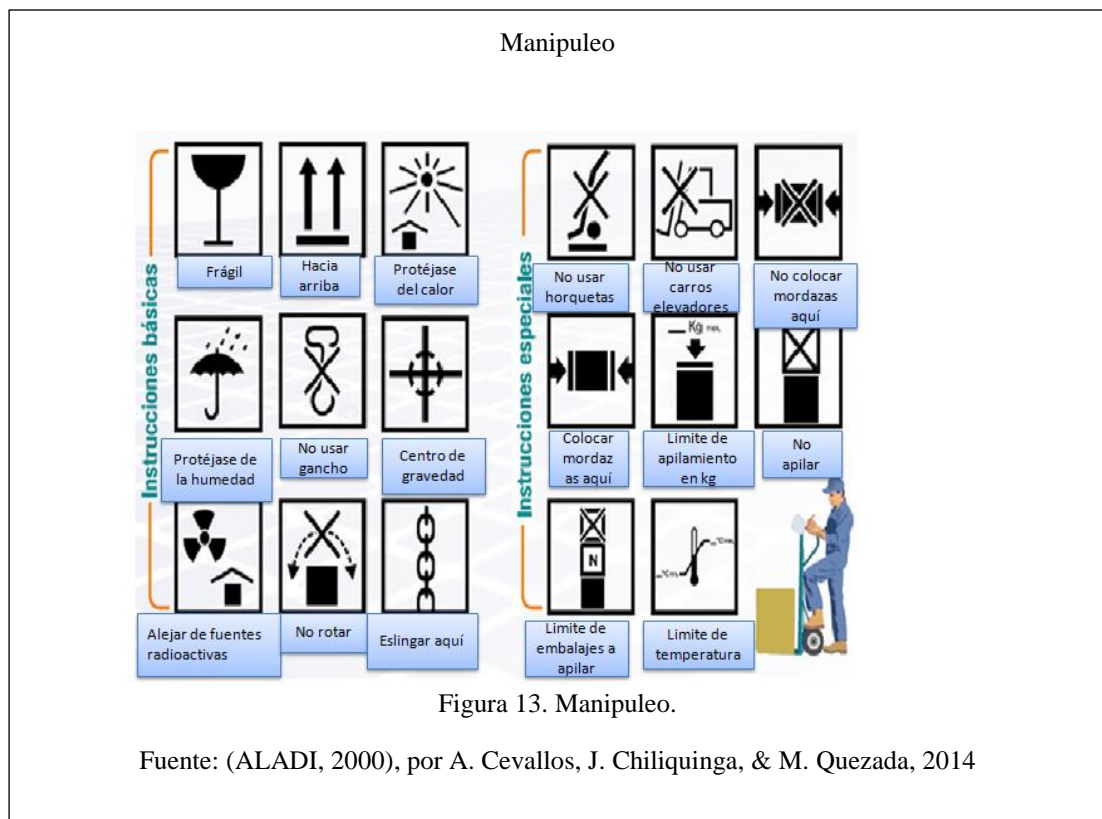
Las revisiones aduaneras (con las consiguientes aperturas y cierres del embalaje) a los que se verán sometidas,

### c) El modo o modos de transporte que serán utilizados.

Este elemento determina en gran medida el embalaje a utilizar, ya sea por:

Las características particulares de cada modo. Los envíos por mar y tierra requieren de un embalaje robusto, mientras que el transporte aéreo requiere un embalaje más ligero. Son de diferente nivel según el modo de que se trate, los problemas que pueda ocasionar a la carga la aceleración o desaceleración del vehículo, el impacto contra otros cargamentos por operaciones de desvío pronunciadas, impactos contra plataformas, vibraciones, robo, saqueo, contaminación por roedores, olores, etc.

El tiempo de recorrido total del transporte



#### 2.6.2.2 Embalaje

Todo el producto será embalado en cajas de cartón corrugado que luego se colocaran en pallets, las etiquetas de las cajas tienen que llevar identificación visible del

producto, dirección del comprador, empacador o exportador, país de origen, clase y tamaño y estado de producto.

Adicional en productos confeccionados como los productos en mención a exportar es fundamental pensar en la humedad y en el fuego como unos riesgos bastante altos, en la mayoría de las ocasiones y en algunas otras solo en la temperatura, ya que los productos de cuero al ser mal empacados y con una alta temperatura pueden emanar un mal olor y se contamina toda la carga.

### 2.6.2.3 Empaque

El empaque como función adicional de protección para el producto sirve de carta de presentación para nuestro cliente ya que permite diferenciar y exhibir la marca.

El cliente contara un detalle adicional ya que por ser una prenda de alta calidad necesita cuidado en el envío y en el mantenimiento de la prenda en su vida útil.

El empaque es una bolsa que va incluida con cada prenda sus principales características son:

- Material exterior: Poliéster
- Material Interior: Forro de poliéster
- Estampado de la marca en la parte posterior central

Esto le da a los productos un detalle distintivo para que los clientes lo aprecien al momento de comprar.

### 2.6.3 Precio

Para el cálculo del precio del presente trabajo se va a utilizar el Incoterm **CIF**, por lo cual está incluido dentro de cada del coste la inversión requerida hasta dicho término. A continuación se enlistaran los costes unitarios clasificados entre fijos, variables precio y cantidades en venta anual:

Tabla 36. Cálculo de precio (dólares)

Precio chompas		Precio carteras	
Costo variable unitario	\$ 81,95	Costo variable unitario	\$ 36,65
Costo fijo unitario	\$ 5,51	Costo fijo unitario	\$ 5,50
Costo unitario	\$ 87,45	Costo unitario	\$ 42,15
Utilidad 15%	\$ 13,12	Utilidad 10%	\$ 4,21
Precio CIF	\$ 100,57	Precio CIF	\$ 46,36
# unidades anuales	8.000	# unidades	4.000

Precio zapatos	
Costo variable unitario	\$ 41,75
Costo fijo unitario	\$ 5,51
Costo unitario	\$ 47,26
Utilidad 10%	\$ 4,73
Precio CIF	\$ 51,98
# unidades	\$ 4.000

Cálculo de precio (dólares). Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

Para el cálculo de la utilidad total de las operaciones anuales se utilizará la **“CONTRIBUCIÓN MARGINAL A LOS COSTOS FIJOS Y LA UTILIDAD”** mismo que calcula cual será el margen de contribución por cada unidad para cubrir los costos fijos y la utilidad. A continuación se calculará el margen de contribución por cada producto.

Tabla 37. Cálculo de margen de contribución

M. C. Chompas		M. C. Carteras	
Precio CIF	\$ 100,57	Precio CIF	\$ 46,36
(-) costos variables	\$ (81,95)	(-) costos variables	\$ (36,65)
(=) M.C.	\$ 18,63	(=) M.C.	\$ 9,72
M. C. %	19%	M. C. %	21%

M. C. Zapatos	
Precio CIF	\$ 51,98
(-) costos variables	\$ (41,75)
(=) M.C.	\$ 10,24
M. C. %	20%

Nota: Cálculo de margen de contribución. Adaptado de investigación por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

De acuerdo a los datos obtenidos de los cuadros anteriores se obtiene:

- Chompas. El precio establecido contribuirá 19%, a la recuperación de costos fijos y utilidad.
- Carteras. El precio establecido contribuirá 21%, a la recuperación de costos fijos y utilidad.
- Zapatos. El precio establecido contribuirá 20%, a la recuperación de costos fijos y utilidad.

#### 2.6.4 Plaza / Distribución

Para la elaboración del presente trabajo se consideró que para la mayoría de productos se puede emplear varios caminos para llevarlos hasta el consumidor final y para la valoración de los canales de distribución se debe tomar en cuenta ciertos aspectos o factores fundamentales tales como:

- Es una marca nueva en el mercado objetivo.
- Canales de distribución incompatibles
- Los márgenes comerciales de los distintos canales son muy diferentes.

Basando en dichos factores el mercado objetivo chileno será acaparado por la marca PIEL y marca blanca de acuerdo a lo descrito en temas anteriores mediante 2 distribuidores mismos que realizaran importaciones trimestrales a lo cual trabajará de la siguiente manera:



#### 2.6.4.1 Ripley Chile S.A.

Tabla 38. Cuadro resumen empresa Ripley Chile S.A.

Nombre Completo: Ripley Chile S.A.	Estado: Inscritas
Casa Matriz Huérfanos 1052 Pasaje Interior Piso 4; Santiago; Metropolitana	Forma Legal: Sociedad Anónima
	Estatus Operacional: Operacional
	RUT: 995302500
	Audidores Financieros: Deloitte Touche Tohmatsu (2011)
	Total de Empleados: 2,000
	Teléfono: +56 2 694 1042

Nota: Cuadro resumen empresa Ripley Chile S.A. Fuente: (Emerging Markets Information Service a product of ISI Emerging Markets, 2013), por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Ripley Chile es una de las mayores empresas del sector retail y su accionista mayoritario es Ripley Corp S.A. Su principal negocio es la venta al detalle de vestuario, accesorios y productos para el hogar a través de los distintos formatos de tiendas por departamento. Al mismo tiempo, participa en el negocio del crédito directo a sus clientes a través de la Tarjeta Ripley. (Emerging Markets Information Service a product of ISI Emerging Markets, 2013)

#### 2.6.4.2 Empresas Hites S.A.

Tabla 39. Cuadro resumen empresa Hites S.A.

<b>Nombre Completo</b> Empresas Hites S.A.	<b>Estado:</b> Inscritas
	<b>Forma Legal:</b> Sociedad Anónima
	<b>Estatus Operacional:</b> Operacional
<b>Casa Matriz</b> Moneda 970 Piso 4; Santiago; Metropolitana	<b>RUT:</b> 969470209
	<b>Audidores Financieros:</b> Deloitte Touche Tohmatsu (2011)
<b>Total de Empleados:</b> 2,470	<b>Fecha de Incorporación:</b> 1 de Octubre de 2008
<b>Teléfono:</b> +56 2 726 5000	

Nota: Cuadro resumen empresa Hites S.A. Fuente: (Emerging Markets Information Service a product of ISI Emerging Markets, 2013), por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

“Cadena chilena de tiendas por departamento que cuenta con 2 tiendas y 10 multitiendas, que totalizan 68,430 metros cuadrados de superficie. La empresa es controlada 100% por los hermanos Isaac y Alex Hites Averbuck” (Emerging Markets Information Service a product of ISI Emerging Markets, 2013)

### 2.6.4.3 Principales competidores internacionales

#### 2.6.4.3.1 Chompas

Uno de los potenciales competidores en el mercado chileno es Italia con una cifra en exportaciones de: 8.333 unidades de chompas en el año 2013, a continuación un breve estudio del mercado italiano.

Tabla 40. Mercado exportador italiano

<b>Población (millones)</b>	<b>Principales ciudades</b>	<b>Relaciones internacionales</b>	<b>PIB 2013</b>	<b>Principales productos exportados</b>
6.148,297	Roma, Milán , Nápoles, Tunín, Palermo	UE, OTAN, ONU, OCDE, OSCE, COE, GATT, CE, ACP, MERCOSUR, entre otras.	2,05%	Destilados de petróleo ligero, partes de accesorios de vehículos, oro bruto, medicamentos preparados.

Nota: Mercado exportador italiano. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilinguina, & M. Quezada, 2014

### 2.6.4.3.2 Carteras

Uno de los potenciales competidores en el mercado chileno es Francia con una cifra en exportaciones de: 76.619 unidades de bolsas de mano en el año 2013, a continuación un breve estudio del mercado Francés.

Tabla 41. Mercado exportador francés

<b>Población (millones)</b>	<b>Principales ciudades</b>	<b>Relaciones internacionales</b>	<b>PIB 2013</b>	<b>Principales productos exportados</b>
65.834,000	Paris, Marsella, Lyon, Toulouse, Niza, Nantes, Estraburgos, Montpellier	*Unión Europea (Tratado de adhesión) *SGP (Sistema Generalizado de preferencias) *AELC (Asociación Europea de libre comercio) *EEE (Espacio Económico Europeo)	2%	Aviones, Medicamentos, Preparados, Vehículos.

Nota: Mercado exportador francés. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

### 2.6.4.3.3 Zapatos

Otro potencial competidor en el mercado chileno es Brasil con una cifra en exportaciones de: 538.544 pares de zapatos en el año 2013, a continuación un breve estudio del mercado brasileño.

Tabla 42. Mercado exportador brasileño

<b>Población</b>	<b>Principales ciudades</b>	<b>Relaciones internacionales</b>	<b>PIB 2012</b>	<b>Principales productos exportados</b>
198,656,019	Brasilia, Sao Pablo, Salvador, Río de Janeiro	MERCOSUR, SGP, ACE 35, ACE36, ACE38, ACE41, ACE54, ACE55, ACE58, ACE59, ALADI, CARICOM y entre otros.	5,4%	Minerales de hierro y sub concentrado, aceites crudos de petróleo, habas de soya, azúcar en bruto, minerales de hierro y concentrados aglomerados, café sin tostar, sin descafeinar.

Nota: Mercado exportador brasileño. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

## CAPÍTULO 3

### ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO Y LEGAL

#### 3.1 Localización del proyecto

De acuerdo al método **LOCALIZACIÓN POR PUNTOS**, se analizará los distintos factores que darán como resultado la mejor ubicación de las oficinas y bodegas.

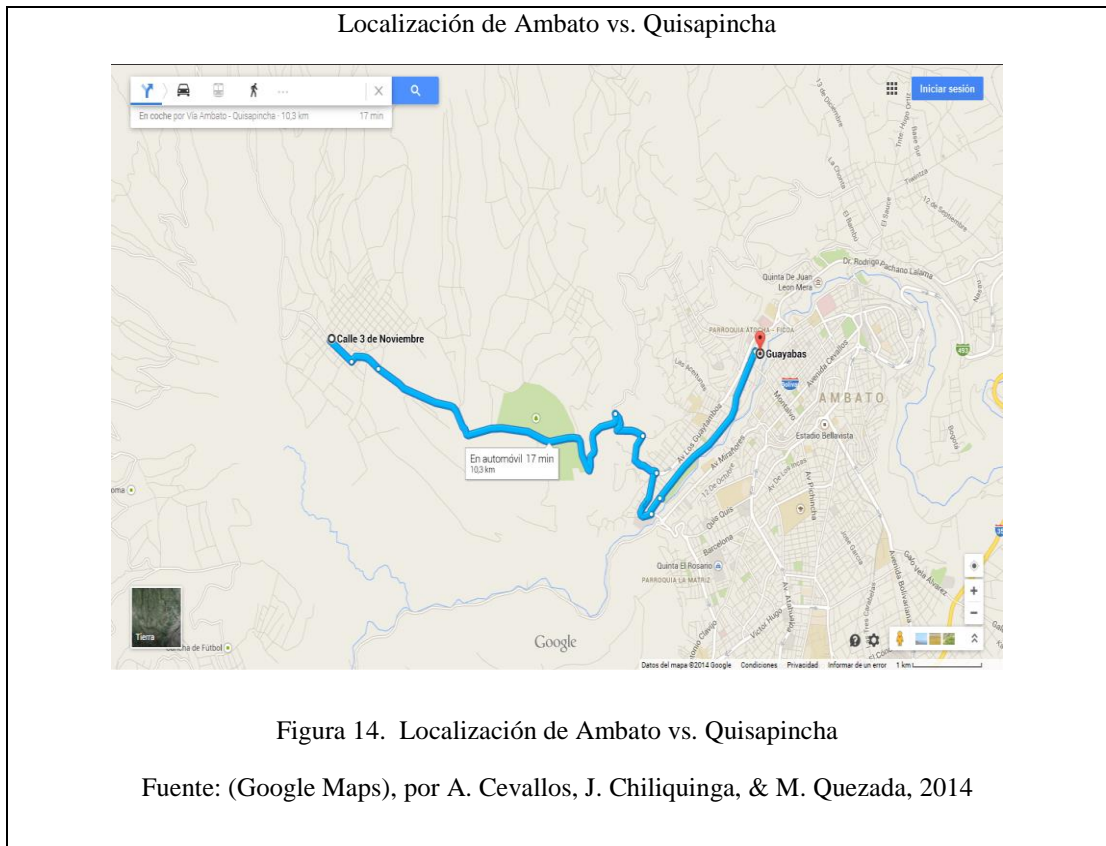
Tabla 43. Localización por puntos oficina y bodega

FACTOR	PESO	QUITO		AMBATO	
		CALIFICACION	PONDERACION	CALIFICACION	PONDERACION
LOCALIZACION DE PRODUCTO	0,3	5	1,5	7	2,1
COSTO TRANSPORTE	0,1	5	0,5	5	0,5
REVISIONES DE CALIDAD	0,3	4	1,2	6	1,8
COSTO ARRENDAMIENTO	0,3	4	1,2	6	1,8
TOTALES	1		4,4		6,2

Nota: Localización por puntos oficina y bodega. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

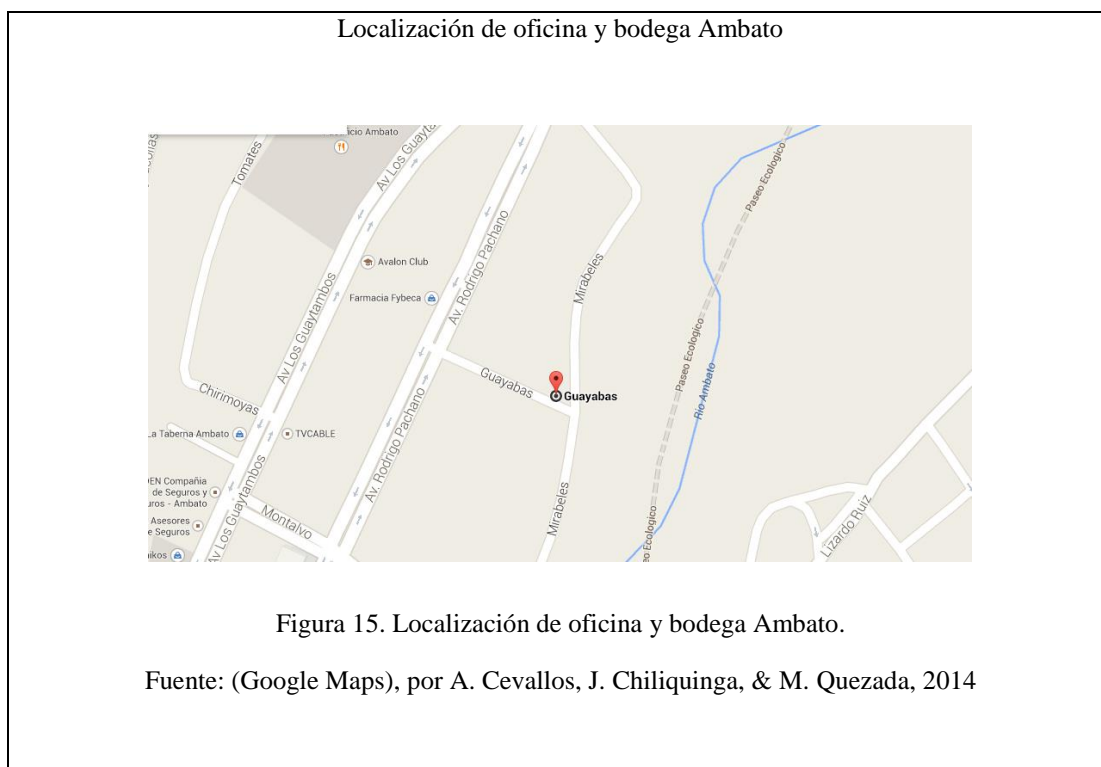
Como resultado Leather Fashion estará en la ciudad de Ambato cerca de los productores de artículos cuero de Quisapincha, ya que la localización de la oficina - bodega tiene que estar cerca para mayor facilidad en el transporte de los artículos y por consiguiente revisiones de calidad, otro factor que se tomó en cuenta en este análisis es el del costo de la oficina – bodega que es mucho más económico en Ambato que en la ciudad de Quito.

### 3.1.1 Macro ambiente



Quisapincha, está ubicada a 10,5 kilómetros al occidente de la ciudad de Ambato (Ubicación de la oficina – bodega). Es uno de los lugares reconocidos dentro y fuera de la provincia por la producción y comercialización de artículos elaborados a base de cuero tales como chompas, carteras y zapatos, artículos que se usan de estudio para el presente proyecto.

### 3.1.2 Micro ambiente



La oficina – bodega estará ubicada en la Calle Guayabas y Mirabeles lugar en el cual el precio es \$600 mensuales por arriendo, acorde al proyecto, servicios básicos necesarios para el buen desempeño (luz, agua, teléfono) línea disponible para la conexión a internet, la infraestructura es de 2 pisos, que cuenta con una bodega en el primer piso ideal para el giro del negocio y 2 oficinas amplias un baño y una pequeña cocina para beneficios extras que se brinden a los empleados.

### 3.2 Aportes iniciales

El financiamiento de este proyecto se basa en la aportación de cada uno de los socios con \$50.000,00 adicional a esto se requiere hacer un préstamo por \$128.145,48, el cual será otorgado por el Banco Pichincha, de acuerdo a la asesoría del área de Negocios los contratos firmados con nuestros clientes servirán como garantía además de la necesidad de un garante para el pago del préstamo y la negociación de las

primeras cartas de crédito se usara para la aprobación del mismo. (Ver Amortización en Anexo 3.1)

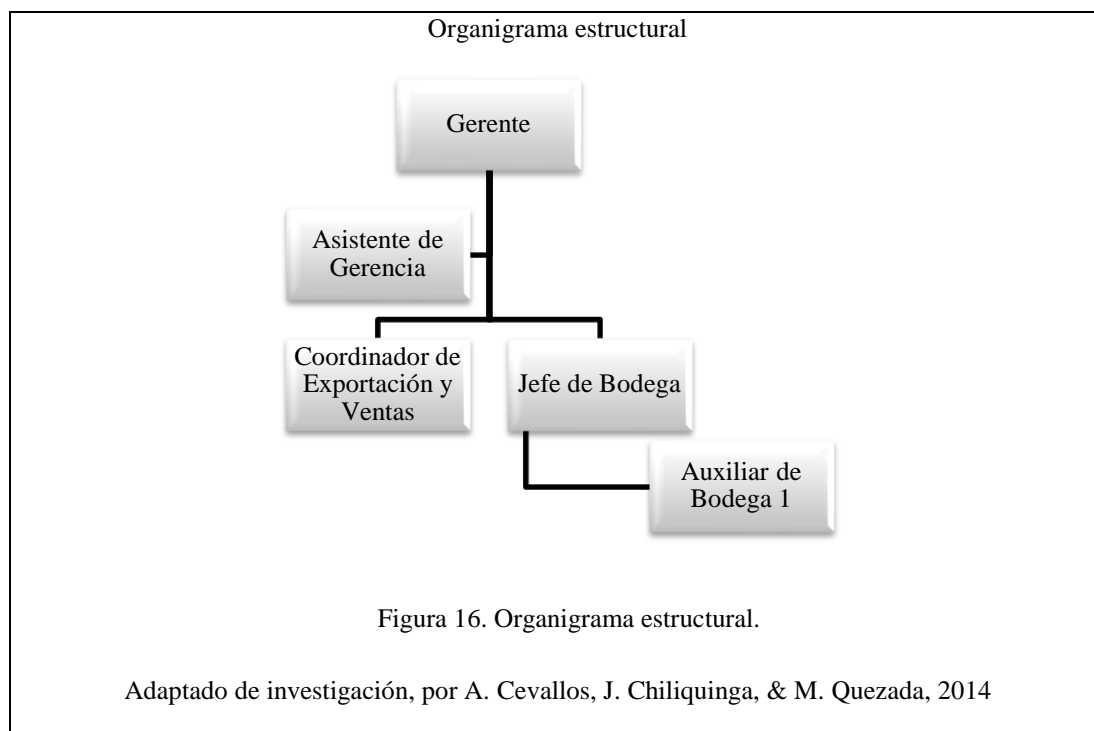
Tabla 44. Tabla de aporte de socios y financiamiento

<b>Financiamiento</b>			
<b>Tipo de capital</b>	<b>Aporte</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
<b>Capital propio</b>	<b>\$150.000,00</b>	\$150.000,00	<b>53,93%</b>
<b>Socio 1</b>	\$ 50.000,00		
<b>Socio 2</b>	\$ 50.000,00		
<b>Socio 3</b>	\$ 50.000,00		
<b>Capital externo ( préstamo Banco Pichincha)</b>	<b>\$128.145,48</b>	\$128.145,48	<b>46,07%</b>
<b>Total financiamiento</b>	<b>\$278.145,48</b>	<b>\$278.145,48</b>	<b>100,00%</b>

Nota: Tabla de aporte de socios y financiamiento. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

### 3.3 Estudio organizacional

En la presente figura está considerado el personal de la empresa:





### 3.3.1.1 Organigrama funcional

#### 3.3.1.1.1 Funciones:

##### Gerente

- Planificar. Objetivos a mediano y largo plazo, velar por el crecimiento organizacional de la empresa.
- Organizar. Diseñar y determinar los requerimientos de personal que se necesitaran acorde al crecimiento de la empresa, con el fin de cumplir los objetivos planteados dentro del plan estratégico.
- Dirigir. guiar, liderar, motivar y conducir las actividades organizacionales basándose en la adecuada toma de decisiones, alineando las actividades con los objetivos planteados.
- Controlar. medir y evaluar las actividades de los subordinados y de toda la empresa, se encargara de velar por la productividad, ejecución presupuestal y cumplimiento de ventas.

##### Asistente de gerencia

- Soporte del representante legal en toda la parte administrativa (controles diarios, reportes, seguimientos, etc.).
- Coordinación y participación en comités de gerencia.
- Agentamiento de citas.
- Manejo de cartera.
- Alistamiento y envío de documentación por valija.
- Gestión para la obtención de permisos de funcionamiento.

#### Coordinador de exportación y ventas

- Búsqueda de potenciales compradores.
- Calificación y búsqueda de proveedores.
- Negociaciones de compra venta.
- Facturación.
- Logística de exportación.

#### Jefe de bodega

- Coordinar recepción de mercadería.
- Coordinación de empaque y embalaje.
- Generación y envío de códigos para facturación.
- Organización de inventario.
- Preparación de guía remisión.

#### Auxiliar de bodega

- Apoyo a jefe de bodega en tareas asignadas.
- Direccionamiento a personal de carga “externos”.
- Encargado de empaque y embalaje.
- Preparar hoja de información de contenedor y transportista.
  - Fotografiar carga, contenedor y sellos.

### 3.4 Servicios básicos

Se calculó por kW/h de acuerdo a la cantidad consumida de manera mensual y anual respectivamente.

Tabla 45. Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Luz	1110	kWh	\$ 0,08	\$ 88,80	\$ 1.065,60
Agua	100	M3	\$ 0,96	\$ 96,00	\$ 1.152,00
<b>TOTAL</b>				\$ 184,80	\$ 2.217,60

Nota: Servicios básicos. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

### 3.5 Materiales

#### 3.5.1 Materiales de aseo y limpieza

Los materiales que se presenta es considerando las necesidades de la empresa en el año 2014.

Tabla 46. Suministros de aseo

Descripción	Cant	Unid	Precio Unid.	Mensual	Anual
Escoba de plástico	6	Unidades	\$ 4,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Trapeador industrial	6	Unidades	\$ 5,00	\$ 2,50	\$ 30,00
Detergente en polvo	12	Kg	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Desinfectante líquido	12	Gl	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 54,00
Fundas para basura	12	Paquete	\$ 1,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Pala de recoger basura	2	Unidades	\$ 7,00	\$ 1,17	\$ 14,00
Basurero mediano	4	Unidades	\$ 10,00	\$ 3,33	\$ 40,00
<b>Total</b>				\$ 17,00	\$ 204,00

Nota: Suministros de aseo. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

### 3.6 Propiedad planta y equipo

En la siguiente tabla se presenta los activos no corrientes que requiere la empresa.

Tabla 47. Propiedad planta y equipo

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario (dólares)</b>	<b>Valor total</b>
<b>Arreglos y adecuaciones</b>			
Adecuaciones	355	\$ 20,00	\$ 5.000,00
<b>Total</b>			<b>\$ 5.000,00</b>
<b>Maquinaria y equipo</b>			
Balanza electrónica industrial	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Carretilla elevadora	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
<b>Total</b>			<b>2.550,00</b>
<b>Equipo de operación</b>			
Mesas de trabajo en acero inoxidable	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Pallets	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Estanterías	10	\$ 120,00	\$ 1.200,00
<b>Total</b>			<b>\$ 2.250,00</b>
<b>Equipo de oficina</b>			
Central telefónica	2	\$ 120,00	\$ 240,00
<b>Total</b>			<b>\$ 240,00</b>
<b>Equipo de computación</b>			
Impresora/escáner/copiadora	2	\$ 295,00	\$ 590,00
Equipo de computación escritorio	3	\$ 580,00	\$ 1.740,00
Equipo de computación laptop	2	\$ 725,00	\$ 1.450,00
<b>Total</b>			<b>\$ 3.780,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Escritorios	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Sillas	5	\$ 58,00	\$ 290,00
Archivadores	5	\$ 80,00	\$ 400,00
Silla de espera	10	\$ 55,00	\$ 550,00
Mesa de reuniones	1	\$ 185,00	\$ 185,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.925,00</b>
<b>Total general</b>			<b>\$ 15.745,00</b>

Nota: Propiedad planta y equipo. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

### 3.7 Arrendamiento o compra de oficina

En el cuadro siguiente se presenta el valor del arrendamiento de manera mensual y anual respectivamente.

Tabla 48. Arriendo mensual

<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
\$ 600,00	\$ 7.200,00

Nota: Arriendo mensual. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

### 3.8 Bienes de control administrativo

Se detalla las necesidades de los empleados para el trabajo diario.

Tabla 49. Suministros de oficina

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unid</b>	<b>Precio/ unid</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Papeleras	3	Unidades	\$ 10,00	\$ 2,50	\$ 30,00
Grapadoras	3	Unidades	\$ 3,25	\$ 0,81	\$ 9,75
Perforadoras	3	Unidades	\$ 2,85	\$ 0,71	\$ 8,55
Sumadora	1	Unidades	\$ 9,00	\$ 0,75	\$ 9,00
Resma de hojas (500 unidades)	6	Bloque	\$ 11,00	\$ 5,50	\$ 66,00
Carpetas archivadores Oficio	3	Unidades	\$ 2,50	\$ 0,63	\$ 7,50
Saca grapas	3	Unidades	\$ 1,20	\$ 0,30	\$ 3,60
Sobres (500u)	3	Caja	\$ 9,00	\$ 2,25	\$ 27,00
Blog de notas (paquete 100u)	3	Cuaderno	\$ 6,00	\$ 1,50	\$ 18,00
Cartuchos	6	Unidades	\$ 25,60	\$ 12,80	\$ 153,60
Archivadores de escritorio	3	Unidades	\$ 5,20	\$ 1,30	\$ 15,60
<b>Total</b>				<b>\$ 29,05</b>	<b>\$ 348,60</b>

Nota: Suministros de oficina. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

### 3.9 Nombre de la empresa

Para el actual trabajo “Leather Fashion”, se determinó este nombre debido a la razón social de la empresa, acorde a la actividad de la misma.

### 3.10 Marco legal

#### 3.10.1 Constitución de la compañía

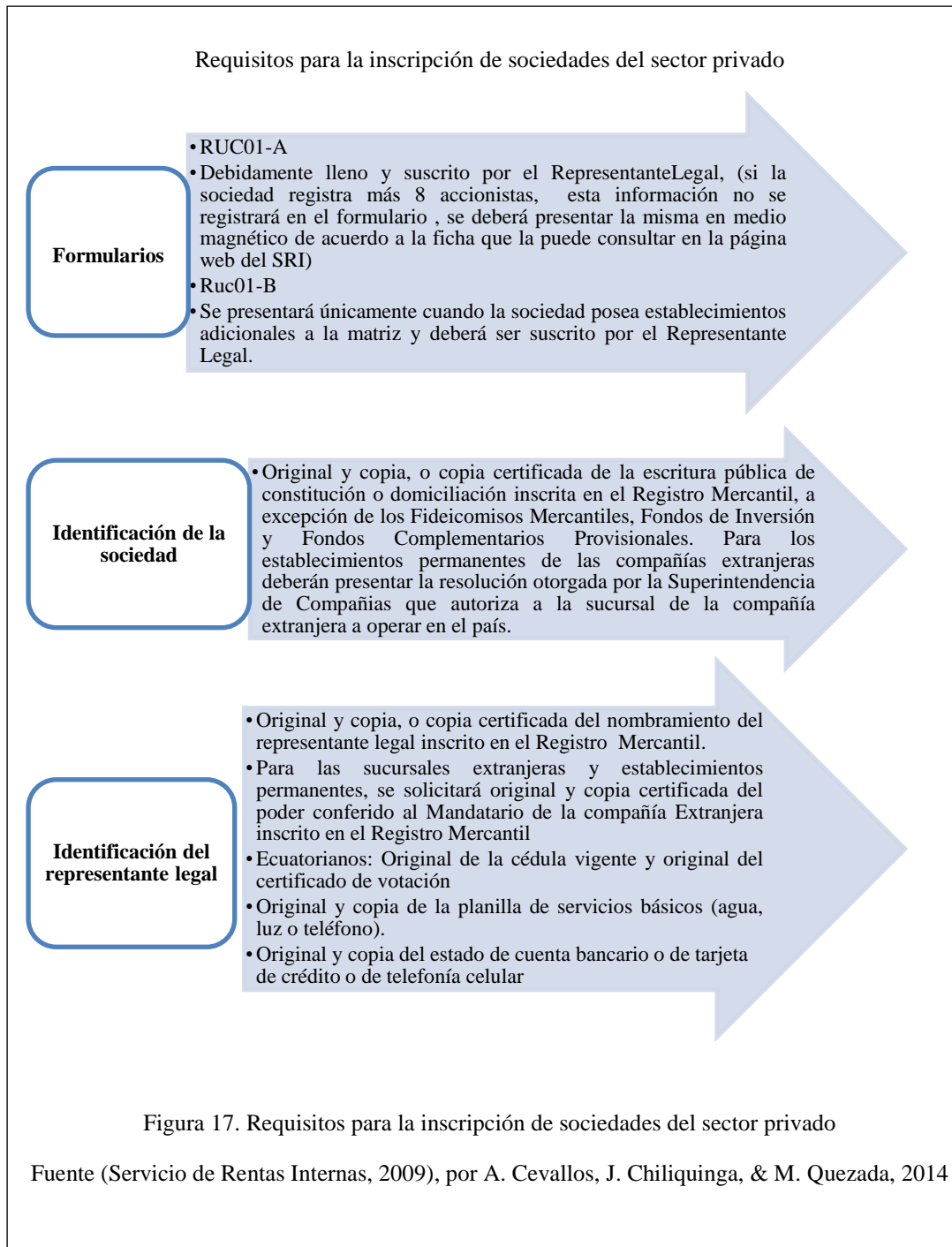
**(Ver anexo N° 1.1)**

## CAPÍTULO 4

### REQUISITOS Y TRÁMITES DE EXPORTACIÓN

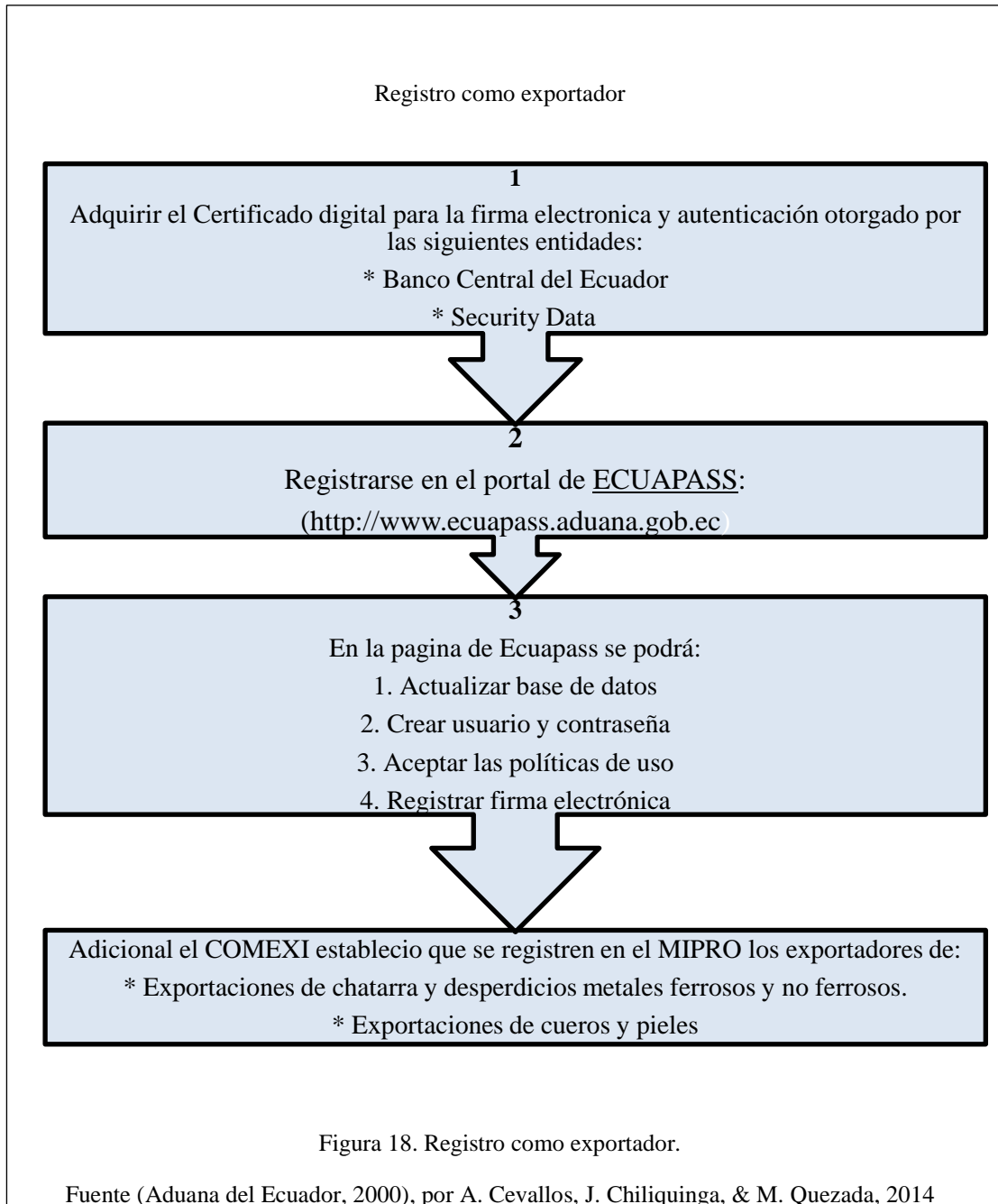
#### 4.1 Obtención de RUC

##### 4.1.1 Requisitos para la inscripción de sociedades del sector privado.



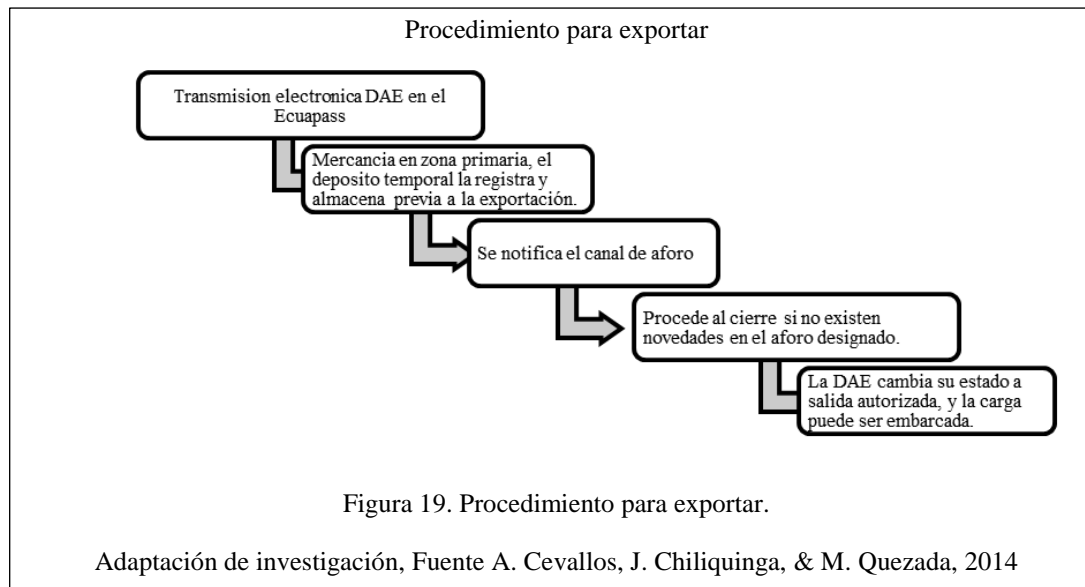
## 4.2 Registro como exportador

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:





#### 4.2.1 Procedimiento para exportar.



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.

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

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. (Aduana del Ecuador, 2000)

#### 4.3 Factura comercial

Los datos que contiene son:

- Los nombres del exportador e importador, con sus respectivas direcciones y datos.
- Los detalles técnicos de la mercadería
- Fecha y lugar de emisión
- La unidad de medida
- Cantidad de unidades que se están facturando
- Precio unitario y total de venta
- Moneda de venta,
- Condición de venta,
- Forma y plazos de pagos,
- Peso bruto y neto,
- Marca,
- Número de bultos que contiene la mercadería y
- Medio de transporte
- Firmada al pie por alguna persona responsable de la empresa o del sector de Comercio Exterior.

#### 4.4 Documento de transporte BL (Bill of Lading)

Para las exportaciones que la empresa va a realizar se determinó usar el medio de transporte marítimo, por la cantidad de artículos a exportar y por los costos que este conlleva, de acuerdo al estudio de varias cotizaciones que se presentaron se ha decidido exportar con Navisur del Ecuador, línea naviera con beneficios adicionales para nuestros clientes en destino.

Los datos que contiene este documento son:

- Datos del cargador.
- Datos del exportador.
- Datos del consignatario.
- Datos del importador.
- Nombre del buque.
- Puerto de carga y de descarga.
- Indica si el flete es pagadero en destino o en origen.
- Importe del flete.
- Marcas y números del contenedor o de los bultos.
- Número del precinto.
- Descripción de mercaderías, pesos bruto y neto, volumen y medidas.
- Fecha de embarque.

#### 4.5 Certificado de calidad

Documentos emitido por un profesional en la rama del aseguramiento de la calidad para certificar que el producto a exportarse cuenta con los requerimientos del cliente y con la calidad adecuada para pasar los filtros en la aduana del país de origen y destino.

#### 4.6 Lista de empaque

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada; la emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque
- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.
- Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo este factor de la naturaleza de las mercaderías.
- Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería.
- Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado.

#### 4.7 Certificado de origen

Para los países de ALADI y Grupo Andino, expide por delegación del MIC (Ministerio de Industrias y Competitividad), las cámaras de industriales, comercio, pequeña industria y FEDEXPOR.

#### 4.8 Fase pre embarque

- Reserva de la línea naviera
- La naviera emite la orden de retiro para el contenedor (booking)
- Asignación del contenedor

- Solicitar emisión de DAE al agente de aduana
- Envío de booking e instrucciones de embarque al transportista interno
- Emisión de documentos AISV/ DISV para el ingreso del contenedor en el depósito temporal
- Pago de porteo por contenedor
- Envío de matriz modelo a la naviera par emisión de BL

#### 4.9 Fase post embarque

- Emisión de BL aprobado
- Emisión de seguro si es necesario de acuerdo a la negociación
- Envío de información al cliente a cerca del estado del zarpe del buque
- Pago Emisión de BL
- Envío de documentos al cliente en el exterior para su nacionalización.
- Cierre de exportación con el envío de factura autorizada por el SRI y BL aprobado ingreso de documentos en el sistema Ecuapass para la confirmación del cierre.

#### 4.10 Medidas y containerización

Tabla 50. Medidas y containerización

<b>Chompas</b>			cm3	m3	Peso/ Unid	Unids	Volumen (m3)	Peso Total (kg)
Alto	8	Cm	5760	<b>0,00576</b>	<b>1,213</b>	2000	<b>11,52</b>	<b>2.426,00</b>
Ancho	24	Cm						
Largo	30	Cm						
<b>Carteras</b>			cm3	m3	Peso/ Unid	Unids	Volumen (m3)	Peso Total (kg)
Alto	6	Cm	2100	<b>0,0021</b>	<b>0,55</b>	1000	<b>2,1</b>	<b>550,00</b>
Ancho	10	Cm						
Largo	35	Cm						
<b>Zapatos</b>			cm3	m3	Peso/Unidad	Unidades	Volumen (m3)	Peso Total (kg)
Alto	10	Cm	4200	<b>0,0042</b>	<b>0,934</b>	1000	<b>4,2</b>	<b>934,00</b>
Ancho	15	Cm						
Largo	28	Cm						
<b>TOTAL</b>							<b>17,82 m3</b>	<b>3.910 kg</b>

Nota: Medidas y containerización. Adaptación de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

De acuerdo al peso total y volumen que ocupará toda la carga será necesario contratar un container de 20 pies mismo que tiene como máximo un volumen máximo de 33 m<sup>3</sup> y 22 toneladas de peso bruto.

#### 4.11 Costes de exportación

A continuación se enlista todos los costes en común que se correrán para la internacionalización de los artículos a exportar, cabe recalcar que en el caso de los valores “unitario/producto” se ha prorrateado por el total de unidades a exportar para que así sea el coste más real.

Tabla 51. Costes de exportación

<b>Cargos</b>	<b>Total (dólares)</b>	<b>Unitario/producto (dólares)</b>
<b>Estibaje</b>	60	0,015
<b>Tramites de exportación</b>	190	0,0475
<b>Transporte interno origen</b>	360	0,09
<b>Almacenaje</b>	90	0,0225
<b>Certificado de origen</b>	10	
<b>Certificado zoosanitario</b>	54	
<b>Documento de análisis</b>	500	0,125
<b>Antinarcóticos</b>	124	0,031
<b>THC</b>	<b>134</b>	0,0335
<b>Flete</b>	<b>450</b>	0,1125
<b>Seguro</b>	<b>0,03%</b>	

Nota: Costes de exportación. Adaptación de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

#### 4.12 Formas de pago

De acuerdo a los autores Luis Estrada y Renato Estrada autores del texto “COMO HACER EXPORTACIONES” indican el siguiente texto en lo referente a cobro/pago del comercio internacional.

“Cada una de las compañías tiene su propia forma de comercializar, su propio sello distintivo para cerrar negocios y dentro de ello, su característica propia de pago” (Estrada Heredia & Estrada C., 2013)

Por ello a continuación se enlistaran las cinco formas más comunes para el cobro de exportaciones en nuestro país.

**Prepago.** Primero se recibe el total de los valores generados por la exportación para embarcar la mercadería. Este tipo de negociaciones son comunes en las exportaciones de ciertos productos tales como flores o productos naturales.

**Giro a la vista.** Los exportadores envían la mercadería y una vez arribada esta solicitan se les cancele a través de giros o transferencias bancarias,

**Giro a plazos.** El exportador otorga un plazo de 60, 90 hasta 120 días para efectivizar el cobro a través de cheque o transferencia bancaria.

En los casos Giro a la Vista y Giro a Plazos el riesgo es directamente proporcional a la confianza con la que se tenga con el comprador, puesto que tan solo se basa en la firma de cheques o transferencia bancaria.

“...funcionan bien cuando se conoce cabalmente a los clientes, cuando se tiene confianza en ellos y fundamentalmente cuando los países a los cuales se destina la

mercancía controlan de mejor manera la forma de importación” (Estrada Heredia & Estrada C., 2013)

**Carta de crédito.** Se la define como:

“Convenio en el cual una entidad financiera emisora obrando a petición y de conformidad con las mismas instrucciones de un cliente denominado ordenante, se obliga a hacer un pago a un tercero denominado beneficiario a través de un banco corresponsal situado en el país beneficiario” (Estrada Heredia & Estrada C., 2013)

Los principales beneficios de utilizar esta forma de pago son las siguientes:

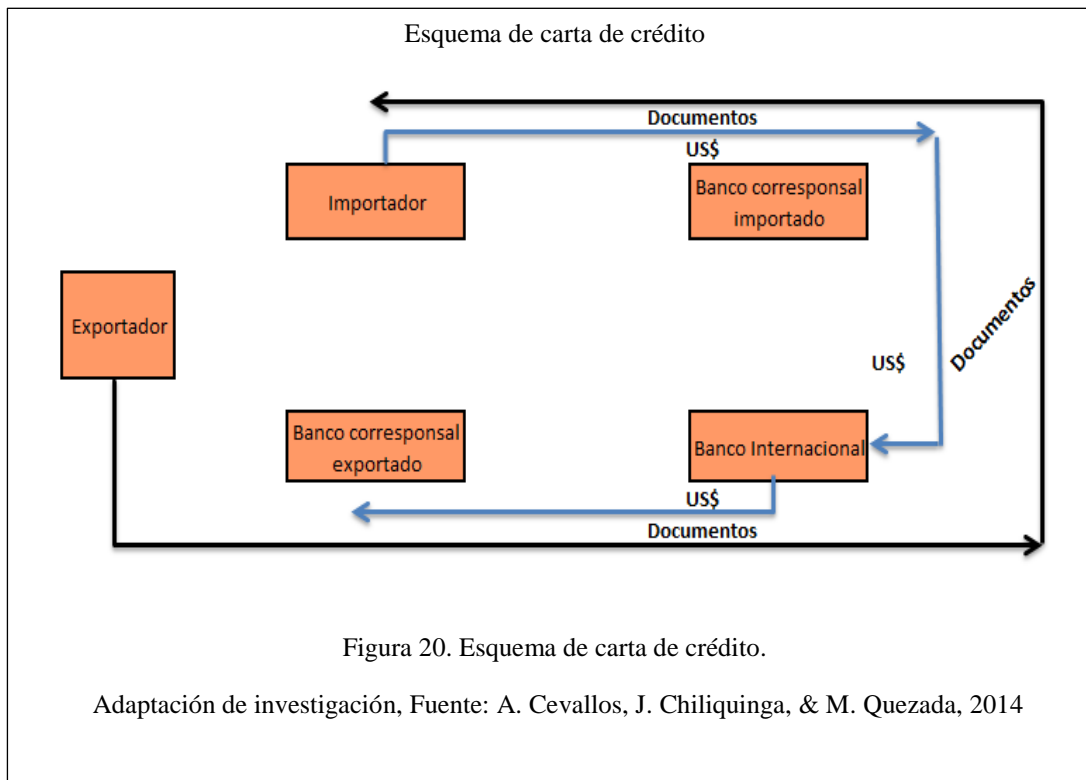
Crea un compromiso al Banco Emisor, siempre y cuando los documentos requeridos en la negociación y estipulados en el contrato sean presentados y cumplan con los términos y condiciones del crédito.

El Banco Corresponsal es clave ya que se responsabiliza por la verificación de documentos comerciales presentados por el vendedor (exportador), adicional a ello se compromete a pagar al beneficiario por todos los haberes pendientes en la contra-entrega del producto.

Brinda la oportunidad de fijar la vigencia de pago, es decir si es a la vista o a plazo, lo cual genera flexibilidad de pago a los clientes, otorgándoles un beneficio adicional, sin perder ni correr el riesgo de impago de los haberes generados en la operación. La decisión de si el pago es a la vista o plazo se establecerá al momento de la negociación con el cliente.

Es esquema de cobro/pago funciona de la siguiente manera:





**El seguro de crédito a la exportación.** Esta es una la más moderna modalidad con la cual se está trabajando a nivel mundial para la exportación, puesto que permite asegurar el cobro a través de la contratación de una póliza contra el cobro de la mercadería. Se base en que el exportador debe enviar las facturas o letras al importador con la finalidad que este las firme y contrate por su cuenta un seguro en el país de destino donde ampare el pago de la mercancía indicando como beneficiario al vendedor, es efectiva entre un 70% a 90% dependiendo del caso brindando confianza para el embarque de la mercadería.

El seguro de crédito a la exportación es una póliza de seguro que tiene como finalidad cubrir los riesgos comerciales de perdida, que como consecuencia de la insolvencia del importador, podría sufrir el exportador o también pueden existir acontecimientos de riesgos políticos, entonces la finalidad de este seguro es apoyar a los exportadores sea a corto, largo o mediano plazo y son pólizas a favor del exportador. (Estrada Heredia & Estrada C., 2013)

Dentro de los principales objetivos para la creación de este seguro está en que facilita el acceso a medios de financiamiento bancario puesto que sirve como garantía, además se encuentra el infundir confianza a los exportadores, brinda protección contra los diferentes riesgos de pago, mejora la posición competitiva.

Después de analizar las diferentes formas de pago existentes en el mercado internacional en el presente trabajo para el inicio de operaciones se utilizará la carta de crédito confirmada irrevocable ya que permite un compromiso tanto al vendedor como al comprador, cumpliendo y haciendo cumplir con toda la formalidad del caso a las partes interventoras otorgando la oportunidad de una negociación más objetiva.

## CAPÍTULO 5

### ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

#### 5.1 Plan de inversión

El Plan de Inversión abarca todos los recursos materiales que son necesarios en cada área de trabajo, así como también sus costos. De acuerdo a la modalidad en la que va a operar la empresa, determina el área operativa. El área de servicio en dónde se va a tener contacto directo con los proveedores y el área administrativa que comprende la gerencia general y demás departamentos auxiliares para el control y buen funcionamiento de la empresa.

Tabla 52. Activos no corrientes (dólares)

<b>Activos no corrientes (dólares)</b>			
<b>Propiedad planta y equipo</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Arreglos y adecuaciones</b>			
Adecuaciones	355	\$ 20,00	\$ 5.000,00
<b>Total</b>			<b>\$ 5.000,00</b>
<b>Maquinaria y equipo</b>			
Balanza electrónica industrial	1	\$ 550,00	\$ 550,00
Carretilla elevadora	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
<b>Total</b>			<b>2.550,00</b>
<b>Equipo de operación</b>			
Mesas de trabajo en acero inoxidable	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Palets	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Estanterías	10	\$ 120,00	\$ 1.200,00
<b>Total</b>			<b>\$ 2.250,00</b>
<b>Equipo de oficina</b>			
Central telefónica	2	\$ 120,00	\$ 240,00
<b>Total</b>			<b>\$ 240,00</b>
<b>Equipo de computación</b>			
Impresora/escáner/copiadora	2	\$ 295,00	\$ 590,00

Equipo de computación escritorio	3	\$ 580,00	\$ 1.740,00
Equipo de computación laptop	2	\$ 725,00	\$ 1.450,00
<b>Total</b>			<b>\$ 3.780,00</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Escritorios	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Sillas	5	\$ 58,00	\$ 290,00
Archivadores	5	\$ 80,00	\$ 400,00
Silla de espera	10	\$ 55,00	\$ 550,00
Mesa de reuniones	1	\$ 185,00	\$ 185,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.925,00</b>
<b>Total general</b>			<b>\$ 15.745,00</b>

Nota: Activos no Corriente (dólares). Adaptado investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

## 5.2 Capital de trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.

Se contempló el método del período de desfase, el cual consiste en “determinar la cuantía de los costos de operación que debe financiarse desde el momento en que se efectúa el primer pago por la adquisición de los productos hasta el momento en que se recauda el ingreso por la venta al exterior.

Entonces el periodo de desfase del proyecto es de 97 días considerando que la venta es trimestral y además la recuperación de la venta se realiza cuando ya la mercadería haya llegado al puerto de destino, la negociación es a través de una carta de crédito.

Tabla 53. Capital de trabajo (dólares)

<b>Capital de trabajo</b>			
<b>Descripción</b>	<b>total anual</b>	<b>total anual</b>	<b>Total trimestral</b>
<b>Activos corrientes</b>			
<b>Capital de trabajo</b>			
<b>Costos primos</b>	<b>\$ 946.123,20</b>	<b>\$ 946.123,20</b>	<b>\$ 236.530,80</b>
<b>Mercadería exportable</b>	<b>\$ 940.000,00</b>	<b>940.000,00</b>	<b>\$ 235.000,00</b>
Chompas	\$ 640.000,00	640.000,00	\$ 160.000,00
Carteras	\$ 140.000,00	140.000,00	\$ 35.000,00
Zapatos	\$ 160.000,00	160.000,00	\$ 40.000,00
<b>Salarios operativo</b>	<b>\$ 6.123,20</b>	<b>6.123,20</b>	<b>\$ 1.530,80</b>
<b>Costos indirectos de fabricación</b>	<b>34.926,90</b>	<b>\$ 34.926,90</b>	<b>\$ 8.731,73</b>
<b>Materiales para empaque</b>	<b>\$ 14.000,00</b>	<b>14.000,00</b>	<b>\$ 3.500,00</b>
costo materiales para empaque fundas ecológicas L	\$ 8.000,00	8.000,00	\$ 2.000,00
costo materiales para empaque fundas ecológicas S	\$ 2.800,00	2.800,00	\$ 700,00
costo materiales para empaque fundas ecológicas M	\$ 3.200,00	3.200,00	\$ 800,00
<b>Sueldo mano de obra indirecta</b>	<b>\$ 9.014,80</b>	<b>9.014,80</b>	<b>\$ 2.253,70</b>
<b>Servicios básicos</b>	<b>\$ 2.217,60</b>	<b>2.217,60</b>	<b>\$ 554,40</b>
<b>Reparación y mantenimiento maquinaria</b>	<b>\$ 76,50</b>	<b>76,50</b>	<b>\$ 19,13</b>
<b>Seguro planta maquinaria y equipo</b>	<b>\$ 1.200,00</b>	<b>1.200,00</b>	<b>\$ 300,00</b>
<b>Equipos de seguridad industrial</b>	<b>\$ 654,00</b>	<b>654,00</b>	<b>\$ 163,50</b>
<b>Equipos seguridad contra incendios</b>	<b>\$ 360,00</b>	<b>360,00</b>	<b>\$ 90,00</b>
<b>arriendos</b>	<b>\$ 7.200,00</b>	<b>7.200,00</b>	<b>\$ 1.800,00</b>
<b>Suministros de aseo</b>	<b>\$ 204,00</b>	<b>204,00</b>	<b>\$ 51,00</b>
<b>Gastos administrativos</b>	<b>41.133,53</b>	<b>\$ 41.133,53</b>	<b>\$ 10.283,38</b>
<b>Sueldos administrativos</b>	<b>\$ 34.396,00</b>	<b>34.396,00</b>	<b>\$ 8.599,00</b>
<b>Teléfono e internet</b>	<b>\$ 4.212,00</b>	<b>4.212,00</b>	<b>\$ 1.053,00</b>
<b>Suministros de oficina</b>	<b>\$ 348,60</b>	<b>348,60</b>	<b>\$ 87,15</b>
<b>Gastos de constitución</b>	<b>\$ 2.176,93</b>	<b>2.176,93</b>	<b>\$ 544,23</b>
<b>Gastos de ventas</b>	<b>27.418,27</b>	<b>\$ 27.418,27</b>	<b>\$ 6.854,57</b>
<b>Sueldos ventas</b>	<b>\$ 19.135,40</b>	<b>19.135,40</b>	<b>\$ 4.783,85</b>
<b>Costo de exportación</b>	<b>\$ 8.282,87</b>	<b>8.282,87</b>	<b>\$ 2.070,72</b>
costo de exportación chompas	\$ 4.152,27	4.152,27	\$ 1.038,07
costo de exportación carteras	\$ 2.046,52	2.046,52	\$ 511,63

costo de exportación zapatos	\$ 2.084,08	2.084,08	\$ 521,02
<b>Total capital de trabajo anual</b>	<b>1.049.601,90</b>	\$ <b>1.049.601,90</b>	<b>\$ 262.400,48</b>

Nota: Capital de trabajo (dólares). Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilinguina, & M. Quezada, 2014

Tabla 54. Resumen capital de trabajo (dólares)

<b>Resumen capital de trabajo</b>	
<b>(año 2015, en dólares)</b>	
<b>Detalle</b>	<b>valor anual</b>
Mercadería exportable	\$ 940.000,00
Salarios operativo	\$ 6.123,20
Costos indirectos de fabricación	\$ 34.926,90
Gastos de administración	\$ 41.133,53
Gastos de ventas	\$ 27.418,27
<b>Total</b>	<b>\$ 1.049.601,90</b>

Nota: Resumen capital de trabajo (dólares). Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilinguina, & M. Quezada, 2014

### 5.3 Inversiones y financiamiento del proyecto

Tabla 55. Inversión inicial (dólares)

<b>Inversión inicial del proyecto</b>	
<b>Detalle</b>	<b>valor</b>
Inversión en activos fijos	\$ 15.745,00
Inversión capital de trabajo	\$ 262.400,48
<b>Total</b>	<b>\$ 278.145,48</b>

Nota: Inversión inicial (dólares). Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilinguina, & M. Quezada, 2014

Las inversiones a través de proyectos, tienen la finalidad de plasmar con las tareas de ejecución y de operación de actividades puntuales, que hagan de la empresa una negocio prospero.

Tabla 56. Financiamiento (dólares)

<b>Financiamiento</b>			
<b>Tipo de capital</b>	<b>Aporte</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Capital propio</b>	<b>\$ 150.000,00</b>	\$ 150.000,00	<b>53,93%</b>
<b>Socio 1</b>	\$ 50.000,00		
<b>Socio 2</b>	\$ 50.000,00		
<b>Socio 3</b>	\$ 50.000,00		
<b>Capital externo ( préstamo Banco Pichincha)</b>	<b>\$ 128.145,48</b>	\$ 128.145,48	<b>46,07%</b>
<b>Total financiamiento</b>	<b>\$ 278.145,48</b>	<b>\$ 278.145,48</b>	<b>100,00%</b>

Nota: Financiamiento (dólares). Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

5.4 Estructura de costos

Tabla 57. Estructura de costos

Descripción	Año 2015			Año 2016			Año 2017			Año 2018			Año 2019		
	Costos fijos	Costos variables	Costo total	Costos fijos	Costos variables	Costo total	Costos fijos	Costos variables	Costo total	Costos fijos	Costos variables	Costo total	Costos fijos	Costos variables	Costo total
Costos de operación															
Costo primo		\$ 946.123,20	\$ 946.123,20		\$ 1.026.447,11	\$ 1.026.447,11	\$ 0,00	\$ 1.112.886,30	\$ 1.112.886,30		\$ 1.206.606,55	\$ 1.206.606,55		\$ 1.308.221,38	\$ 1.308.221,38
Mercadería exportable		\$ 940.000,00	\$ 940.000,00		\$ 1.019.051,59	\$ 1.019.051,59		\$ 1.104.751,22	\$ 1.104.751,22		\$ 1.197.657,97	\$ 1.197.657,97		\$ 1.298.377,94	\$ 1.298.377,94
Chompas		\$ 640.000,00			\$ 693.822,36			\$ 752.171,05			\$ 815.426,71			\$ 884.002,00	
Carteras		\$ 140.000,00			\$ 151.773,64			\$ 164.537,42			\$ 178.374,59			\$ 193.375,44	
Zapatos		\$ 160.000,00			\$ 173.455,59			\$ 188.042,76			\$ 203.856,68			\$ 221.000,50	
Salarios operativo		\$ 6.123,20	\$ 6.123,20		\$ 7.395,52	\$ 7.395,52		\$ 8.135,07	\$ 8.135,07		\$ 8.948,58	\$ 8.948,58		\$ 9.843,44	\$ 9.843,44
Costos indirectos de fabricación	\$ 12.986,90	\$ 23.014,80	\$ 36.001,70	\$ 13.477,68	\$ 26.151,23	\$ 39.628,91	\$ 13.988,68	\$ 28.494,17	\$ 42.482,84	\$ 14.184,73	\$ 30.633,97	\$ 44.818,70	\$ 14.738,70	\$ 32.672,05	\$ 47.410,75
Materiales para empaque		\$ 14.000,00	\$ 14.000,00		\$ 15.244,95	\$ 15.244,95		\$ 16.497,26	\$ 16.497,26		\$ 17.437,37	\$ 17.437,37		\$ 18.155,79	\$ 18.155,79
Costo materiales para empaque fundas ecológicas L		\$ 8.000,00			\$ 8.672,78			\$ 9.315,95			\$ 9.960,20			\$ 10.370,56	
Costo materiales para empaque fundas ecológicas S		\$ 2.800,00			\$ 3.104,62			\$ 3.429,60			\$ 3.570,89			\$ 3.718,02	
Costo materiales para empaque fundas ecológicas M		\$ 3.200,00			\$ 3.467,55			\$ 3.751,71			\$ 3.906,28			\$ 4.067,22	
Sueldo mano de obra indirecta		\$ 9.014,80	\$ 9.014,80		\$ 10.906,28	\$ 10.906,28		\$ 11.996,91	\$ 11.996,91		\$ 13.196,60	\$ 13.196,60		\$ 14.516,26	\$ 14.516,26
Depreciación adecuaciones	\$ 237,50		\$ 237,50	\$ 237,50		\$ 237,50	\$ 237,50		\$ 237,50	\$ 237,50		\$ 237,50	\$ 237,50		\$ 237,50
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 229,50		\$ 229,50	\$ 229,50		\$ 229,50	\$ 229,50		\$ 229,50	\$ 229,50		\$ 229,50	\$ 229,50		\$ 229,50
Depreciación equipo de operación	\$ 202,50		\$ 202,50	\$ 202,50		\$ 202,50	\$ 202,50		\$ 202,50	\$ 202,50		\$ 202,50	\$ 202,50		\$ 202,50
Depreciación muebles y enseres bodega	\$ 69,30		\$ 69,30	\$ 69,30		\$ 69,30	\$ 69,30		\$ 69,30	\$ 69,30		\$ 69,30	\$ 69,30		\$ 69,30
Depreciación equipo de cómputo bodega	\$ 336,00		\$ 336,00	\$ 336,00		\$ 336,00	\$ 336,00		\$ 336,00						
Servicios básicos	\$ 2.217,60		\$ 2.217,60	\$ 2.308,97		\$ 2.308,97	\$ 2.404,09		\$ 2.404,09	\$ 2.503,14		\$ 2.503,14	\$ 2.606,27		\$ 2.606,27
Reparación y mantenimiento maquinaria	\$ 76,50		\$ 76,50	\$ 79,65		\$ 79,65	\$ 82,93		\$ 82,93	\$ 86,35		\$ 86,35	\$ 89,91		\$ 89,91
Seguro planta maquinaria y equipo	\$ 1.200,00		\$ 1.200,00	\$ 1.249,44		\$ 1.249,44	\$ 1.300,92		\$ 1.300,92	\$ 1.354,51		\$ 1.354,51	\$ 1.410,32		\$ 1.410,32
Equipos de seguridad industrial	\$ 654,00		\$ 654,00	\$ 680,94		\$ 680,94	\$ 709,00		\$ 709,00	\$ 738,21		\$ 738,21	\$ 768,62		\$ 768,62
Equipos seguridad contra incendios	\$ 360,00		\$ 360,00	\$ 374,83		\$ 374,83	\$ 390,28		\$ 390,28	\$ 406,35		\$ 406,35	\$ 423,10		\$ 423,10
Arriendos	\$ 7.200,00		\$ 7.200,00	\$ 7.496,64		\$ 7.496,64	\$ 7.805,50		\$ 7.805,50	\$ 8.127,09		\$ 8.127,09	\$ 8.461,92		\$ 8.461,92
Suministros de aseo	\$ 204,00		\$ 204,00	\$ 212,40		\$ 212,40	\$ 221,16		\$ 221,16	\$ 230,27		\$ 230,27	\$ 239,75		\$ 239,75
Sub total	\$ 12.986,90	\$ 969.138,00	\$ 982.124,90	\$ 13.477,68	\$ 1.052.598,34	\$ 1.066.076,02	\$ 13.988,68	\$ 1.141.380,46	\$ 1.155.369,14	\$ 14.184,73	\$ 1.237.240,53	\$ 1.251.425,25	\$ 14.738,70	\$ 1.340.893,43	\$ 1.355.632,13
Costos de distribución															
Gastos administrativos	\$ 41.560,43		\$ 41.560,43	\$ 46.311,00		\$ 46.311,00	\$ 50.620,19		\$ 50.620,19	\$ 55.012,81		\$ 55.012,81	\$ 60.202,31		\$ 60.202,31
Sueldos administrativos	\$ 34.396,00		\$ 34.396,00	\$ 41.135,60		\$ 41.135,60	\$ 45.249,16		\$ 45.249,16	\$ 49.774,08		\$ 49.774,08	\$ 54.751,48		\$ 54.751,48
Teléfono e internet	\$ 4.212,00		\$ 4.212,00	\$ 4.385,53		\$ 4.385,53	\$ 4.566,22		\$ 4.566,22	\$ 4.754,35		\$ 4.754,35	\$ 4.950,23		\$ 4.950,23
Suministros de oficina	\$ 348,60		\$ 348,60	\$ 362,96		\$ 362,96	\$ 377,92		\$ 377,92	\$ 393,49		\$ 393,49	\$ 409,70		\$ 409,70
Depreciación equipo de oficina	\$ 21,60		\$ 21,60	\$ 21,60		\$ 21,60	\$ 21,60		\$ 21,60	\$ 21,60		\$ 21,60	\$ 21,60		\$ 21,60
Depreciación equipo de computación administración	\$ 336,00		\$ 336,00	\$ 336,00		\$ 336,00	\$ 336,00		\$ 336,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00
Depreciación muebles y enseres administración	\$ 69,30		\$ 69,30	\$ 69,30		\$ 69,30	\$ 69,30		\$ 69,30	\$ 69,30		\$ 69,30	\$ 69,30		\$ 69,30
Gastos de constitución	\$ 2.176,93		\$ 2.176,93	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 0,00
Gastos de ventas	\$ 27.620,92		\$ 27.620,92	\$ 32.020,72		\$ 32.020,72	\$ 34.695,42		\$ 34.695,42	\$ 37.448,71		\$ 37.448,71	\$ 40.640,37		\$ 40.640,37
Sueldos ventas	\$ 19.135,40		\$ 19.135,40	\$ 23.193,94		\$ 23.193,94	\$ 25.513,33		\$ 25.513,33	\$ 28.064,67		\$ 28.064,67	\$ 30.871,13		\$ 30.871,13
Depreciación equipo de computación ventas	\$ 168,00		\$ 168,00	\$ 168,00		\$ 168,00	\$ 168,00		\$ 168,00						
Depreciación muebles y enseres administración	\$ 34,65		\$ 34,65	\$ 34,65		\$ 34,65	\$ 34,65		\$ 34,65	\$ 34,65		\$ 34,65	\$ 34,65		\$ 34,65
Costo de exportación	\$ 8.282,87		\$ 8.282,87	\$ 8.624,13		\$ 8.624,13	\$ 8.979,44		\$ 8.979,44	\$ 9.349,39		\$ 9.349,39	\$ 9.734,59		\$ 9.734,59
Costo de exportación chompas	\$ 4.152,27			\$ 4.323,35			\$ 4.501,47			\$ 4.686,93			\$ 4.880,03		
Costo de exportación carteras	\$ 2.046,52			\$ 2.130,83			\$ 2.218,62			\$ 2.310,03			\$ 2.405,20		
Costo de exportación zapatos	\$ 2.084,08			\$ 2.169,95			\$ 2.259,35			\$ 2.352,44			\$ 2.449,36		
Gastos financieros	\$ 13.333,49		\$ 13.333,49	\$ 10.944,85		\$ 10.944,85	\$ 8.274,51		\$ 8.274,51	\$ 5.289,25		\$ 5.289,25	\$ 1.951,93		\$ 1.951,93
Intereses de préstamo	\$ 13.333,49		\$ 13.333,49	\$ 10.944,85		\$ 10.944,85	\$ 8.274,51		\$ 8.274,51	\$ 5.289,25		\$ 5.289,25	\$ 1.951,93		\$ 1.951,93
Sub total	\$ 82.514,84		\$ 82.514,84	\$ 89.276,56		\$ 89.276,56	\$ 93.590,13		\$ 93.590,13	\$ 97.750,77		\$ 97.750,77	\$ 102.794,61		\$ 102.794,61
Total	\$ 95.501,74	\$ 969.138,00	\$ 1.064.639,74	\$ 102.754,24	\$ 1.052.598,34	\$ 1.155.352,58	\$ 107.578,80	\$ 1.141.380,46	\$ 1.248.959,26	\$ 111.935,50	\$ 1.237.240,53	\$ 1.349.176,02	\$ 117.533,31	\$ 1.340.893,43	\$ 1.458.426,74

Nota: Estructura de costos. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014



## 5.5 Costos por producto

Para obtener el costo de los tres productos a exportar se consideró todo lo implícito para que tener los mismos hasta llegar al puerto de destino “CIF” se detalla en la tabla N° 57.

Tabla 58. Costos unitarios

<b>Costo unitario de chompas</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>
Costo total	\$703.330,71	\$763.034,44	\$825.354,14	\$892.439,47	\$965.331,80
Unidades producidas	8.000	8.338	8.689	9.056	9.438
<b>Costo unitario</b>	<b>\$87,92</b>	<b>\$91,52</b>	<b>\$94,98</b>	<b>\$98,55</b>	<b>\$102,28</b>

<b>Costo unitario de carteras</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>
Costo total	\$170.435,73	\$185.117,08	\$199.868,47	\$215.438,34	\$232.538,26
Unidades producidas	4.000	4.169	4.345	4.528	4.719
<b>Costo unitario</b>	<b>\$42,61</b>	<b>\$44,41</b>	<b>\$46,00</b>	<b>\$47,58</b>	<b>\$49,28</b>

<b>Costo unitario de zapatos</b>					
<b>Descripción</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>Año 2019</b>
Costo total	\$190.873,30	\$207.201,07	\$223.736,66	\$241.298,21	\$260.556,68
Unidades producidas	4.000,00	4.169	4.345	4.528	4.719
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$47,72</b>	<b>\$49,70</b>	<b>\$51,50</b>	<b>\$53,29</b>	<b>\$55,21</b>

Nota: Costos unitarios. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

## 5.6 Presupuesto de ingresos

Para determinar los ingresos anuales se consideró costos implícitos dentro de cada producto, como son mercaderías exportables que está calculado en base al porcentaje del PIB promedio 2014 que es 4,22% (BCE), costos indirectos de fabricación en base al porcentaje de la inflación promedio 2014 que es 4,12% (BCE), los sueldos y salarios que está considerando que el gobierno demanda en promedio en incremento del 10% cada año y se utiliza en el cálculo de los salarios de cada empleado.

Tabla 59. Presupuesto de ingresos anuales

Presupuesto de ingresos anuales															
En dólares															
Año	Año 2015			Año 2016			Año 2017			Año 2018			Año 2019		
Product	Pvp unit	Vnts	Dólares	Pvp unit	Vnts	Dólares	Pvp unit	Vnts	Dólares	Pvp unit	Vnts	Dólares	Pvp unit	Vnts	Dólares
Chompa	\$101,10	C/año	\$808.830,31	\$105,24	8.338	\$ 877.489,61	\$109,23	8.689	\$ 949.157,26	\$113,33	9.056	\$1.026.305,39	\$117,62	9.438	\$1.110.131,5
Carteras	\$46,87	C/año	\$187.479,31	\$ 48,85	4.169	\$ 203.628,78	\$50,60	4.345	\$ 219.855,32	\$52,34	4.528	\$236.982,17	\$54,20	4.719	\$ 255.792,09
Zapatos	\$52,49	C/año	\$209.960,63	\$54,67	4.169	\$ 227.921,17	\$56,65	4.345	\$ 246.110,32	\$8,62	4.528	\$265.428,03	\$60,73	4.719	\$286.612,35
			\$1.206.270,25			\$1.309.039,56			\$ 1.415.122,90			\$1.528.715,60			\$1.652.536,0

Nota: Presupuesto de ingreso anual. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquina, & M. Quezada, 2014

## 5.7 Estados financieros

Para determinar los costos de operación se define todos aquellos rubros provenientes de: mercadería exportable, mano de obra y costos indirectos de fabricación. En otro grupo se encuentran los gastos administrativos y gastos de ventas. Cabe indicar que para la proyección de sueldos y salarios se considera que el gobierno demanda en promedio un incremento del 10% cada año y se utiliza en el cálculo de los salarios de cada empleado. Para los demás rubros como costo de las unidades de exportación se calculó la proyección a través del PIB promedio 2014 que es 4,22% (BCE), los servicios básicos, otros insumos de producción, se calcula con base en el porcentaje de inflación promedio 2014 que es 4,12%, publicada por El Banco Central. La compra de mercadería está calculada la proyección con 5% que está considerando el inventario que se va a disponer al inicio de cada año.

Tabla 60. Estado de costos

Empresa "Leather Fashion Ltda."					
Estado de costos de mercadería y ventas					
Periodo	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Unidades para la exportación</b>	<b>16.000</b>	<b>16.675</b>	<b>17.379</b>	<b>18.112</b>	<b>18.877</b>
<b>Chompas</b>	<b>8.000</b>	<b>8.338</b>	<b>8.689</b>	<b>9.056</b>	<b>9.438</b>
<b>Carteras</b>	<b>4.000</b>	<b>4.169</b>	<b>4.345</b>	<b>4.528</b>	<b>4.719</b>
<b>Zapatos</b>	4.000	4.169	4.345	4.528	4.719
<b>Mercadería exportable</b>					
Inv. Inicial de mercadería	-	\$47.000,00	\$50.952,58	\$55.237,56	\$59.882,90
<b>Chompas</b>		\$32.000,00	\$34.691,12	\$37.608,55	\$40.771,34
<b>Carteras</b>		\$7.000,00	\$7.588,68	\$8.226,87	\$8.918,73
<b>Zapatos</b>		\$8.000,00	\$8.672,78	\$9.402,14	\$10.192,83
Inv. Inicial de mercadería en tránsito	-	-	-	-	-
<b>Total de inv. Inicial de mercadería</b>	-	\$47.000,00	\$50.952,58	\$55.237,56	\$59.882,90
<b>Compras de mercadería exportable</b>					
<b>Chompas</b>	\$640.000,00	\$693.822,36	\$752.171,05	\$815.426,71	\$884.002,00
<b>Carteras</b>	\$140.000,00	\$151.773,64	\$164.537,42	\$178.374,59	\$193.375,44
<b>Zapatos</b>	\$160.000,00	\$173.455,59	\$188.042,76	\$203.856,68	\$221.000,50
<b>Total compras de mercadería exportable</b>		\$1.019.051,59	\$1.104.751,22	\$1.197.657,97	

	\$940.000,00				\$1.298.377,94
		-	-	-	-
	-				
(-) inv. Final de mercadería exportable	\$47.000,00	\$50.952,58	\$55.237,56	\$59.882,90	\$64.918,90
<b>Chompas</b>	\$32.000,00	\$34.691,12	\$37.608,55	\$40.771,34	\$44.200,10
<b>Carteras</b>	\$7.000,00	\$7.588,68	\$8.226,87	\$8.918,73	\$9.668,77
<b>Zapatos</b>	\$8.000,00	\$8.672,78	\$9.402,14	\$10.192,83	\$11.050,03
<b>(-) total de inv. Final de mercadería exportable</b>	<b>-\$ 47.000,00</b>	<b>-\$50.952,58</b>	<b>-\$ 55.237,56</b>	<b>-\$59.882,90</b>	<b>-\$64.918,90</b>
<b>Mercadería exportable vendida</b>	<b>\$893.000,00</b>	<b>\$1.015.099,01</b>	<b>\$1.100.466,24</b>	<b>\$1.193.012,64</b>	<b>\$1.293.341,94</b>
<b>Chompas</b>	<b>\$608.000,00</b>	<b>\$691.131,24</b>	<b>\$749.253,61</b>	<b>\$812.263,92</b>	<b>\$880.573,24</b>
<b>Carteras</b>	<b>\$133.000,00</b>	<b>\$151.184,96</b>	<b>\$163.899,23</b>	<b>\$177.682,73</b>	<b>\$192.625,40</b>
<b>Zapatos</b>	<b>\$152.000,00</b>	<b>\$172.782,81</b>	<b>\$187.313,40</b>	<b>\$203.065,98</b>	<b>\$220.143,31</b>
<b>Mano de obra</b>					
Salarios	\$6.123,20	\$7.395,52	\$8.135,07	\$8.948,58	\$9.843,44
<b>Mano de obra utilizada</b>	<b>\$6.123,20</b>	<b>\$7.395,52</b>	<b>\$8.135,07</b>	<b>\$8.948,58</b>	<b>\$9.843,44</b>
<b>Costos indirectos de mercadería</b>					
Materiales para empaque	\$14.000,00	\$15.244,95	\$16.497,26	\$17.437,37	\$18.155,79
Costo materiales para empaque fundas ecológicas L	\$8.000,00	\$8.672,78	\$9.315,95	\$9.960,20	\$10.370,56
Costo materiales para empaque fundas ecológicas S	\$2.800,00	\$3.104,62	\$3.429,60	\$3.570,89	\$3.718,02
Costo materiales para empaque fundas ecológicas M	\$3.200,00	\$3.467,55	\$3.751,71	3.906,28	\$4.067,22
Sueldo mano de obra indirecta	\$9.014,80	\$10.906,28	\$11.996,91	\$13.196,60	\$14.516,26
Depreciación adecuaciones	\$237,50	\$237,50	\$237,50	\$237,50	\$237,50
Depreciación maquinaria y equipo	\$229,50	\$229,50	\$229,50	\$229,50	\$229,50
Depreciación equipo de operación	\$202,50	\$202,50	\$202,50	\$202,50	\$202,50
Depreciación muebles y enseres bodega	\$69,30	\$69,30	\$69,30	\$69,30	\$69,30
Depreciación equipo de cómputo bodega	\$336,00	\$336,00	\$336,00	-	-
Servicios básicos	\$2.217,60	\$2.308,97	\$2.404,09	\$2.503,14	\$2.606,27
Reparación y mantenimiento maquinaria	\$76,50	\$79,65	\$82,93	\$86,35	\$89,91
Seguro planta maquinaria y equipo	\$1.200,00	\$1.249,44	\$1.300,92	\$1.354,51	\$1.410,32
Equipos de seguridad industrial	\$654,00	\$680,94	\$709,00	\$738,21	\$768,62

Equipos seguridad contra incendios	\$360,00	\$374,83	\$390,28	\$406,35	\$423,10
Suministros de aseo	\$204,00	\$212,40	\$221,16	\$230,27	\$239,75
<b>Total costos indirectos de mercadería</b>	<b>\$28.801,70</b>	<b>\$32.132,27</b>	<b>\$34.677,34</b>	<b>\$36.691,61</b>	<b>\$38.948,83</b>
<b>Costo de operación merc. Ex. +MO + CIM</b>	<b>\$927.924,90</b>	<b>\$1.054.626,80</b>	<b>\$1.143.278,66</b>	<b>\$1.238.652,83</b>	<b>\$1.342.134,21</b>

Nota: Estado de costos. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

### 5.7.1 Balance general proyectado

El balance general permite conocer la situación financiera de la empresa con el valor de sus activos, pasivos y patrimonio, al analizar esta información se sabe cuánto y donde se ha invertido, cuánto dinero es de la empresa y de los acreedores y, en base a dicho análisis, tomar decisiones.

Tabla 61. Balance general

Empresa "Leather Fashion Ltda."						
Balance general proyectado						
Concepto	Pre-operacional	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Activo corriente</b>						
Efectivo y equivalentes al efectivo	\$ 262.400,48	\$ 392.680,93	\$ 466.930,96	\$ 561.640,16	\$ 663.060,88	\$ 770.051,30
Inventario de mercadería	\$ -	\$ 47.000,00	\$ 50.952,58	\$ 55.237,56	\$ 59.882,90	\$ 64.918,90
Inventario producto terminado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total activos corrientes</b>	<b>\$ 262.400,48</b>	<b>\$ 439.680,93</b>	<b>\$ 517.883,54</b>	<b>\$ 616.877,72</b>	<b>\$ 722.943,78</b>	<b>\$ 834.970,20</b>
<b>Activos no corrientes</b>						
<b>Activos fijos depreciables</b>	<b>\$ 15.745,00</b>	<b>\$ 15.745,00</b>	<b>\$ 15.745,00</b>	<b>\$ 15.745,00</b>	<b>\$ 11.965,00</b>	<b>\$ 11.965,00</b>
Arreglos y adecuaciones	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Depreciación arreglo y adecuaciones		\$ 237,50	\$ 475,00	\$ 712,50	\$ 950,00	\$ 1.187,50
Maquinaria y equipo	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00
Depreciación maquinaria y equipo		\$ 229,50	\$ 459,00	\$ 688,50	\$ 918,00	\$ 1.147,50
Equipo de operación	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00	\$ 2.250,00
Depreciación equipo de operación		\$ 202,50	\$ 405,00	\$ 607,50	\$ 810,00	\$ 1.012,50
Equipo de oficina	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Depreciación equipo de oficina		\$ 21,60	\$ 43,20	\$ 64,80	\$ 86,40	\$ 108,00
Equipo de computación	\$ 3.780,00	\$ 3.780,00	\$ 3.780,00	\$ 3.780,00	\$ -	\$ -
Depreciación equipo de computación		\$ 840,00	\$ 1.680,00	\$ 2.520,00	\$ -	\$ -
Muebles y enseres	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00	\$ 1.925,00
Depreciación muebles y enseres		\$ 173,25	\$ 346,50	\$ 519,75	\$ 693,00	\$ 866,25
<b>Subtotal activos fijos</b>	<b>\$ 15.745,00</b>	<b>\$ 15.745,00</b>	<b>\$ 15.745,00</b>	<b>\$ 15.745,00</b>	<b>\$ 11.965,00</b>	<b>\$ 11.965,00</b>
<b>(-)depreciación acumulada activos fijos depreciables</b>		<b>\$ 1.704,35</b>	<b>\$ 3.408,70</b>	<b>\$ 5.113,05</b>	<b>\$ 3.457,40</b>	<b>\$ 4.321,75</b>
<b>Activos fijos no depreciables</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total activos fijos</b>	<b>\$ 15.745,00</b>	<b>\$ 14.040,65</b>	<b>\$ 12.336,30</b>	<b>\$ 10.631,95</b>	<b>\$ 8.507,60</b>	<b>\$ 7.643,25</b>

Activo diferido neto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros activos	\$ -					
Total activos	\$ 278.145,48	\$ 453.721,58	\$ 530.219,84	\$ 627.509,67	\$ 731.451,38	\$ 842.613,45
Pasivo corriente						
Obligaciones bancarias	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Porción corriente deuda de largo plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos acumulados por pagar (utilidades e impuestos)	\$ -	\$ 65.994,88	\$ 55.650,90	\$ 60.071,64	\$ 64.809,14	\$ 69.963,62
Total de pasivos corrientes	\$ -	\$ 65.994,88	\$ 55.650,90	\$ 60.071,64	\$ 64.809,14	\$ 69.963,62
Pasivo no corriente	\$ 128.145,48	\$ 107.891,07	\$ 85.248,01	\$ 59.934,62	\$ 31.635,97	\$ 0,00
Total pasivos	\$ 128.145,48	\$ 173.885,95	\$ 140.898,91	\$ 120.006,26	\$ 96.445,11	\$ 69.963,62
Patrimonio						
Capital suscrito o asignado	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
Reserva legal	\$ -	\$ 6.491,78	\$ 11.966,05	\$ 17.875,17	\$ 24.250,31	\$ 31.132,49
Futuras capitalizaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad (pérdida) retenida	\$ -	\$ -	\$ 123.343,85	\$ 227.354,88	\$ 339.628,24	\$ 460.755,95
Utilidad (pérdida) neta	\$ -	\$ 123.343,85	\$ 104.011,04	\$ 112.273,36	\$ 121.127,71	\$ 130.761,39
Total de patrimonio	\$ 150.000,00	\$ 279.835,63	\$ 389.320,93	\$ 507.503,41	\$ 635.006,26	\$ 772.649,83
Total de pasivo y patrimonio	\$ 278.145,48	\$ 453.721,58	\$ 530.219,84	\$ 627.509,67	\$ 731.451,38	\$ 842.613,45
Comprobación del balance	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (0,00)	\$ (0,00)

Nota: Balance general. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

## 5.7.2 Estado de resultados

Para obtener el Estado de resultados se consideró las exportaciones, inventario, mano de obra, CIF, gastos operacionales

Tabla 62. Estado de resultados

Empresa "Leather Fashion Ltda."										
Estado de resultados										
Periodos	2014		2015		2016		2017		2018	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
<b>Ingresos operacionales</b>										
Ventas para exportación	\$ 1.206.270,25	100,00%	\$ 1.309.039,56	100,00%	\$ 1.415.122,90	100,00%	\$ 1.528.715,60	100,00%	\$ 1.652.536,01	100,00%
<b>Costos y gastos</b>										
Mercadería exportable	\$ 940.000,00		\$ 1.066.051,59		\$ 1.155.703,80		\$ 1.252.895,53		\$ 1.358.260,84	
(-) inventario final de mercadería exportable	\$ 47.000,00		\$ 50.952,58		\$ 55.237,56		\$ 59.882,90		\$ 64.918,90	
Mano de obra directa	\$ 6.123,20		\$ 7.395,52		\$ 8.135,07		\$ 8.948,58		\$ 9.843,44	
Costos indirectos de mercadería	\$ 28.801,70		\$ 32.132,27		\$ 34.677,34		\$ 36.691,61		\$ 38.948,83	
<b>Costo de operación</b>	\$ 927.924,90	76,93%	\$ 1.054.626,80	80,56%	\$ 1.143.278,66	80,79%	\$ 1.238.652,83	81,03%	\$ 1.342.134,21	81,22%
(-) inventario final productos terminados	\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00	
<b>Costo de ventas</b>	\$ 927.924,90	76,93%	\$ 1.054.626,80	80,56%	\$ 1.143.278,66	80,79%	\$ 1.238.652,83	81,03%	\$ 1.342.134,21	81,22%
<b>Utilidad bruta en ventas</b>	<b>\$ 278.345,35</b>	<b>23,07%</b>	<b>254.412,76</b>	<b>19,44%</b>	<b>\$ 271.844,24</b>	<b>19,21%</b>	<b>\$ 290.062,77</b>	<b>18,97%</b>	<b>\$ 310.401,80</b>	<b>18,78%</b>
<b>Gastos operacionales</b>										
Gastos de administración	\$ 41.560,43	3,45%	\$ 46.311,00	3,54%	\$ 50.620,19	3,58%	\$ 55.012,81	3,60%	\$ 60.202,31	3,64%
Gastos de ventas	\$ 27.620,92	2,29%	\$ 32.020,72	2,45%	\$ 34.695,42	2,45%	\$ 37.448,71	2,45%	\$ 40.640,37	2,46%
<b>Utilidad (pérdida) operacional</b>	<b>\$ 209.164,00</b>	<b>17,34%</b>	<b>\$ 176.081,05</b>	<b>13,45%</b>	<b>\$ 186.528,62</b>	<b>13,18%</b>	<b>\$ 197.601,25</b>	<b>12,93%</b>	<b>\$ 209.559,12</b>	<b>12,68%</b>
<b>Gastos no operacionales</b>										
Gastos financieros	\$ 13.333,49	1,11%	\$ 10.944,85	0,84%	\$ 8.274,51	0,58%	\$ 5.289,25	0,35%	\$ 1.951,93	0,12%
Otros ingresos	\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00	
Otros egresos	\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00		\$ 0,00	
<b>Utilidad (pérdida) antes participación</b>	<b>\$ 195.830,51</b>	<b>16,23%</b>	<b>\$ 165.136,20</b>	<b>12,62%</b>	<b>\$ 178.254,12</b>	<b>12,60%</b>	<b>\$ 192.312,00</b>	<b>12,58%</b>	<b>\$ 207.607,19</b>	<b>12,56%</b>

15% participación utilidades	\$ 29.374,58	2,44%	\$ 24.770,43	1,89%	\$ 26.738,12	1,89%	\$ 28.846,80	1,89%	\$ 31.141,08	1,88%
<b>Útil (pérdida) antes impuestos</b>	<b>\$ 166.455,93</b>	<b>13,80%</b>	<b>\$ 140.365,77</b>	<b>10,72%</b>	<b>\$ 151.516,00</b>	<b>10,71%</b>	<b>\$ 163.465,20</b>	<b>10,69%</b>	<b>\$ 176.466,11</b>	<b>10,68%</b>
Impuesto a la renta 22%	\$ 36.620,31	3,04%	\$ 30.880,47	2,36%	\$ 33.333,52	2,36%	\$ 35.962,34	2,35%	\$ 38.822,54	2,35%
<b>Utilidad para distribución</b>	<b>\$ 129.835,63</b>	<b>10,76%</b>	<b>\$ 109.485,30</b>	<b>8,36%</b>	<b>\$ 118.182,48</b>	<b>8,35%</b>	<b>\$ 127.502,86</b>	<b>8,34%</b>	<b>\$ 137.643,57</b>	<b>8,33%</b>
Reserva legal 5%	\$ 6.491,78		\$ 5.474,27		\$ 5.909,12		\$ 6.375,14		\$ 6.882,18	
<b>Utilidad neta socios</b>	<b>\$ 123.343,85</b>	<b>10,23%</b>	<b>\$ 104.011,04</b>	<b>7,95%</b>	<b>\$ 112.273,36</b>	<b>7,93%</b>	<b>\$ 121.127,71</b>	<b>7,92%</b>	<b>\$ 130.761,39</b>	<b>7,91%</b>

Nota: Estado de resultados. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

### 5.7.3 Flujo de caja proyectado con financiamiento

Manejar una empresa con éxito requiere de efectivo, y mantener un flujo de caja suficiente para financiar los requerimientos de la empresa requiere un análisis del flujo de caja o efectivo.

Tabla 63. Flujo de caja con financiamiento

<b>Empresa Leather Fashion Ltda.</b>						
<b>Flujo de caja proyectado con financiamiento</b>						
<b>Concepto</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
	<b>Pre-operación</b>					
<b>Ingresos operacionales</b>						
Ingresos		\$ 1.206.270,25	\$ 1.309.039,56	\$ 1.415.122,90	\$ 1.528.715,60	\$ 1.652.536,01
<b>Egresos operacionales</b>						
(-) costos		\$ 927.924,90	\$ 1.054.626,80	\$ 1.143.278,66	\$ 1.238.652,83	\$ 1.342.134,21



(-) gastos operacionales		\$ 69.181,35	\$ 78.331,71	\$ 85.315,62	\$ 92.461,52	\$ 100.842,68
(-) gastos no operacionales		\$ 13.333,49	\$ 10.944,85	\$ 8.274,51	\$ 5.289,25	\$ 1.951,93
<b>Total costos y gastos</b>		<b>\$ 1.010.439,74</b>	<b>\$ 1.143.903,36</b>	<b>\$ 1.236.868,78</b>	<b>\$ 1.336.403,59</b>	<b>\$ 1.444.928,82</b>
<b>Utilidad antes de impuestos</b>		\$ 195.830,51	\$ 165.136,20	\$ 178.254,12	\$ 192.312,00	\$ 207.607,19
(-) 15 % participación de trabajadores		\$ 29.374,58	\$ 24.770,43	\$ 26.738,12	\$ 28.846,80	\$ 31.141,08
<b>Utilidad gravable</b>		\$ 166.455,93	\$ 140.365,77	\$ 151.516,00	\$ 163.465,20	\$ 176.466,11
% impuesto a la renta código de producción		22%	22%	22%	22%	22%
(-) impuesto a la renta		\$ 36.620,31	\$ 30.880,47	\$ 33.333,52	\$ 35.962,34	\$ 38.822,54
<b>= utilidad neta</b>		<b>\$ 129.835,63</b>	<b>\$ 109.485,30</b>	<b>\$ 118.182,48</b>	<b>\$ 127.502,86</b>	<b>\$ 137.643,57</b>
(+) depreciación		\$ 1.704,35	\$ 1.704,35	\$ 1.704,35	\$ 864,35	\$ 864,35
(-) inversión inicial	\$ (278.145,48)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) recuperación capital de trabajo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 262.400,48
(+) préstamo	\$ 128.145,48	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) pago capital de préstamo		\$ 20.254,41	\$ 22.643,05	\$ 25.313,39	\$ 28.298,65	\$ 31.635,97
(+) valor de salvamento		\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.260,00	\$ -
<b><u>flujo neto</u></b>	<b>\$ (150.000,00)</b>	<b>\$ 111.285,57</b>	<b>\$ 88.546,60</b>	<b>\$ 94.573,44</b>	<b>\$ 101.328,55</b>	<b>\$ 369.272,42</b>

Nota: Flujo de caja con financiamiento. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

## 5.7.4 Flujo de caja sin financiamiento

Tabla 64. Flujo de caja sin financiamiento

<b>Empresa Leather Fashion Ltda.</b>						
<b>Flujo de caja proyectado sin financiamiento</b>						
<b>Concepto</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
	<b>Per-operación</b>					
<b>Ingresos operacionales</b>						
Ingresos		\$ 1.206.270,25	\$ 1.309.039,56	\$ 1.415.122,90	\$ 1.528.715,60	\$ 1.652.536,01
<b>Egresos operacionales</b>						
(-) costos		\$ 927.924,90	\$ 1.054.626,80	\$ 1.143.278,66	\$ 1.238.652,83	\$ 1.342.134,21
(-) gastos operacionales		\$ 69.181,35	\$ 78.331,71	\$ 85.315,62	\$ 92.461,52	\$ 100.842,68
(-) gastos no operacionales		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total costos y gastos</b>		<b>\$ 997.106,25</b>	<b>\$ 1.132.958,52</b>	<b>\$ 1.228.594,27</b>	<b>\$ 1.331.114,35</b>	<b>\$ 1.442.976,89</b>
<b>Utilidad antes de impuestos</b>		\$ 209.164,00	\$ 176.081,05	\$ 186.528,62	\$ 197.601,25	\$ 209.559,12
(-) 15 % participación de trabajadores		\$ 31.374,60	\$ 26.412,16	\$ 27.979,29	\$ 29.640,19	\$ 31.433,87
<b>Utilidad gravable</b>		<b>\$ 177.789,40</b>	<b>\$ 149.668,89</b>	<b>\$ 158.549,33</b>	<b>\$ 167.961,06</b>	<b>\$ 178.125,25</b>
% impuesto a la renta código de producción		22%	22%	22%	22%	22%
(-) impuesto a la renta		\$ 39.113,67	\$ 32.927,16	\$ 34.880,85	\$ 36.951,43	\$ 39.187,55
<b>= utilidad neta</b>		<b>\$ 138.675,73</b>	<b>\$ 116.741,73</b>	<b>\$ 123.668,48</b>	<b>\$ 131.009,63</b>	<b>\$ 138.937,69</b>
(+) depreciación		\$ 1.704,35	\$ 1.704,35	\$ 1.704,35	\$ 864,35	\$ 864,35
(-) inversión inicial	\$ (278.145,48)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) recuperación capital de trabajo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 262.400,48
(+) valor de salvamento		\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.260,00	\$ -
<b>flujo neto</b>	<b>\$ (278.145,48)</b>	<b>\$ 140.380,08</b>	<b>\$ 118.446,08</b>	<b>\$ 125.372,83</b>	<b>\$ 133.133,98</b>	<b>\$ 402.202,52</b>

Nota: Flujo de caja sin financiamiento. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

## 5.8 Punto de equilibrio

Tabla 65. Punto de equilibrio 2015 y margen de contribución

<b>Punto de equilibrio 2015</b>			
<b>Artículo</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Costo</b>	<b>Utilidad</b>
Chompas	\$101,10	\$87,92	\$13,19
Carteras	\$46,87	\$42,61	\$4,26
Zapatos	\$52,49	\$47,72	\$4,77

<b>Margen de contribución unitaria</b>			
<b>Artículo</b>	<b>Utilidad</b>	<b>%</b>	<b>Margen de contribución</b>
Chompas	\$13,19	50%	\$6,59
Carteras	\$4,26	25%	\$1,07
Zapatos	\$4,77	25%	\$1,19
		100%	\$8,85

Nota: Punto de equilibrio 2015 y margen de contribución. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

### 5.8.1 Cálculo en P.E. en unidades

$$P.E. = \frac{COSTOS FIJOS}{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}$$

$$P.E. = \frac{95.501,74}{8,85}$$

$$P.E. = 10.788,83 \text{ Unidades}$$

### 5.8.2 Punto de equilibrio por artículo

Tabla 66. Punto de equilibrio por artículo

Artículo	P.E.	% participación	# artículos	DÓLARES
Chompas	10788,83 unid.	50%	5394,42 unid	\$545395,93
Carteras	10788,83 unid.	25%	2697,21 unid	\$126417,68
Zapatos	10788,83 unid.	25%	2697,21 unid	\$141576,88
			<b>10788,83 unid</b>	<b>\$813390,50</b>

Nota: Punto de equilibrio por artículo. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

### 5.8.3 Cálculo de valor monetario de equilibrio y cantidad de equilibrio

Tabla 67. Valor monetario de equilibrio y cantidad de equilibrio

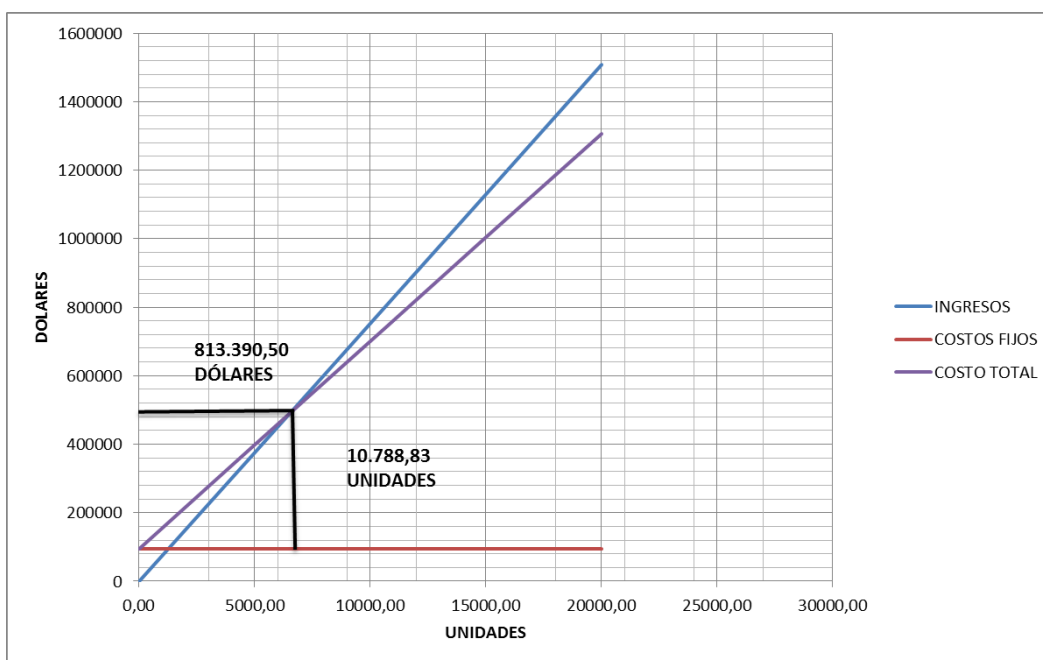
Precio de venta unitario promedio	\$	75,39
Unidades vendidas		16000,00 unid
Ingreso total	\$	1.206.270,25
Costo fijo total	\$	95.501,74
Costo variable total	\$	969.138,00
Costo variable unitario= CVT/número de unidades vendidas	\$	60,57
<b>Cantidad de equilibrio= CFT/ (P-CVU)</b>		<b>10788,83 unid</b>
<b>Valor monetario de equilibrio=</b>	<b>\$</b>	<b>813.390,50</b>

Nota: Valor monetario de equilibrio y cantidad de equilibrio. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilingua, & M. Quezada, 2014

### 5.8.4 Punto de equilibrio

Tabla 68. Punto de equilibrio

A	B	C=AxB	D	E	F= Bx E	G = D + F
Precio venta unitario	Cant	Ingresos	Costos fijos	Costo variable unitario	Costo variable total	Costo total
\$ 75,39	0,00	\$ -	\$95.501,74	\$ 60,57	\$ -	\$ 95.501,74
\$ 75,39	5000,00	\$ 376.959,45	\$ 95.501,74	\$ 60,57	\$ 302.855,63	\$ 398.357,37
\$ 75,39	10788,83	\$ 813.390,50	\$ 95.501,74	\$ 60,57	\$ 653.491,73	\$ 748.993,48
\$ 75,39	15000,00	\$ 1.130.878,36	\$95.501,74	\$ 60,57	\$ 908.566,88	\$ 1.004.068,62
\$ 75,39	20000,00	\$ 1.507.837,81	\$95.501,74	\$ 60,57	\$ 1.211.422,50	\$ 1.306.924,24



Nota: Punto de equilibrio. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chilibingua, & M. Quezada, 2014

## 5.9 Costo-beneficio

El análisis coste beneficio permite valorar inversiones teniendo en cuenta aspectos, de tipo social, también realiza la identificación de los cobros y pagos que genera el proyecto de inversión analizado. Estos elementos son incorporados a precios de mercado, sin que existan diferencias significativas con respecto a la valoración de las inversiones realizadas únicamente desde una perspectiva financiera.

Dando como resultado cual será el valor que se va a obtener de acuerdo a la inversión que se realice.

Tabla 69. Relación beneficio - costo

Relación beneficio costo						
Actualización costo total				Actualización de ingresos		
Años	Costo total	Factor de act.	Costo actualizado	Ingreso total	Factor de act.	Ingreso actualizado
		20,32%			20,32%	
2015	\$ 1.064.639,74	0,831084	\$ 884.805,49	\$ 1.206.270,25	0,831084	\$1.002.512,40
2016	\$ 1.155.352,58	0,690701	\$ 798.003,52	\$ 1.309.039,56	0,690701	\$ 904.155,32
2017	\$ 1.248.959,26	0,574031	\$ 716.941,43	\$ 1.415.122,90	0,574031	\$ 812.324,52
2018	\$ 1.349.176,02	0,477068	\$ 643.649,08	\$ 1.528.715,60	0,477068	\$ 729.301,72
2019	\$ 1.458.426,74	0,396484	\$ 578.242,88	\$ 1.652.536,01	0,396484	\$ 655.204,10
<b>Suma total</b>			<b>\$ 3.621.642,41</b>			<b>\$4.103.498,05</b>

Nota: Relación beneficio – costo. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

Tabla 70. Beneficio costo

<b>Relación beneficio costo=</b>	Ingreso actualizado
	Costo actualizado
<b>Relación beneficio costo=</b>	\$4.103.498
	\$3.621.642
<b>Relación beneficio costo=</b>	<b>\$ 1,13</b>

Nota: Beneficio costo. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

## 5.10 Evaluación financiera

### 5.10.1 Tasa mínima aceptable de financiamiento (TMAR)

Cuando se lleva a cabo un proyecto las personas inmersas en él tienen en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, la referencia para determinar esta tasa es la inflación sin embargo el inversionista busca que su dinero crezca más allá de compensar los efectos que puede causar el índice inflacionario.

Tabla 71. TMAR

<b>Tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento (TMAR)</b>			
Inversionista=	Tasa de inflación +riesgo pais+ prima de riesgo		
Inversionista=	4,12% +8%+16%		
<b>Inversionista=</b>	<b>28,12%</b>		
<b>Tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento</b>			
<b>Financiamiento</b>	<b>% aportación</b>	<b>Tmar</b>	<b>Ponderación</b>
Aporte de accionistas	53,93%	28,12%	15,16%
Crédito cfn	46,07%	11,20%	5,16%
<b>Tmar global</b>			<b>20,32%</b>

Nota: TMAR. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014

### 5.10.2 Valor actual neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia.

#### 5.10.2.1 Valor actual neto con financiamiento

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Van= -150.000,00</b>	111.285,57 (1+0,2038) <sup>1</sup>	88.546,60 (1+0,2038) <sup>2</sup>	94.573,44 (1+0,2038) <sup>3</sup>	101.328,55 (1+0,2038) <sup>4</sup>	369.272,42 (1+0,2038) <sup>5</sup>
<b>Van= -150.000,00</b>	111.285,57 1,2038	88.546,60 1,44913444	94.573,44 1,744468039	101.328,55 2,099990625	369.272,42 2,527968715
<b>Van= -150.000,00</b>	<b>92.445,23</b>	<b>61.103,09</b>	<b>54.213,34</b>	<b>48.251,91</b>	<b>146.074,76</b>
<b>Van= -150.000,00</b>	<b>402.088,33</b>				
<b>Van= \$252.088,33</b>					

### 5.10.2.2 VAN sin financiamiento

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

		2014	2015	2016	2017	2018
Van=	-278.145,48	140.380,08	118.446,08	125.372,83	133.133,98	
						402.202,52
		(1+0,2816) <sup>1</sup>	(1+0,2816) <sup>2</sup>	(1+0,2816) <sup>3</sup>	(1+0,2816) <sup>4</sup>	(1+0,2816) <sup>5</sup>
Van=	-278.145,48	140.380,08	118.446,08	125.372,83	133.133,98	402.202,52
		1,28	1,64	2,11	2,70	
						3,46
Van=	-278.145,48	109.535,02	72.113,36	59.558,80	49.349,06	116.327,47
Van=	-278.145,48	406.883,71				
Van=	\$128.738,24					

### 5.10.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Es la estimación de los flujos de caja que tiene la empresa, (ingresos menos gastos netos), cuando mayor sea el resultado de la tasa interna de retorno más rentable será el proyecto.

Tabla 72. TIR con financiamiento

Tasa interna de retorno con financiamiento						
# años	Años	Func	Factor de act.	Van menor	Factor de act.	Van mayor
			20%		68%	
		-\$ 150.000,00		-\$ 150.000,00		-\$ 150.000,00
1	2015	\$ 111.285,57	0,8333	\$ 92.737,97	0,5952	\$ 66.241,41
2	2016	\$ 88.546,60	0,6944	\$ 61.490,69	0,3543	\$ 31.372,80
3	2016	\$ 94.573,44	0,5787	\$ 54.730,00	0,2109	\$ 19.945,33
4	2017	\$ 101.328,55	0,4823	\$ 48.866,01	0,1255	\$ 12.720,22
5	2018	\$ 369.272,42	0,4019	\$ 148.402,30	0,0747	\$ 27.593,10
		<b>Suma total</b>		<b>\$ 256.226,98</b>		<b>\$ 7.872,87</b>
	<b>Tir</b>	<b>72%</b>				

Nota: TIR con Financiamiento. Adaptado de investigación, por A. Cevallos, J. Chiliquinga, & M. Quezada, 2014



$$\text{TIR} = \frac{20 + (68 - 20) \cdot \frac{256226,98}{256226,98 - 7872,87}}{1}$$

$$\text{TIR} = \frac{68\% \cdot 256226,98}{248354,11}$$

$$\text{TIR} = 68\% \cdot 1,03$$

$$\text{TIR} = 70\%$$

### 5.11 Índices financieros

Son relaciones que se establecen entre las cifras de los estados financieros, para facilitar su análisis e interpretación, a través de los mismos se pueden interpretar tendencias, variaciones y cambios que pueden presentar las cifras de los estados financieros.

Índice de solvencia	=	$\frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$	Índice de solvencia				
			2015	2016	2017	2018	2019
			6,66%	9,31%	10,27%	11,15%	11,93%

Índice de liquidez	=	$\frac{\text{Activos corrientes} - \text{inventarios}}{\text{Pasivos corrientes}}$	Índice de liquidez				
			2015	2016	2017	2018	2019
			5,95%	8,39%	9,35%	10,23%	11,01%

Índice rotación inventarios =	$\frac{365}{\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Li + if}} \cdot 2}$	<b>Índice rotación inventarios</b>				
		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
		9,24%	16,95%	16,95%	16,96%	16,97%

Índice de solidez o endeudamiento =	$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$	<b>Índice de solidez o endeudamiento</b>				
		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
		38%	27%	19%	13%	8%

Índice pasivo/patrimonio =	$\frac{\text{Pasivo a largo plazo}}{\text{Patrimonio}}$	<b>Índice pasivo/patrimonio</b>				
		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
		38,56%	21,90%	11,81%	4,98%	0,00%

cobertura de intereses =	$\frac{\text{utilidad operacional}}{\text{gastos financieros}}$	<b>cobertura de intereses</b>				
		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
		15,69%	16,09%	22,54%	37,36%	107,36%

Roi	=	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{inversión total}}$	<b>Roi</b>				
			<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
			44,35%	37,39%	40,36%	43,55%	47,01%

Roe	=	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$	<b>Roe</b>				
			<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
			44,08%	26,72%	22,12%	19,08%	16,92%

## CONCLUSIONES

El sector del cuero en el Ecuador ha tenido gran acogida desde sus inicios en el mercado nacional sin embargo las miras hacia el mercado internacional no han sido del todo nulas, hasta el momento las exportaciones que se han realizado han sido de materia prima más sin embargo lo que les ha impedido lograr ingresar con productos terminados es la falta de organización y temor a fracasar en el intento.

En el estudio de la balanza comercial chilena se definió la cantidad que este mercado necesita para satisfacer su demanda en un periodo determinado, adicional a esto se realizó un estudio de mercado en el sector de Quisapincha que muestra la capacidad de producción de chompas, zapatos y carteras para exportar.

El mercado chileno es atractivo para la comercialización de estos productos por la existencia de acuerdos de complementación económica como el ACE 65 que favorece el ingreso de productos con preferencias arancelarias que incrementan nuestro margen de utilidad.

El estudio técnico del proyecto mostro las mejores alternativas para el bróker Leather Fashion en cuanto a localización y estructura de la organización, dando como resultado la ubicación de la empresa en Ambato y una estructura eficiente para su buen funcionamiento.

La producción de artículos de cuero en el sector es excelente y de gran volumen lo cual hace que la propuesta del proyecto sea viable bajo un estudio técnico, metodológico y financiero. Siendo rentable con la recuperación de capital invertido en un periodo menor a 2 años.

## **RECOMENDACIONES**

La capacitación y fomento de las necesidades del mercado internacional deben ser cumplidas por los artesanos lo cual es calidad, diseño y tiempo de entrega con ello estaremos brindando un servicio idóneo al cliente internacional.

Este proyecto genera fuentes de empleo que permitirán el desarrollo de pequeñas ciudades por lo cual se recomienda buscar el apoyo gubernamental en cuanto a capacitación y promoción.

La logística debe ser fundamental para el giro del negocio de Leather Fashion, en cuanto al proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de los artículos de cuero del punto de origen al de consumidor, logrando reducir costos y tiempos en el proceso de exportación.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Aduana del Ecuador. (14 de febrero de 2000). *Requisitos para registrarse como exportador*. Recuperado el 15 de enero de 2014 de: <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>
- ALADI. (10 de marzo de 2000). *Preparacion, expedicion y seguimiento de cargas, envase, embalaje y marcado*. Recuperado el 17 de abril de 2013 de Servicio de Apoyo al empresario: <http://www.aladi.org/nsfaladi/integracion.nsf/8f70fad97989e41a03256e600050e57d/74371b17c4eddc5803256e40004ead46?OpenDocument>
- Arpem. (12 de diciembre de 2012). *Chaquetas de cuero para motociclistas*. Recuperado el 15 de junio de 2013 de: <http://www.arpem.com/equipamiento-motos/chaquetas/chaquetas.html>
- Asociacion Nacional de Curtidores del Ecuador. (1 de octubre de 2011). Principales zonas de producción de artículos de cuero. *El Comercio*, pág. 4.
- Banco Central de Chile. (16 de febrero de 2009). *Estadísticas macroeconómicas*. Recuperado el 16 de enero de 2014 de base de datos estadísticos: <http://si3.bcentral.cl/Siete/secure/cuadros/arboles.aspx>
- Banco Central Ecuador. (28 de febrero de 2009). *Estadísticas de importaciones y exportaciones*. Recuperado el 16 de enero de 2014 de: [www.bce.gob](http://www.bce.gob)
- Churchill and Rufus. (13 de noviembre de 2013). *Estilos de chompa de temporada*. Recuperado el 12 de febrero de 2014 de: <http://www.churchillandrufus.com/>
- Comunidad Forex. (7 de febrero de 2011). *Definición de broker*. Recuperado el 7 de diciembre de 2013 de: <http://www.efxto.com/diccionario/b/3432-broker#ixzz2mkZ2S0xP>
- Emerging Markets Information Service a product of ISI Emerging Markets. (16 de diciembre de 2013). *Principales distribuidores chilenos de industria del cuero*. Recuperado el 23 de febrero de 2014 de: <http://www.securities.com>
- Emprendedores. (23 de julio de 2012). *Definición estudio de mercado*. Recuperado el 23 de enero de 2014 de: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- Estrada Heredia , L. P., & Estrada C., R. (2013). *COMO HACER EXPORTACIONES*. QUITO: Empresadane Gráficas Cía. Ltda.
- Fan Pop. (12 de julio de 2013). *Estilo de chompas clásicas*. Recuperado el 23 de febrero de 2014 de: <http://www.fanpop.com/>
- Gobierno de Chile. (6 de enero de 2012). *Emblemas Patrios*. Recuperado el 23 de mayo de 2014 de: <http://www.gob.cl/emblemas-patrios/>

- Google Maps. (s.f.). <https://www.google.com.ec/maps/dir/-1.2369174,-78.6316222/@-1.2366841,-78.6315659,18z/data=!4m3!4m2!1m0!1m0>.  
Obtenido de: <https://www.google.com.ec/maps/dir/-1.2369174,-78.6316222/@-1.2366841,-78.6315659,18z/data=!4m3!4m2!1m0!1m0>
- La vida de Serendipy. (12 de diciembre de 2013). *Estilos de chompas rock*. Recuperado el 20 de febrero de 2014 de: <http://www.lavidadeserendipity.com/category/alamode>
- Mango. (12 de diciembre de 2013). *Carteras*. Recuperado el 20 de febrero de 2014 de: [http://shop.mango.com/home.faces?state=she\\_500\\_ES](http://shop.mango.com/home.faces?state=she_500_ES)
- Nieto Churraca, A., & Llamazares, O. (1998). *Marketing Internacional*. Madrid: Piramide.
- Proecuador. (29 de diciembre de 2012). *Oferta ecuatoriana al mundo de industria textil*. Recuperado el 13 de marzo de 2013 de: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cuero-y-textiles/>
- Servicio de Rentas Internas. (15 de julio de 2009). *Requisitos para la inscripción del sector privado*. Recuperado el 7 de diciembre de 2013 de: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Servicio de Rentas Internas. (7 de julio de 2013). *PYMES*. Recuperado el 7 de diciembre de 2013 de: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32@public>
- This is Chile. (24 de febrero de 2013). *Costumbre de Chile*. Recuperado el 25 de junio de 2013 de: [www.thisischile.com](http://www.thisischile.com)
- Trade Map. (16 de febrero de 2009). *Estadísticas de importación vs. exportación de artículos de cuero - Chile vs. Ecuador*. Recuperado el 14 de febrero de 2014 de: [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx)

## ANEXOS

### 1-1 Escritura constitución de la empresa (apertura de cuenta, accionistas, reserva de dominio)

#### ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA LEATHER FASHION S.A.

Señor notario:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución de compañía anónima, al tenor de las cláusulas siguientes:

**PRIMERA.- COMPARECIENTES:** Concurren al otorgamiento de esta escritura, los señores: ADRIANA CRISTINA CEVALLOS MALDONADO con cédula de identidad N° 1722659859, MARÍA CRISTINA QUEZADA CAMPOVERDE con cédula de identidad N° 1720298817, y JOSÉ ALEJANDRO CHILQUINGA RAMÓN, con cédula de identidad N° 1718982059, los comparecientes declaran ser ecuatorianos, mayores de edad, de estado civil solteros, de profesión estudiantes domiciliados en esta ciudad de Quito, provincia de Pichincha.

**SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD:** Los comparecientes declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía anónima Leather Fashion S.A., la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial por la Ley de Compañías, su Reglamento y los siguientes estatutos

**TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.**

#### TITULO 1

##### Del nombre, domicilio, objeto y plazo

**Artículo 1°.- Nombre.-** El nombre de la compañía que se constituye es **Leather Fashion S.A.**



**Artículo 2°.- Domicilio.-** El domicilio principal de la compañía Leather Fashion es en la ciudad de Quito, La sociedad constituida por esta escritura pública tendrá su domicilio principal en la Provincia de Tungurahua, cantón Ambato, en la Calle Guayabas y Calle Mirabeles. Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

**Artículo 3°.- Objeto.-** el objeto de la compañía consiste en dedicarse a la compra y comercialización, de artículos de cuero: chompas, zapatos y carteras. Como medio para cumplir sus fines, podrá adquirir activos como inmuebles, construir, usar, administrar, operar y alquilar maquinaria y oficinas. En el cumplimiento de su objetivo, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

**Artículo 4°.- Plazo.-** El plazo de duración de la compañía es de 99 noventa y nueve años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

## **TITULO II**

### **Del capital**

**Artículo 5°.- Capital y de las acciones.-** El capital social es de 800 dólares de los Estados Unidos de América dividido en 800 acciones ordinarias y nominativas, cada acción, tendrá un precio que será de un dólar de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del 1 al 800.

## **TITULO III**

### **Del gobierno y de la administración**

**Artículo 6°.- Norma general.-** El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al gerente y al presidente.

**Artículo 7°.- Convocatorias.-** La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

**Artículo 8°.- Clases de juntas.-** Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2°, 3° y 4° del artículo 231 de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

**Artículo 9°.- Quórum general de instalación.-** Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el 50% del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de accionistas presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los accionistas presentes.

**Artículo 10°.- Quórum especial de instalación.-** Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalará, en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución de capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia de al menos el 50% del capital pagado. En estos casos, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastará la concurrencia de la tercera parte del capital pagado.

Cuando preceda una tercera convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum, la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

**Artículo 11°.- Quórum de decisión.-** Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión.

**Artículo 12°.- Facultades de la junta.-** Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía anónima.

**Artículo 13.- Junta universal.-** No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

**Artículo 14°.- Presidente de la compañía.-** El presidente será nombrado por la junta general para un período de cuatro años, a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas; y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

**Artículo 15°.- Gerente de la compañía.-** El gerente será nombrado por la junta general para un período de cuatro años, a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas;

- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

#### **TITULO IV DE LA FISCALIZACIÓN**

**Artículo 16°.- Comisarios.-** La junta general designará un comisario, que ejercerá sus funciones por un periodo de dos años, quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

#### **TITULO V DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN**

**Artículo 17°.- Norma general.-** La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. Siempre que las circunstancias permitan, la junta general designará un liquidador principal y otro suplente.

**CUARTA.- APORTES.-** Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 150, numeral 6°, en cualquier caso, 147, inciso 5°, y 161, si el aporte fuere en numerario y 162, si fuere en especies. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, éste no podrá exceder de dos años contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

<b>SOCIOS</b>	<b>CAPITAL SUS.</b>	<b>CAPITAL PAG.</b>	<b>VALOR ACCIONES</b>	<b>NUMERO ACCIONES</b>
Adriana Cevallos	267	100%	1	266.67
Cristina Quezada	267	100%	1	150
Alejandro Chiliqinga	266	100%	1	350

El señor/a Adriana Cristina Cevallos Maldonado suscribe doscientos sesenta y siete acciones de un dólar cada una lo que da un aporte de doscientos sesenta y siete dólares de los Estados Unidos de América, El señor/a María Cristina Quezada Campoverde suscribe doscientos sesenta y siete acciones de un dólar cada una, lo que da un aporte doscientos sesenta y siete dólares de los Estados Unidos de América, y El señor José Alejandro Chiliqinga Ramón doscientos sesenta y seis acciones de un dólar cada una, lo que da un aporte de trescientas cincuenta, y paga en numerario la cantidad de doscientos sesenta y seis dólares de los Estados Unidos de América, . Los valores pagados por todos los accionistas, se encuentran depositados en la cuenta «Integración de Capital», abierta en el Banco Produbanco, a nombre de la compañía que hoy se constituye, según consta del certificado que se agrega como documento habilitante. El saldo del capital suscrito por los accionistas será pagado a la compañía en numerarlo, dentro de dos años contados desde la Inscripción de la compañía en el Registro Mercantil, en la cantidad que corresponda a cada accionista.

**QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.-** Para Los períodos señalados en el artículo 14° y 15° del estatuto, se designa como presidente de la compañía al señor/a **MARÍA ELIZABETH JUÁREZ PINZÓN**, como gerente de la misma al señor/a **MARTIN ALEJANDRO TORRES CEVALLOS** respectivamente.

Usted, señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo.

Atentamente el abogado

**REPUBLICA DEL ECUADOR**  
**SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**  
**ABSOLUCIÓN DE DENOMINACIONES**  
**OFICINA: QUITO**

COLOCAR EN LOS ANEXOS

NUMERO DE TRAMITE: 5534271

TIPO DE TRAMITE: RESERVA DEL NOMBRE

SEÑOR: **MARÍA ELIZABETH JUÁREZ PINZÓN**

FECHA DE RESERVACIÓN: 21/11/2013 09:20:14 AM

PRESENTE:

SOLICITO MUY COMEDIDAMENTE SE REVISE EN SUS ARCHIVOS, SI EXISTE IMPEDIMENTO ALGUNO PARA PROCEDER A LA RESERVACIÓN DE UNO DE LOS SIGUIENTE NOMBRES

- 1.- Leather Fashion
- 2.- Cuero In
- 3.- Piel de Quisapincha

AGRADEZCO POR LA ATENCIÓN PRESTADA A LA SOLICITUD.

ATENTAMENTE EL ABOGADO

**REPUBLICA DEL ECUADOR**  
**SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**  
**ABSOLUCIÓN DE DENOMINACIONES**  
**OFICINA: QUITO**

NUMERO DE TRAMITE: 5534271

TIPO DE TRAMITE: CONSTITUCIÓN

SEÑOR: **MARÍA ELIZABETH JUÁREZ PINZÓN**

FECHA DE RESERVACIÓN: 21/11/2013

PRESENTE:

A FIN DE ATENDER SU PETICIÓN PREVIA REVISIÓN DE NUESTROS ARCHIVOS LE INFORMO QUE SU CONSULTA PARA LA RESERVA DE NOMBRE DE LA COMPAÑÍA HA TENIDO EL SIGUIENTE RESULTADO.

1.- Leather Fashion S.A. APROBADO

ESTA RESERVACIÓN DE DENOMINACIÓN SE ELIMINARA EL 21/12/2013

A PARTIR DEL 24/07/2006 DE ACUERDO A RESOLUCIÓN JURÍDICA Nª 06-Q-EJ-002 DE FECHA 24/07/2006 LA RESERVA DE DENOMINACIÓN TENDRÁ UNA DURACIÓN DE 30 DÍAS

## EXTRACTO

### CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA “Leather Fashion S.A.”

La compañía Leather Fashion S.A., se constituyó por escritura pública, otorgada ante el Notario Sexto del cantón Ambato; 11 de enero del 2014.

Fue aprobada por la Superintendencia de Compañías, mediante resolución N° 06.Q.U.JI. El 21 de Noviembre del 2013.

**1.- DOMICILIO:** Cantón Ambato

**2.- PLAZO DE DURACIÓN:** 99 años a partir de su inscripción en el registro mercantil.

**3.- OBJETO SOCIAL:** el objeto de la compañía consiste en dedicarse a la compra y comercialización, de Artículos de cuero. Como medio para cumplir sus fines, podrá adquirir activos como inmuebles, construir, usar, administrar, operar y alquilar maquinaria y oficinas. En el cumplimiento de su objetivo, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

**4.- CAPITAL:** El capital social es de OCHOCIENTOS DÓLARES de los Estados Unidos d América (Usd \$800) dividido en 800 ACCIONES de un DÓLAR de los Estados Unidos de América cada una.



## CERTIFICADO DE DEPÓSITO DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL

Quito, 15, de Enero del 2014

Mediante comprobante N° 736676357, el señor/a **MARTIN ALEJANDRO TORRES CEVALLOS** con CI N° 1722659859 consigno en este banco la cantidad de 800 por el concepto de depósito de apertura de CUENTA DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL de la compañía **Leather Fashion S.A.** que actualmente se encuentra cumpliendo los trámites legales para su constitución, cantidad que permanecerá inmovilizada hasta que el organismo regulador correspondiente emita el respectivo certificado que autoriza el retiro de los fondos depositados en dicha cuenta.

A continuación se detalla el nombre así como el monto de aportación de cada uno de los socios de la compañía:

Socios	Capital sus.	Capital pag.	Valor acciones	Numero acciones
Adriana Cevallos	267	100%	1	266.67
María Quezada	267	100%	1	150
José Chilibingua	266	100%	1	350

El valor correspondiente a este certificado será puesto en cuenta a disposición de los administradores de la nueva compañía tan pronto sea constituida, para lo cual deberán presentar al Banco la respectiva documentación que comprende; Estatutos y Nombramientos debidamente inscritos y un certificado de la superintendencia de compañías indicando que el trámite de constitución ha quedado debidamente concluido.

Este documento se emite a petición del interesado y tiene carácter exclusivamente informativo por lo que no podrá entenderse que el Banco Produbanco. Se obliga en forma alguna con el cliente o con terceros por la información que emite. Tampoco podrá ser utilizado para autorizar débitos, créditos o transacciones bancarias dentro del banco. Esta información es estrictamente confidencial y no implica para el banco responsabilidad.

No será válido este documento si hay indicio de alteración.

## EXTRACTO DE CONSTITUCIÓN

### **CONVOCATORIA**

Se convoca a La Junta General Ordinaria de Accionistas de Leather Fashion S.A. que se celebrará en primera convocatoria el día de 02 de abril del 2014, a las 12:30 horas en el Edificio la previsora, Naciones Unidas y Amazonas, Quito, en su caso, en segunda convocatoria el día 30 de abril del 2014

#### Orden del día

- Nombramiento de Gerente
- Nombramiento de Presidente

## 2.1 Encuesta productores de Quisapincha

### UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

El motivo de la presente encuesta es netamente académico, la información proporcionada será manejada de manera confidencial con el objetivo de culminar el trabajo de tesis, además servirá para el crecimiento de los artesanos de Quisapincha.

Por favor marque con una **X** su respuesta.

1. Su empresa es:      **Grande**\_\_\_\_      **Mediana**\_\_\_\_      **Pequeña**\_\_\_\_

2. Su empresa se dedica a:

- 
- La producción de artículos de cuero ( )
- Comercialización de artículos de cuero ( )
- Ambas ( )

3. ¿Cuál es la producción promedio trimestral por unidades?

**a. Chompas:**

1-150\_\_\_\_\_

151-300\_\_\_\_\_

301-450\_\_\_\_\_

451-600\_\_\_\_\_

601-750\_\_\_\_\_

Más\_\_\_\_\_

**b. De zapatos:**

1-150\_\_\_\_\_

151-300\_\_\_\_\_

301-450\_\_\_\_\_

451-600\_\_\_\_\_

601-750\_\_\_\_\_

Más\_\_\_\_\_

**c. Carteras:**

1-150\_\_\_\_\_

151-300\_\_\_\_\_

301-450\_\_\_\_\_

451-600\_\_\_\_\_

601-750\_\_\_\_\_

Más\_\_\_\_\_

4. ¿Si una empresa quisiera adquirir sus productos para vender al exterior, que porcentaje de su producción podría entregar trimestralmente?

a) Chompas\_\_\_\_\_

b) Zapatos\_\_\_\_\_

c) Carteras\_\_\_\_\_

5. ¿La producción usted la realiza de forma?

a. Artesanal \_\_\_\_

b. Tecnificada \_\_\_\_

6. ¿Realiza usted sus propios diseños?

a. Sí \_\_\_\_

b. No \_\_\_\_

c. de donde los obtiene\_\_\_\_\_

7. ¿Tiene conocimiento sobre las normas de calidad para la exportación?

a. Sí \_\_\_\_\_

b. No \_\_\_\_\_

8. ¿Exporta los artículos que produce o comercializa?

a. Sí \_\_\_\_\_

b. No \_\_\_\_\_

9. Si lo ha hecho, ha sido de forma Directa \_\_\_\_\_ A través de intermediarios \_\_\_\_\_

10. A que países ha exportado sus productos

---

11. Si no ha realizado, estaría dispuesto a hacerlo Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Porqué \_\_\_\_\_

○

12. ¿Conoce los beneficios, que el gobierno central promueve para la exportación de productos nacionales?

a. Sí \_\_\_\_\_

b. No \_\_\_\_\_

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

### 3.1 Tabla de amortización del préstamo Banco Pichincha

Monto Crédito	\$ 128.145,48
Tasa Activa	
Efectiva	11,20% anual
Tasa Interés	0,93% mensual
Plazo	5 años
Periodos	12 meses
Cuotas	60 meses

$$A = P \left( \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right)$$

$$A = 30,000 \left( \frac{0.9358(1+0.9358)^{60}}{(1+0.9358)^{60} - 1} \right)$$

Periodo	Periodo	Cuotas	Interés	Capital	Saldo	Interés	Capital
Año	Mes	Usd \$	Sobre saldo	Usd \$	Usd \$	Anual	Anual
-	0				\$ 128.145,48		
<b>Año 2014</b>	1	\$ 2.798,99	\$ 1.196,02	\$ 1.602,97	\$ 126.542,51		
	2	\$ 2.798,99	\$ 1.181,06	\$ 1.617,93	\$ 124.924,58		
	3	\$ 2.798,99	\$ 1.165,96	\$ 1.633,03	\$ 123.291,55		
	4	\$ 2.798,99	\$ 1.150,72	\$ 1.648,27	\$ 121.643,28		
	5	\$ 2.798,99	\$ 1.135,34	\$ 1.663,65	\$ 119.979,63		
	6	\$ 2.798,99	\$ 1.119,81	\$ 1.679,18	\$ 118.300,44		
	7	\$ 2.798,99	\$ 1.104,14	\$ 1.694,85	\$ 116.605,59		
	8	\$ 2.798,99	\$ 1.088,32	\$ 1.710,67	\$ 114.894,92		
	9	\$ 2.798,99	\$ 1.072,35	\$ 1.726,64	\$ 113.168,28		
	10	\$ 2.798,99	\$ 1.056,24	\$ 1.742,75	\$ 111.425,52		
	11	\$ 2.798,99	\$ 1.039,97	\$ 1.759,02	\$ 109.666,50		
-	12	\$ 2.798,99	\$ 1.023,55	\$ 1.775,44	\$ 107.891,07	<b>\$ 13.333,49</b>	<b>\$ 20.254,41</b>
<b>Año 2015</b>	13	\$ 2.798,99	\$ 1.006,98	\$ 1.792,01	\$ 106.099,06		
	14	\$ 2.798,99	\$ 990,26	\$ 1.808,73	\$ 104.290,32		
	15	\$ 2.798,99	\$ 973,38	\$ 1.825,62	\$ 102.464,71		
	16	\$ 2.798,99	\$ 956,34	\$ 1.842,65	\$ 100.622,05		
	17	\$ 2.798,99	\$ 939,14	\$ 1.859,85	\$ 98.762,20		
	18	\$ 2.798,99	\$ 921,78	\$ 1.877,21	\$ 96.884,99		
	19	\$ 2.798,99	\$ 904,26	\$ 1.894,73	\$ 94.990,26		
	20	\$ 2.798,99	\$ 886,58	\$ 1.912,42	\$ 93.077,84		
	21	\$ 2.798,99	\$ 868,73	\$ 1.930,27	\$ 91.147,58		
	22	\$ 2.798,99	\$ 850,71	\$ 1.948,28	\$ 89.199,30		
	23	\$ 2.798,99	\$ 832,53	\$ 1.966,46	\$ 87.232,83		
-	24	\$ 2.798,99	\$ 814,17	\$ 1.984,82	\$ 85.248,01	<b>\$ 10.944,85</b>	<b>\$ 22.643,05</b>
<b>Año 2016</b>	25	\$ 2.798,99	\$ 795,65	\$ 2.003,34	\$ 83.244,67		
	26	\$ 2.798,99	\$ 776,95	\$ 2.022,04	\$ 81.222,63		
	27	\$ 2.798,99	\$ 758,08	\$ 2.040,91	\$ 79.181,72		
	28	\$ 2.798,99	\$ 739,03	\$ 2.059,96	\$ 77.121,75		
	29	\$ 2.798,99	\$ 719,80	\$ 2.079,19	\$ 75.042,56		
	30	\$ 2.798,99	\$ 700,40	\$ 2.098,59	\$ 72.943,97		
	31	\$ 2.798,99	\$ 680,81	\$ 2.118,18	\$ 70.825,79		
	32	\$ 2.798,99	\$ 661,04	\$ 2.137,95	\$ 68.687,84		
	33	\$ 2.798,99	\$ 641,09	\$ 2.157,91	\$ 66.529,93		

	34	\$ 2.798,99	\$ 620,95	\$ 2.178,05	\$ 64.351,89		
	35	\$ 2.798,99	\$ 600,62	\$ 2.198,37	\$ 62.153,51		
-	36	\$ 2.798,99	\$ 580,10	\$ 2.218,89	\$ 59.934,62	<b>\$ 8.274,51</b>	<b>\$ 25.313,39</b>
<b>Año 2017</b>	37	\$ 2.798,99	\$ 559,39	\$ 2.239,60	\$ 57.695,02		
	38	\$ 2.798,99	\$ 538,49	\$ 2.260,50	\$ 55.434,51		
	39	\$ 2.798,99	\$ 517,39	\$ 2.281,60	\$ 53.152,91		
	40	\$ 2.798,99	\$ 496,09	\$ 2.302,90	\$ 50.850,01		
	41	\$ 2.798,99	\$ 474,60	\$ 2.324,39	\$ 48.525,62		
	42	\$ 2.798,99	\$ 452,91	\$ 2.346,09	\$ 46.179,54		
	43	\$ 2.798,99	\$ 431,01	\$ 2.367,98	\$ 43.811,55		
	44	\$ 2.798,99	\$ 408,91	\$ 2.390,08	\$ 41.421,47		
	45	\$ 2.798,99	\$ 386,60	\$ 2.412,39	\$ 39.009,08		
	46	\$ 2.798,99	\$ 364,08	\$ 2.434,91	\$ 36.574,17		
	47	\$ 2.798,99	\$ 341,36	\$ 2.457,63	\$ 34.116,54		
-	48	\$ 2.798,99	\$ 318,42	\$ 2.480,57	\$ 31.635,97	<b>\$ 5.289,25</b>	<b>\$ 28.298,65</b>
<b>Año 2018</b>	49	\$ 2.798,99	\$ 295,27	\$ 2.503,72	\$ 29.132,25		
	50	\$ 2.798,99	\$ 271,90	\$ 2.527,09	\$ 26.605,16		
	51	\$ 2.798,99	\$ 248,31	\$ 2.550,68	\$ 24.054,48		
	52	\$ 2.798,99	\$ 224,51	\$ 2.574,48	\$ 21.480,00		
	53	\$ 2.798,99	\$ 200,48	\$ 2.598,51	\$ 18.881,48		
	54	\$ 2.798,99	\$ 176,23	\$ 2.622,76	\$ 16.258,72		
	55	\$ 2.798,99	\$ 151,75	\$ 2.647,24	\$ 13.611,48		
	56	\$ 2.798,99	\$ 127,04	\$ 2.671,95	\$ 10.939,53		
	57	\$ 2.798,99	\$ 102,10	\$ 2.696,89	\$ 8.242,64		
	58	\$ 2.798,99	\$ 76,93	\$ 2.722,06	\$ 5.520,58		
	59	\$ 2.798,99	\$ 51,53	\$ 2.747,47	\$ 2.773,11		
-	60	\$ 2.798,99	\$ 25,88	\$ 2.773,11	\$ 0,00	<b>\$ 1.951,93</b>	<b>\$ 31.635,97</b>
<b>Pago al final del crédito</b>		<b>\$ 167.939,50</b>	<b>\$ 39.794,02</b>	<b>\$ 128.145,48</b>		<b>\$ 39.794,02</b>	<b>\$ 128.145,48</b>

