



**CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Tesis de grado previo a la obtención del título de ingeniería
comercial con mención en marketing y comercio exterior**

TEMA:

Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de
madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai

AUTORES:

Xismara Narcisa Rosero Ortiz

Jonathan Humberto Guzmán Ortega

DIRECTORA:

Eco. Ramona Buzan, MBA.

Guayaquil - Ecuador

Marzo, 2015

Agradecimiento

Gracias a Dios, porque sin él no hubiera sido posible alcanzar este éxito, a mi madre Nena Ortiz Caicedo quien con su gran paciencia y amor siempre estuvo ahí para guiarme en todo momento y darme las fuerzas necesarias para avanzar cada año y a todo el personal en especial los que se cruzaron en mi vida Universitaria, con el propósito de brindarme palabras de apoyo y motivación. Gracias a cada uno de los Docentes que estuvieron con la predisposición de ayudarnos, en especial a nuestra tutora Eco. Ramona Buzan ; así mismo, a mi hermano, mi novio y amigos que siempre me han dado la mano de confianza y nunca me sentí sola, Gracias de todo corazón por toda la fe depositada en mí.

Xismara Narcisa Rosero Ortiz

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios por permitirme culminar una etapa más de mi carrera y de mi vida, Mis padres fueron un elemento crucial para mi desarrollo universitario y profesional, la tenacidad, e inteligencia que Dios me brindó junto con sus bendiciones hicieron posible terminar mi etapa universitaria. De manera muy especial quiero agradecer a mis 2 compañeros y amigos muy cercanos que no solo estuvieron en los momentos que más necesitaba una mano sino también formaron parte de mis alegrías, el Sr. José Yáñez, el Ing. Gabriel Peña, gracias por sus alegrías y por su ayuda en todo sentido. Al Ing. Fabián Villacrés, director de la carrera quien durante mi etapa académica fue un gran soporte que además de brindar conocimientos nos dio su amistad.

Jonathan Humberto Guzmán Ortega

Dedicatoria

A Dios, que está en cada momento conmigo y nunca me abandonó, Siempre está ahí presente para guiarme. A mi madre, Nena Ortiz Caicedo quien me enseñó a luchar por lo que quiero y no rendirme nunca por más difícil que sean los obstáculos, A mi novio que tuvo una paciencia enorme y con sus palabras de motivación me dio fuerzas para continuar y estuvo a mi lado de forma incondicional. Al mejor padre adoptivo que llegó a mi vida y a mi hermano que me enseñó a ser perseverante. Este gran logro está dedicado a ustedes.

Xismara Narcisa Rosero

Dedicatoria

Con mucho cariño y admiración quiero dedicar la culminación de esta etapa universitaria a mi mamá; Sra. María Ortega, quien es una base fundamental en mi día a día, por todo su apoyo y constantes consejos, gracias a su sabiduría y a todo su amor incondicional que ha sabido darme he podido enfrentar diferentes retos que la vida me ha mostrado. A mi tío, Sr. Segundo Lozada, quien gracias al pude afrontar muchos problemas económicos a lo largo de toda mi carrera, y además de esto me supo enseñar que no se necesita tener mucho para lograr los objetivos.

Y por último a mi hermana; Eco. Érika Guzmán, quien me ha demostrado que en la vida profesional se puede empezar en el puesto más pequeño e ir creciendo con esfuerzo, trabajo, buen desempeño y amor a lo que haces.

Jonathan Humberto Guzmán Ortega

Declaratoria de Responsabilidad

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de los autores y patrimonio intelectual de la misma, de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador.

Guayaquil, marzo de 2015

Xismara Narcisa Rosero Ortiz
C.I. # 1204651531

Jonathan Humberto Guzmán Ortega
C.I.# 1723034060

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
DEDICATORIA.....	iv
DECLARATORIA DERESPONSABILIDAD.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DEGRAFICOS.....	xi
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xii
RESUMEN.....	xiv
PALABRAS CLAVES.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
KEYWORDS	xvii

Capítulo I

1. Introducción	1
1.1. Antecedentes	2
1.2. Planeamiento del Problema.	3
1.3 Justificación	4
1.4 Objetivos	6
1.4.1 Objetivo General	6
1.4.2 Objetivos específicos	6
1.5 Delimitación	6
1.5.1 Delimitación Temporal	6
1.5.2 Delimitación Espacial	6
1.5.3 Delimitación Académica	7
1.6 Evaluación de la cadena de artesanos en la ciudad de Guayaquil	7
1.7 Resumen de la Propuesta	7
1.8 Beneficiarios de la propuesta de intervención	8

Capítulo 2

2.	Marco Teórico	9
2.1	Antecedentes del Dubai	9
2.2	Indicadores Básicos Poblacionales de los Emiratos Arabes Unidos	10
2.3	Ubicación de la población de los emiratos Arabes Unidos	11
2.4	PIB per capita de la Población de los Emiratos Arabes Unidos	12
2.4.1	Comercio Exterior de los emiratos Arabes Unidos	12
2.4.2	Inflación	12
2.4.3	Relaciones internacionales	13
2.5	Acuerdos Bilaterales	13
2.6	Exportaciones de Emiratos Arabes Unidos al mundo	14
2.6.1	Importaciones del país al mundo	14
2.6.2	Principales productos importados y tendencias	15
2.6.3	Cultura de Negocios	15
2.7	Exportación	16
2.8	Proceso de Exportación	17
2.8.1	Proceso de exportación de muebles	18
2.8.2	Partidas Arancelarias	18
2.9	Las exportaciones y la importancia en la economía Ecuatoriana	19
2.10	Inversión extranjera neta	20
2.11	Barreras arancelarias, no arancelarias y jurídicas	21
2.12	Logística	22
2.13	Indicadores del Plan de Negocios	23
2.14	Análisis y características del mercado abjetivo	28
2.15	Documentos de Entrada	29
2.16	Normas de calidad ISO 9001	29
2.17	Análisis y evaluación financiera	30
2.17.1	Estados de resultado integral	31
2.18	Importancia del comercio inter e intra industrial de muebles De madera	31
2.18.1	Comercio Inter Industrial	31
2.18.2	Comercio Intra Industrial	32
2.19	Marco Legal	32
2.19.1	Acceso al Mercado de los Emiratos Arabes Unidos	33
2.19.2	Tramitación de las importaciones	33
2.19.3	Productos de prohibida importación	33

Capítulo 3

3.	Metodología de la Investigación	35
3.1	Métodos o Indicadores	35
3.2	Técnica de Investigación	35
3.3	Método de Relación de datos	36
3.4	Medición de las variables	37
3.5	Análisis de los resultados de la encuesta	38
3.6	Población y Muestra	38
3.7	Desarrollo de la encuesta dirigida a los artesanos Guayaquileños	39
3.7.1	Entrevista al gerente de Comercio Exterior de Colinea	52
3.7.2	Entrevista al presidente del gremio del mercado artesanal de la ciudad de Guayaquil	53
3.7.3	Entrevista a un artesano ebanista de la ciudad de Guayaquil	55

Capítulo 4

4.	Propuesta General	60
4.1	Situación actual del mercado Dubai	60
4.2	Desarrollo de la propuesta	61
4.2.1	Misión, Visión, Objetivos	62
4.3	Mercado Objetivo	65
4.4	Segmentación de Mercado	65
4.5	Fuerzas competitivas de Porter	65
4.6	Estrategía de negocios	66
4.7	Procesos de Almacenamiento y Logística	68
4.8	Análisis FODA del gremio de artesanos productores de Muebles de madera	69
4.9	Portafolio de Negocios	70
4.10	La comercialización y sus canales	75
4.10.1	Canales de comercialización	75
4.11	Distribución Física	77
4.12	Organigrama	78
4.13	Análisis de la oferta	79
4.14	Análisis de costos anuales	79
4.15	Análisis económico y financiero	80
4.16	Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)	84
4.17	Factibilidad del proyecto	85
	Conclusiones	86
	Recomendaciones	87
	Bibliografía	88
	Anexos	90

Índice de Tablas

Capítulo 3

Tabla 3.1 Resultados y porcentaje de la pregunta # 1	40
Tabla 3.2 Resultados y porcentajes de la pregunta # 2	41
Tabla 3.3 Resultados y porcentajes de la pregunta # 3	42
Tabla 3.4 Resultados y porcentajes de la pregunta # 4	43
Tabla 3.5 Resultados y porcentajes de la pregunta # 5	44
Tabla 3.6 Resultados y porcentajes de la pregunta # 6	45
Tabla 3.7 Resultados y porcentajes de la pregunta # 7	46
Tabla 3.8 Resultados y porcentajes de la pregunta # 8	47
Tabla 3.9 Resultados y porcentajes de la pregunta # 9	48
Tabla 3.10 Resultados y porcentajes de la pregunta # 10	49
Tabla 3.11 Resultados y porcentajes de la pregunta # 11	50
Tabla 3.12 Resultados y porcentajes de la pregunta # 12	51

Capítulo 4

Tabla 4.1 Análisis FODA del artesano productor de muebles de madera en Guayaquil	70
Tabla 4.2 Nómina de análisis de costos anuales	80
Tabla 4.3 Estado de situación inicial	81
Tabla 4.4 Estado de Resultado Integral	82
Tabla 4.5 Estado de Flujo de Efectivo	83
Tabla 4.6. Crecimiento Económico EAU	84
Tabla 4.7 Comparación de la TIR y CCPP	86

Índice de Gráficos

Capítulo 2

Gráfico 2.1 Proceso Logístico	22
-------------------------------	----

Capítulo 3

Gráfico 3.1. Producción de Muebles de madera	40
Gráfico 3.2. Promedio de Ventas Mensuales	41
Gráfico 3.3. Entidades Registradas en Organismos de Control	42
Gráfico 3.4 Beneficios de Pertenecer a un gremio de artesanos	43
Gráfico 3.5 Nivel de interés de pertenecer a un gremio de artesano	44
Gráfico 3.6 Disminución de la materia prima	45
Gráfico 3.7 Índices de artesanos en recursos de acción	46
Gráfico 3.8 Mercados a los cuales están dirigidos los muebles de madera	47
Gráfico 3.9 Nivel de conocimiento de los artesanos acerca de Dubai	48
Gráfico 3.10 Artesanos preparados para la exportación	49
Gráfico 3.11 Artesanos que han exportados productos	50
Gráfico 3.12 Artesanos dispuestos a exportar sus productos	51

Capítulo 4

Gráfico 4.1 Fuerzas competitivas de Michael Porter	66
Gráfico 4.2 Portafolios de negocios	70
Gráfico 4.3 Procesos de los Canales de Comercialización	76
Gráfico 4.4 Organigrama empresarial	78

Índice de Imágenes

Capítulo 2

Imagen 2.1. Dubai	9
Imagen 2.2 Descripción de tabla proporcional	11
Imagen 2.3 Tasa de porcentajes de las exportaciones	14
Imagen 2.4 Tasa de porcentajes de las exportaciones	15
Imagen 2.5 Análisis de la empresa	23
Imagen 2.6 Planteamiento global del proyecto	24
Imagen 2.7 Misión	24
Imagen 2.8 Visión	24
Imagen 2.9 Objetivos	25
Imagen 2.10 Metas	25
Imagen 2.11 Producto	25
Imagen 2.12 Análisis del Producto	26
Imagen 2.13 Descripción del Producto	26
Imagen 2.14 Segmentación de mercado	26
Imagen 2.15 Distribuidores	27
Imagen 2.16 FODA	27
Imagen 2.17 Embalaje	27

Capítulo 4

Imagen 4.1 Decoración muebles de dormitorio, consumo local	71
Imagen 4.2. Decoración mueble de dormitorio, consumo Internacional	71
Imagen 4.3. Decoración muebles de comedor consumo local	72
Imagen 4.4. Decoración muebles de comedor consumo Internacional	72

Imagen 4.5 Decoración muebles de sala consumo local	73
Imagen 4.6 Decoración muebles de sala consumo internacional	73
Imagen 4.7 Decoración muebles de cocina consumo local	74
Imagen 4.8 Decoración muebles de cocina consumo internacional	74



CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai

AUTORES:

Xismara Rosero Ortiz

xrosero@ups.edu.ec

Jonathan Guzmán Ortega

jguzman@ups.edu.ec

DIRECTOR

Lic. Ramona Buzan, MBA

rbuzan@ups.edu.ec

Resumen

Guayaquil no es conocida como una ciudad netamente artesanal, pero esto no quiere decir que no cuenta con los recursos y la calidad para la elaboración de muebles de madera. En Guayaquil existen gremios de artesanos ya constituidos pero no existe una entidad como organización que solo represente a los artesanos productores de muebles hechos a base de madera.

Actualmente no se le da la relevancia necesaria a las exportaciones que corresponden a los productos terminados hechos con mano de obra artesanal, en este caso por

ebanistas de la ciudad de Guayaquil. Dubai es un mercado internacional desconocido por muchos de los artesanos es por esto que se decidió enfatizar en los ebanistas guayaquileños para fomentar su producción y darle mayor importancia a la elaboración de muebles hechos a base de madera.

Nos enfocamos en muebles de madera hechos por manos de obra artesana debido a que es un producto potencial dentro de la ciudad de Guayaquil gracias a sus diseños y diferentes tipos de madera con las que cuenta el país, las cuales definen el uso del mismo. Dentro de los Emiratos Árabes no existen restricciones que puedan afectar el ingreso de los muebles de madera, lo cual indica que no existen barreras arancelarias que impidan el ingreso del producto.

El objetivo principal de este estudio es analizar y comprobar, mediante la organización, si los artesanos guayaquileños productores de muebles de madera cuentan o no con la capacidad necesaria para exportar un producto terminado, y si este llena las expectativas de un mercado tan exigente como Dubai.

Palabras claves: gremio de artesanos, ebanistas, muebles de madera, producción, exportación, barreras arancelarias, mercado internacional, Emiratos Árabes, Dubai.



BUSINESS ADMINISTRATION CAREER

Feasability study and Export Plan proposal for finely finished wooden furniture of Guayaquil for the Dubai´s Market

AUTHORS:

Xismara Rosero Ortiz

xrosero@ups.edu.ec

Jonathan Guzmán Ortega

jguzman@ups.edu.ec

DIRECTOR:

Eco. Ramona Buzan

rbuzan@ups.edu.ec

Abstract

Guayaquil is not known as a purely artisan city, but this does not mean that it does not count with the resources and quality for the production of wooden furniture. In Guayaquil, there are established Craftsmen associations but there is not an organization that represent exclusively to wooden furniture producers.

Currently, it is not given the necessary importance to exports corresponding to finished products elaborated by craftsmen; in this case we are referring to cabinetmakers in the city of Guayaquil. Dubai is an unknown international market for many of the local artisans, this is why this study emphasize in Cabinet makers of

Guayaquil in order to encourage production and give greater importance to the development of furniture made from wood cabinet makers.

The focus of this work is the wooden furniture made by the hands of artisan because it is a potential product for the city of Guayaquil due to its designs and different types of wood available in our country and which at the same time define its use. In the UAE there are no restrictions affecting the import of wooden furniture, and there are not also tariff barriers that buzzed the product.

The main objective of this study is to analyze and verify if Guayaquil craftsmen that produce wooden furniture, count with the capacity to export a finished product fulfilling the expectations of a demanding market like Dubai.

Key words: Guild of Craftsmen, woodworkers, wood furniture production, export, Tariff Barriers, International Market, UAE, Dubai.

Introducción

El alto alcance de productividad que existe en el país y el gran reconocimiento que con el pasar del tiempo se ha ganado el artesano ecuatoriano fue uno de los factores fundamentales para desarrollar un plan de negocios para la formación de la Asociación de los productores de muebles de Guayaquil.

El proyecto está dirigido a los artesanos que aún no forman parte de un gremio como asociación y están dispuestos a producir muebles con alto nivel de calidad y estilos para que puedan ser exportados y poder satisfacer a mercados exquisitos en gustos y diseños como los es Dubai.

Ecuador, en los últimos años, se ha convertido en un país muy competitivo con un ritmo de crecimiento y desarrollo muy rápido lo que hace que otros países se comiencen a interesar por nuestros productos. Por esta razón, nuestro proyecto pretende crear una asociación referente a la calidad, creatividad, estilo, innovación y variedad en cuanto a muebles de madera con el fin de poderlos exportar a Dubai llenando expectativas favorables para ese tipo de clientes que son: sofisticados, exigentes y exóticos, debido a su gran poder adquisitivo.

Con la ayuda y colaboración de los artesanos guayaquileños se pretende alcanzar un gran número de producción de muebles para la exportación ya que contamos con suficiente materia prima. Además la madera que participa en modo directo en el proceso de producción es de excelente calidad.

En Ecuador se cuenta con una variedad amplia de madera tal como: el roble, la teca, el cedro y el pino entre otras. La idea es convertirnos en una Asociación de artesanos competitivos a nivel internacional con comercio justo, brindándole oportunidad de gran desarrollo a la mano de obra de los artesanos de la ciudad de Guayaquil.

Capítulo 1

1.1. Antecedentes

Ecuador, en los inicios de la economía, se ha valido de sus recursos naturales para el crecimiento y desarrollo continuo, sin explotar toda la riqueza natural de los productos en materia prima, lo que no es muy conveniente para el país, puesto que el desarrollo se ve en la transformación de estos productos en un producto terminado. Esto le daría un plus al país aumentando capital sostenible en las exportaciones y en su productividad. Actualmente, el mercado guayaquileño tiene un gran movimiento en cuanto a la producción y venta de muebles de madera, debido a la formación de microempresas que han aprovechado las necesidades de los consumidores.

Los artesanos cuentan con estilos y diseños innovadores para la vista del consumidor local y la calidad de madera se ajusta a las exigencias de sus clientes, pero para poder llegar con éxito a los consumidores de Dubai se debe empezar a capacitar a los artesanos de acuerdo a las exigencias que pide ese nuevo mercado para exportar.

El 24 de mayo del 2014 se firmaron acuerdos de turismo entre Ecuador y Dubai lo cual es una ventaja muy importante para la formación de esta nueva Asociación de artesanos guayaquileños productores de muebles de madera porque a futuro se pueden firmar nuevos acuerdos para empezar con las exportaciones de estos muebles hechos por manos de artesanos.(Proecuador, 2014)

La globalización permite las facilidades de acceso a productos que se encuentran en otras partes del mundo. Los tratados bilaterales y unilaterales son una vía de acceso a otras fronteras económicas principalmente a países con gran potencialización de productos y servicios.

Ecuador cuenta con industrias tales como: madereras, molineras, siderúrgicas, metalúrgicas, petroleras etc., que brindan mayor productividad y crecimiento al país.

En un buen auge económico, lo que ayuda al desarrollo del país, en cuanto a un nivel socioeconómico más alto, es la ayuda que está brindando el gobierno nacional a estas industrias pero, aún se están dejando a un lado a las personas que se desarrollan de manera empírica por las importaciones de muebles de madera que cada vez se convierte en un mercado más competitivo. La madera a pesar de ser un producto que se puede explotar solo aporta con un mínimo porcentaje dentro de las exportaciones del país.

1.2 Planteamiento del problema

Los artesanos de Guayaquil fabricantes de muebles de madera abarcan una parte muy insignificante dentro del mercado local ya que son opacados por las empresas de mayor renombre que cuentan con un sistema de mayor producción lo que les permite optimizar los recursos y minorar costos. Por lo tanto existe una desventaja para el gremio de artesanos al no tener el conocimiento suficiente acerca de las exportaciones en cuanto a muebles de madera.

Actualmente Ecuador, está fortaleciendo las relaciones comerciales con otros mercados, incluido la ciudad de Dubai que se encuentra en los E.A.U. (Emiratos Árabes Unidos) que pueden pagar mejor por el fino acabado que se les da a estos muebles puesto que tienen un fuerte poder adquisitivo y aprecian la calidad y el acabado de lo que compran.

En la ciudad de Guayaquil encontramos artesanos fabricantes de muebles de madera de alta calidad lo cual es una ventaja para este nuevo mercado que se quiere explorar, ya que uno de los requisitos que exige Dubai es la calidad del producto. Los artesanos guayaquileños tienen mucho talento pero aún no existe el conocimiento suficiente para que se decidan a exportar estos muebles dirigidos al mercado de Dubai.

A pesar de que Dubai es una capital muy grande con un poder adquisitivo enorme, le da gran valor a los productos de finos acabados que tengan detalles únicos. Se debe considerar la capacidad de producción de muebles que pueden fabricar los artesanos guayaquileños para poder llegar a la demanda que exige Dubai el cual constantemente brinda oportunidades a otros países a mostrar sus productos en ferias para que puedan ser vendidos en este país

1.3 Justificación

Una vez analizado el mercado de Dubai y las grandes oportunidades que tienen los artesanos guayaquileños, se pretende que las empresas de muebles no solo cubran al mercado local si no también satisfacer el mercado internacional. Se toma como referencia a las empresas grandes de muebles quienes para abastecer la demanda interna, según (Campos, 2014), tienen una producción de más de 3,000 muebles mensuales y facturan \$200,000 solo en el mercado de Guayaquil, pero no exportan nada de su producción al mercado de Dubái.

El estudio de factibilidad y propuesta del plan de negocios se realizara en el periodo 2013 - 2015 en los cuales, en la base del estudio se tomarán en cuenta las exportaciones y comercializaciones que se han realizado entre ambos países desde el 2008 hasta la actualidad lo que permite tener referencia para el crecimiento de importaciones, proporcionando un índice de factibilidad en el estudio. Es muy importante recalcar que Dubai es un país muy llamativo para los países exportadores por su gran poder adquisitivo y sus costumbres exóticas donde se pueden mostrar productos y ofrecerlos a un precio que brinde rentabilidad. Es una oportunidad para aquellos países que cuentan con excelente materia prima y talento para fabricar y vender.

Actualmente Ecuador tiene muchas empresas que se quedan con productos en stock y ofrecen rebajas en los precios para poder vender sus muebles, sin darse cuenta que existe la posibilidad de exportar, en este caso a Dubái,

(Cáceres, 2014) "Cuya importación de muebles abarca un total de \$3000000 mensuales y sus principales proveedores de dicho producto son Europa y China es por esto que se analizará la rentabilidad de este proceso."

La exportación de muebles de madera de fino acabado en la ciudad de Guayaquil se quiere llevar a cabo para resaltar el talento de nuestros artesanos con diseños innovadores, puesto que, estando en nuestro país no se le da el valor necesario al producto artesanal.

Sin embargo, el objetivo de esta tesis es resaltar la calidad del mueble que debería presentar el artesano guayaquileño para que obtenga la importancia en un mercado internacional, visualizando objetivos de manera macro y aportando a la economía del país.

Se indicará al artesano ofertante de muebles de madera las características que exige el mercado de Dubai en cuanto a diseño, funcionalidad, estructura y calidad, es decir que el producto terminado que se ofrecerá a Dubai cumplirá con las características necesarias para la venta. La investigación consiste en un plan de propuesta a los artesanos ebanistas que cuentan con todos los recursos necesarios para emprender al campo de exportación unificando a los empresarios de pequeñas mueblerías, demostrando que no solo pueden abastecer el mercado local sino también pueden dirigirse a mercados competitivos. Esto tendría un efecto positivo en cuanto al plan del buen vivir.

Dubái es un mercado que, a pesar de encontrarse a una gran distancia es factible realizar negociaciones y comercializaciones de productos, conforme la información encontrada en la página de BCE (Banco Central del Ecuador). Este proyecto contaría con el apoyo de PROECUADOR, y las investigaciones de campo y laboratorio que se irán realizando mediando el desarrollo de la propuesta. Como función principal está la factibilidad de la propuesta de plan de negocios formando grupos de artesanos que se dediquen a la elaboración de muebles de madera utilizando herramientas necesarias para crear muebles por pedido basados al estilo de vida de los clientes de Dubai. Uno de los beneficios que obtendrá el artesano guayaquileño es el alza en su rentabilidad en venta y comercialización.

Cuando hablamos de Dubai entendemos que se trata de un país de gustos extravagantes, y exclusivos donde sus clientes demandan productos acorde a su estilo de vida con diseños únicos y originales.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar el plan de negocios para la formación de una asociación de productores guayaquileños de mueble de madera con fines de exportación hacia el mercado de Dubai.

1.4.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual del sector artesanal de muebles en Guayaquil.
- Determinar las relaciones comerciales existentes entre Dubai y Ecuador, así como convenios y leyes aduaneras que rigen entre ambos países.
- Establecer la viabilidad económica y financiera para la fabricación y exportación de los muebles de madera de fino acabado hacia el mercado de Dubai.
- Desarrollar una propuesta de plan de exportación de muebles para el mercado de Dubai.
- Establecer capacitación de producción a los artesanos guayaquileños.

1.5 Delimitación

1.5.1 Delimitación temporal

Para el desarrollo del estudio de Factibilidad y Propuesta de Plan de Negociación de Muebles de Madera con fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai, se ha pronosticado un lapso de 24 meses, los cuales serán utilizados para la elaboración y revisión correspondientes de cada uno de los puntos principales.

1.5.2 Delimitación espacial

La propuesta escrita se la aplicará para el mercado de Dubai realizando las investigaciones pertinentes desde la ciudad de Guayaquil - Ecuador.

1.5.3 Delimitación académica

El desarrollo de este ante-proyecto se basará en los conocimientos adquiridos en el área Administrativa con especialización en Marketing y Comercio exterior.

1.6 Evaluación de la cadena de artesanos en la ciudad de Guayaquil

Los ebanistas en la ciudad de Guayaquil en los últimos años se han considerado como un factor clave a lo que respecta al avance en la economía del país, se detalla con una variedad de muebles con diferentes diseños inspirados en los pedidos de los clientes lo que le otorga un valor agregado, empleando características únicas en molde y estilo, lo cual conlleva a una ventaja competitiva dentro de los mercados de muebles de madera. La mayoría de los ebanistas que forman parte de la cadena de artesanos no están registrados legalmente en la Superintendencia de compañías como empresas Pymes por desconocimiento del tema.

Uno de los objetivos fundamentales en la realización de este estudio es proporcionar información suficiente del emprendimiento y la formación de una empresa para que los artesanos constituyan una organización que les otorgue mayor reconocimiento.

1.7 Resumen de la propuesta

El objetivo principal de esta propuesta es conocer el nivel de aceptación que tendrá este producto fabricado en la ciudad de Guayaquil al mercado de Dubai involucrando la mano de obra ecuatoriana. Gracias al conocimiento que se obtuvo de cada microempresa involucrada en esta investigación se pudieron determinar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas permitiendo trabajar en cada una de ellas, minimizando los riesgos y maximizando oportunidades y recursos.

En base a la investigación de costos y análisis financiero que se elaboró se puede determinar que el plan de negocios sea factible puesto que la formación de un gremio podrá cubrir la demanda existente dentro de Dubai y se abaratan los costos permitiendo que la operación que involucra la exportación de los muebles sea viable.

1.8 Beneficiarios de la propuesta de intervención

La realización de este plan de negocios ayudará a la economía interna que representa a este pequeño grupo de microempresarios dedicados a la elaboración de muebles de madera, ya que Guayaquil ha mejorado el servicio portuario permitiendo la facilidad de enviar productos al exterior, manteniendo siempre la integridad de las empresas al exponerse a inspecciones rutinarias.

Esta propuesta está orientada a la explotación de los diseños y la diversidad de cada mueble que se da gracias al detalle puesto por la mano de obra guayaquileña, realzando su desempeño e importancia que tienen estos pequeños grupos de artesanos.

Capítulo 2

Marco teórico

2.1 Antecedentes de Dubai

Imagen 2.1 Dubai



Fuente: Página oficial de Dubai www.dubaiparaisoartistico.com

Elaborado por: Los Autores.

Dubai nació como pequeño asentamiento pesquero y comercial en 1830 de la tribu árabe de los Bani Yas, procedentes del Oasis de Liwa y la familia del patriarca de aquella tribu, la dinastía de los Maktoum, todavía lleva las riendas del país que se ha convertido en uno de los más prósperos del mundo, gracias al petróleo." (EXPANSION.COM, 2009)

Dubai está ubicada bordeando el Golfo Pérsico y el Golfo de Oman, entre los estados de Oman y Arabia Saudí. Con una extensión de 83,600 km², era una ciudad llena de arena, desierto y tierra infértil, con un entorno muy poco interesante un lugar deshabitado que no tenía casi nada que ofrecer.

Los pocos recursos que ofrecía Dubai son las recolecciones de dátiles, crianza de ganado, la pesca y la recolección de perlas, esta última actividad tenía numerosos asentamientos en la zona del Golfo Pérsico.

"La economía de Dubái comenzó a despegar en 1894 cuando Sheikh Saeed Al Maktoum potenció el comercio exterior gracias a la exención de impuestos. Uno de los principales productos que hicieron conocido a Dubái fueron las perlas."(Disfruta Dubai, 2015)

Después de la retirada británica de la costa arábiga en 1971, Dubai se había quedado sin su protección, es por esto que decide unirse a Abu Dhabi, Sharjah, Ajman, Umm Al Quwain, Fujairah y Ras Al Khaimah¹ los cuales conformaron la Federación de Emiratos Árabes Unidos. En 1966, la economía de Dubai despuntó de una manera imparable, hasta llegar al nivel de excentricidades y lujos que tiene hoy en día.

El crecimiento de Dubai se dio a pasos agigantados gracias al petróleo que se encontró. Las exportaciones del crudo ayudaron a la ciudad en su infraestructura, redes de telecomunicaciones, carreteras. El desarrollo que estaba alcanzando Dubai en ese momento no se podía comparar con lo que es ahora: lujo y glamur.

2.2 Indicadores Básicos poblacionales de los Emiratos Árabes Unidos

Los emiratos Árabes Unidos se encuentran ubicados en el medio Oriente bordeando el Golfo de Omán y el Golfo Pérsico, entre Omán y Arabia Saudita. Tiene una población aproximada de 5'314,317 habitantes. Según (ProEcuador, 2012), en el 2012 se obtuvo una tasa de crecimiento poblacional del 3.06% mientras que en el 2015, se determinó que decreció hasta llegar a un 2.5%

Al momento en los Emiratos Árabes Unidos la mayor población la compone el sexo masculino con un total de 6'549 mil habitantes, dejando a las mujeres en 2'796 mil habitantes, lo cual impone una tendencia materialista y de poder. (Ver Imagen 2.2)

(UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME, 2013) en un Estudio Realizado por UNDP se pudo determinar que el índice educacional de los Emiratos Árabes Unidos en el 2013 fue de 0.673, es decir un gran porcentaje de la población de los EAU.

¹ Federación Unida de los fundadores de los Emiratos Árabes Unidos (Dubai).

Imagen 2.2 Descripción de tabla proporcional de habitantes en Dubai

15: Population trends		Population										
HD rank	Country	Ages 65 and older			Urban		Median age	Dependency ratio		Total fertility rate		Sex ratio at birth ^a
		Average annual growth rate (%)			(% of population)		(years)	Young age (ages 0-14)	Old age (ages 65 and older)	(births per woman)		(male to female births)
		2013	2000/2005	2010/2015	2010	2015	2015	2015	2015	2000/2005	2010/2015 ^b	2010/2015
32	Cyprus	0.1	1.8	1.1	78.9	35.9	23.5	18.1	1.8	1.5	1.07	
33	Estonia	0.2	-0.6	-0.3	88.6	41.3	24.7	28.2	1.4	1.6	1.06	
34	Saudi Arabia	0.8	4.1	1.8	82.7	28.4	41.2	4.4	3.5	2.7	1.03	
35	Lithuania	0.5	-1.2	-0.5	87.3	38.7	22.4	22.8	1.3	1.5	1.05	
35	Poland	5.5	-0.1	0.0	80.7	39.4	21.7	22.0	1.3	1.4	1.06	
37	Andorra	...	4.3	0.8	86.2	
37	Slovakia	0.7	0.0	0.1	54.6	38.9	21.4	19.1	1.2	1.4	1.05	
39	Malta	0.1	0.4	0.3	95.2	41.4	28.8	26.0	1.4	1.4	1.06	
40	United Arab Emirates	0.0	6.3	2.5	94.9	31.4	19.4	0.6	2.4	1.8	1.05	
41	Chile	1.8	1.1	0.9	88.6	33.7	29.9	15.3	2.0	1.8	1.04	
41	Portugal	2.0	0.4	0.0	82.1	43.0	21.8	29.3	1.5	1.3	1.06	
43	Hungary	1.7	-0.3	-0.2	78.4	41.0	21.9	26.1	1.3	1.4	1.06	
44	Bahrain	0.0	5.5	1.7	88.8	30.2	28.3	3.0	2.7	2.1	1.04	
44	Duba	1.5	0.3	-0.1	75.1	41.3	22.1	19.9	1.6	1.5	1.06	
46	Kuwait	0.1	3.7	3.6	98.3	29.7	33.6	3.3	2.6	2.6	1.04	
47	Croatia	0.8	-0.4	-0.4	58.4	43.1	22.0	28.6	1.4	1.5	1.06	
48	Latvia	0.4	-1.3	-0.6	87.7	41.7	23.5	28.2	1.3	1.6	1.05	
49	Argentina	-4.5	0.6	0.9	82.8	31.6	36.7	17.3	2.4	2.2	1.04	

Fuente: Información otorgada por la Corpei

Elaborado por: Los Autores

La tasa de participación de la fuerza laboral es de 51.2% de acuerdo a la UNDP (United Nations Development Programme)² en donde también están incluidos la población en edad de trabajar (edad de 15 años en adelante) y los habitantes en busca de trabajo. Esta cifra indica que más de la mitad de los habitantes dentro de los Emiratos Árabes Unidos pertenece a la fuerza laboral, dejando a la otra mitad fuera de este sistema, aquí se encontrarán los habitantes menores de 15 años y quienes no estén en busca de trabajo, estaría demás considerar dentro de esta selección a los turistas y compradores que ayudan al comercio de Dubai.

2.3 Ubicación de la población de los Emiratos Árabes Unidos.

Dentro de los Emiratos Árabes Unidos existen dos sectores divididos, es decir la zona regenerada y la zona de tierras degradadas, porcentualmente el 1.9% de la población vive en tierras degradadas mientras que el 84.9% viven en áreas regeneradas, esta diferencia de sectores demuestra el gran avance que han tenido desde sus exportaciones petroleras.

² UNDP Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

2.4 PIB - PIB per cápita de la Población de los Emiratos Árabes Unidos.

El Producto Interno Bruto de los Emiratos Árabes Unidos es de USD 361.9 miles de millones (ProEcuador, 2012) del cual se deriva el PIB per cápita, que es de USD 49,000 mil. Estableciendo de esta manera un crecimiento de 4% anual, este crecimiento está compuesto por varios sectores:

- Agricultura 0.80%
- Industria 56.1%
- Servicios 43.1%

2.4.1 Comercio Exterior de los emiratos Árabes Unidos

La economía en los EAU está basada en una fuerte balanza comercial positiva es decir las exportaciones son mayores a las importaciones, las cifras de las exportaciones al mundo es de USD 191.7 miles de millones mientras que las importaciones tienen una cifra de USD 186.8 miles de millones, obteniendo de esta manera un superávit en la balanza comercial.

Las relaciones comerciales entre Ecuador y los EAU se han ido afianzando a lo largo de los años lo que ha permitido que se exporte USD 5,047.07 mil. Parte de los productos que Ecuador exporta a EAU son: camarones congelados, bananas cavendish, rosas, purés de frutas, chicles.

2.4.2 Inflación

Los EAU (Emiratos Árabes Unidos) han manejado un comercio parcialmente libre puesto que sus aranceles son bajos y cuenta con pocos obstáculos arancelarios, lo cual fue fundamental para el crecimiento sostenido del país. Antes de la crisis financiera mundial que tuvo efecto por la caída del precio del petróleo, y la caída en del mercado inmobiliario, el crecimiento constante de los Emiratos Árabes Unidos, se detuvo por una contracción en su economía del 1.6% hasta finales del 2009.

El gobierno de los Emiratos Árabes Unidos reaccionó con políticas monetarias, y fiscales dándoles prioridad a las empresas privadas que estaban directamente relacionadas con las instituciones gubernamentales.

Estas acciones ayudaron a la economía dando como resultado en el 2010 un incremento del 1.4% al PIB Real total, lo cual en el año 2011 provocó un excedente en las cuentas fiscales, quedando así en el 2012 con una tasa de inflación anual del 2.5% (ProEcuador, 2012)

2.4.3 Relaciones internacionales

De acuerdo a (ProEcuador, 2012) *"Este país es miembro de las Naciones Unidas y la Liga Árabe, y tiene relaciones diplomáticas con más de 60 países, incluyendo Estados Unidos de América, República Popular China, Japón y la mayoría de los países occidentales de Europa."*

Los Emiratos Árabes Unidos, desde sus inicios se han unido estratégicamente a varios países que han servido de ayuda para sus fines económicos y comerciales, como lo hizo con Gran Bretaña.

Luego se unió a los demás países que se encontraban dentro de los Emiratos Árabes. Con el paso del tiempo se vio en la necesidad de buscar más relaciones comerciales llegando a ser parte de organizaciones internacionales tales como: la Organización de las Naciones Unidas; Organización Mundial de Trabajo, Organización Mundial de Salud, Organización de países exportadores de petróleo árabe.

2.5 Acuerdos bilaterales

Existen varios acuerdos bilaterales y uno de los acuerdos comerciales bilaterales vigentes que tiene los Emiratos Árabes Unidos es con Siria, Jordania, el Líbano, Marruecos e Iraq. Este acuerdo bilateral consiste en eliminar todos los aranceles aplicados a todos los productos agropecuarios e industriales.

"En el 2005 se comenzaron a realizar negociaciones para establecer un acuerdo de libre comercio"(ProEcuador, 2012) entre los Emiratos Árabes Unidos y los Estados Unidos el cual fue interrumpido en el 2006 sin intentos de reanudación hasta el 2012.

2.6 Exportaciones de Emiratos Árabes Unidos al mundo

La base indiscutible de las exportaciones de los Emiratos Árabes Unidos es el petróleo, el cual, con altos y bajos ha tenido un papel crucial para un crecimiento sostenido. Sin embargo, en el siguiente cuadro se denotará que se obtuvo una tasa de crecimiento promedio anual (TCPA) negativa, puesto que, las exportaciones se redujeron por las crisis financiera internacional. (Ver Imagen 2.3)

Imagen 2.3 Tasa de porcentajes de las Exportaciones totales en Dubai

Exportaciones Totales de Emiratos Árabes Unidos al Mundo				
Valor en Miles USD				
2007	2008	2009	2010	TCPA (2007-2010)
156,634,000	210,000,000	101,764,136	148,688,036	-2%

Fuente: Centro de Comercio Internacional

Elaborado por: Dirección de comercio Internacional Tradep

La TCPA³ muestra un decrecimiento del 2% hasta el año 2010 pero a pesar de que este indicador muestra de manera porcentual que hubo un decrecimiento, se denota que las exportaciones del 2010 fueron mayores con respecto a las del año anterior.

2.6.1 Importaciones del país al mundo

Debido al auge económico que se ha obtenido a lo largo de los años, manteniéndose así gracias a sus fuertes políticas monetarias y fiscales, Dubái ha llegado a convertirse en una cultura de consumismo, importando las excentricidades y lujos más caros del mundo. Los Emiratos Árabes Unidos presentan un 6% en la TPCA registrado en el periodo 2007 – 2010. (Ver Imagen 2.4)

³ TCPA significa Tasa de Crecimiento Anual

Imagen 2.4 Tasa de porcentajes de las Exportaciones totales en Dubai

Importaciones Totales de Emiratos Árabes Unidos desde el Mundo				
Valor en Miles USD				
2007	2008	2009	2010	TCPA (2007-2010)
127,001,505	175,485,699	136,948,628	151,708,867	6%

Fuente: Información otorgada por la Corpei

Elaborado por: Los Autores

Las importaciones en el 2008 fueron mayores debido a que ese año aún no había sido afectado por la crisis financiera mundial.

2.6.2 Principales productos importados y tendencias

"Dentro del periodo de 2007 y 2010 se denotaron varios productos que marcaron tendencia dentro de las importaciones de los Emiratos Árabes Unidos" (TRADEMAP, 2012), los cuales en su gran mayoría fueron diamantes, joyerías de metales preciosos, diamantes no industriales. Esto demuestra las excentricidades de sus habitantes, y los lujos a los que se han acostumbrado, mientras tanto también se han realizado varias implementaciones en los terminales aéreos.

2.6.3 Cultura de negocios

La cultura de negocios dentro de los Emiratos Árabes Unidos está muy arraigada a su estilo de vida, su educación y su imagen, su actitud conservadora y de buenas costumbres será fundamental en el momento que quieran establecer relaciones de negocios con empresarios dentro de los Emiratos, detalles como presentar una tarjeta en inglés y en árabe serían crucial cuando se mantienen relaciones frecuentes, la entrega de obsequios pequeños también es muy importante para la relación. Expresar puntos de vista extremos dentro de la reunión de negocios no suele ser un punto a favor para el negociante, de la misma manera el visitante deberá exponer su propuesta, que deberá ser corta y concreta.

2.7 Exportación

" La exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales; es el tráfico legítimo de bienes y servicios nacionales de un país pretendido para su uso o consumo en el extranjero. El comercio lleva implícitamente una relación de prestación y contraprestación de diferentes elementos. Lo que una empresa o país necesita y lo que otra empresa o país puede ofrecer".(Gormaz, 2012)

La exportación es una operación mercantil que consiste en la venta de productos nacionales o nacionalizados hacia el extranjero por medio de vías terrestres, marítimas, y aéreas. Cuando se realizan dichas exportaciones puede representar cierto riesgo en el traslado desde los países de origen hasta el país de destino.

Las empresas del Ecuador no solo han buscado satisfacer la demanda local sino también han buscado la manera de llegar a otros países aprovechándose de la oferta exportable y de las oportunidades internacionales que se han venido dando a lo largo de los años, este proceso no ha sido fácil.

El comercio exterior es tan antiguo como cualquier otra actividad que empieza con los intercambios comerciales del mundo, hablando en términos generales, puesto que, no se puede decir lo mismo o confundir con el intercambio de bienes de diferentes estados como en el caso de USA o en Ecuador, el intercambio de bienes entre provincias, recibe el nombre de Comercio Intracomunitaria⁴; en el momento en que los intercambios de bienes o servicios se comienzan a realizar entre naciones, este concepto recibe el nombre de comercio internacional.

En este tipo de comercio, se entiende por bienes a cualquier tipo de mercancía tangible, las que se registran con peso, volumen, tamaño y cantidad. Esta se puede consolidar (mercancía completa), en contenedores o dentro del vapor del Buque⁵.

⁴El término Intracomunitario lo acuño Gormaz en el 2005

⁵ Es un tipo de nave, contenedor o barco para transportar la mercadería.

2.8 Proceso de exportación

(Gormaz, 2012)El proceso de exportación tiene su parte operativa y logística, donde consideramos los siguientes ítems

- Exportador
 - Transporte interno
- Aduana local o puerto
 - Transporte Principal o buque
- Aduana de Importación
 - Desembarque
 - Almacenamiento en Aduana de importación
 - Transporte interno del país Importador
- Importador
 - Pago de las mercancías importadas al exportador.

Los procesos que conlleva traer una mercancía de un producto extranjero al país de destino no es una operación libre de riesgo y, como consecuencia, el importador debe pagar un seguro que cubra la posible de pérdida o daño de los bienes que se estén importando. Estos riesgos son únicamente de operación (o transportación), es decir que no incurre en que si el producto, a pesar de haber llegado en un perfecto estado, no tiene el impacto o la acogida que se esperaba en el país importador lo que significa, riesgos de mercado.

Estos riesgos son asumidos por la empresa que está importando el producto o por la empresa exportadora que quiere llevar no solo su producto sino también su empresa dentro de un país extranjero, introducir un producto nacional en uno extranjero tiene un costo, ya sea por un inversionista de un país vecino de otro continente porque daría problemas al momento de cobrar la mercancía, puesto que al comprador otorga beneficios financieros como créditos, o plazos de pago.

2.8.1 Proceso de exportación de muebles

Para llevar a cabo una exportación de muebles de madera se necesita cumplir con diferentes parámetros y la gestión aduanera es fundamental, para esto se detalla lo siguiente:

- 1) Obtener el documento de declaración aduanera de exportaciones (D.A.E.) y presentar la declaración de exportación en el departamento de comercio exterior junto con factura comercial.
- 2) Retiro de B.L. (Bill of lading) cada documento aduanero debe ser impreso en originales y copias no negociables en la naviera establecida.
- 3) Gestionar los registros de certificados de origen de ser requeridos.
- 4) En caso de que la negociación sea por contenedores se debe pedir una certificación BASC (Business Alliance Security Company) la cual certifica que el contenedor se encuentra en perfecto estado para el envío y libre de cualquier tipo de narcótico. Si el producto es llevado como carga suelta no requiere dicha certificación.
- 5) Coordinación con el cliente por el tiempo que el producto permanece en tránsito, regularmente tarda 45 días hasta llegar al puerto de destino.
- 6) Las líneas navieras y consolidadas que trabajan con Ecuador y Emiratos Árabes Unidos son: Maersk, CMA, MSC, y Esculina la frecuencia en que llegan las naves es muy escasa, estas frecuencias llegan cada quince días y el costo por contenedor es de \$5000 dependiendo la negociación entre un exportador y la naviera. (Proecuador, 2013).
- 7) Puertos en destino en Emiratos Árabes Unidos: Abu Dhabi, Dubai Ajmán, Fuyaira, Ras al-Jaima y Umm al-Qaywayn (Proecuador, 2013)

2.8.2 Partidas Arancelarias

“La partida arancelaria es un código mundial que reconoce cada uno de los productos en el mundo” (Camaras.org, 2015), es decir se maneja una numeración específica que detalla el producto por su función y sus componentes.

A continuación se detalla las partidas arancelarias del producto objeto de la investigación:

- Muebles de madera de los tipos utilizados en dormitorios: 94.03.50.00
- Muebles de madera de los tipos utilizados en comedores y cuartos de estar: 94.03.60.00
- Muebles de madera de los tipos utilizados en cocinas: 94.03.40
- Los demás muebles de madera: 94.03.60.9

2.9 Las exportaciones y la importancia en la economía ecuatoriana

La conexión de varios países a través del Internet, facilitan los accesos a productos que se encuentran en otras partes del mundo lo que representa una oportunidad de ingreso, principalmente a países con un buen auge económico y tecnológico lo que permite potencializar esos mercados que aún no son explotados o analizados, convirtiendo a estos productos y servicios en mercados sostenidos e internacionalizados.

La globalización de los mercados internacionales representa un desafío para los países tercermundistas, en este caso podemos decir que Ecuador es uno de ellos puesto que no posee la suficiente competitividad de mercados internacionales en cuanto a la fabricación de productos industriales, ya que no contamos con el apoyo político y económico suficiente para poder invertir en industrias manufactureras que le den un valor agregado a los productos naturales (madera, cacao, banano, petróleo, etc.),

Productos, que se empiezan a exportar pero en su gran mayoría solo como materia prima sin ser procesados, Ejemplo: Madera Fian y Plantabal solo exportan bloques en Cedro, Teca, Cedrela sin convertir la madera en producto terminado(Gugadir, 2012).

Ecuador ha tenido un avance gigantesco en lo que respecta a la infraestructura y maquinarias dentro de la zona portuaria, para el mejor manejo de intercambio de mercancías entre países.

Inversión que se realizó para agrandar el calado sirvió para el ingreso de buques de mayor capacidad acelerando el proceso de los productos en aduana, gracia a estos avances se puede optimizar el tiempo en que están retenidas las mercancías en aduana otorgando la ventaja de minorar los costos de bodegaje dentro del puerto. Esto le da un plus al país generando capital sostenible en las exportaciones.

Las industrias madereras dentro del país ocupan un pequeño porcentaje que cubre prácticamente solo al consumo local, lo que indica que a pesar de que la producción se ha ido incrementando aun no es suficiente para poder exportar y satisfacer la demanda internacional.

Sin embargo, existen industrias muy significativas en el país como se mencionó anteriormente: siderúrgicas, azucareras, metalúrgicas etc. que cuentan con el apoyo gubernamental para la fabricación de sus productos. El financiamiento también aplica para las industrias madereras lo que representa una gran oportunidad para los micros empresarios en vía de desarrollo como los Artesanos Guayaquileños que producen muebles de madera con buena calidad utilizando al 100% la madera ecuatoriana.

2.10 Inversión extranjera neta (IEN)

“Los recursos que se habrían invertido en América Latina y El Caribe durante el período 2011, estarían en torno a los US \$153 mil millones de los cuales US \$121 mil millones le corresponderían a América del Sur.”(SBS, 2011)

No es fácil invertir en un país, para esto se tiene que conocer cuáles son sus políticas internas, fiscales, monetarias, y cuáles son los impuestos o tributos que ejerce el país a las empresas extranjeras. Los tributos que se les impone a estas empresas forman parte de medios salvaguarditas que protegen a las empresas privadas nacionales las cuales podrían verse afectadas por la fuerza de las empresas extranjeras, pero no quiere decir que en el Ecuador no existe inversión extranjera. Durante el 2013 la Superintendencia de Compañías afirmó que se obtuvo una inversión extranjera de \$549'398.633 mostrando un incremento del 38.8% con relación al 2012.

El Ecuador sigue entre los últimos países de la región que recibe IED (Inversión Extranjera Directa).

Gracias a las medidas que se tomaron para proteger el mercado nacional y a ceder en cierta medida con normas y políticas que permitan invertir en un país rico en recursos naturales. de esta forma se pudo llegar a esas cifras históricas en el Ecuador.

2.11 Barreras arancelarias, no arancelarias y jurídicas

"Una barrera arancelaria es un impuesto o derecho de aduana que se cobra sobre las mercancías que ingresan en forma definitiva a un país como importaciones". (Procomer, 2013). En el caso de la producción local se habla de barreras arancelarias y no arancelarias, las barreras arancelarias lo que hacen es incrementar la tasa de impuesto (Advalorem) a los productos que puedan afectar el consumo nacional, los cuales sirven como fuente de ingreso a las familias ecuatorianas que trabajan contribuyendo con los impuestos locales, mientras que las barreras no arancelarias involucran las contingencias que toman las importaciones como: las cuotas de un producto que son las limitaciones de cantidades que se pueden importar a un país.

Las restricciones voluntarias son cánones de calidad que requieren ciertos productos que van a ser usados para el consumo humano o animal, por ejemplo El MAGAP (Ministerio de Acuicultura Ganadería y Pesca) Este ministerio se encarga de controlar los estándares de calidad en varios productos, como es el caso del banano, que debe ir con un peso específico y sin ningún tipo de plaga.

Las barreras jurídicas son leyes, impuestos y políticas fiscales que permitan regular a las empresas extranjeras para redimir la economía nacional, recauda dando fondos para el estado, una manera diferente de redimir la producción local son las medidas de antidumping (juego ilegal de precios), son medidas aplicadas a los subsidios referentes a la producción nacional.

El antidumping quiere decir que el estado cubre parcialmente los costos de ciertos productos nacionales para que puedan competir por precio en un mercado internacional, ocasionando que el precio de venta sea menor al precio de fabricación, estas medidas aplican barreras de entrada en mercancías importadas.

2.12 Logística

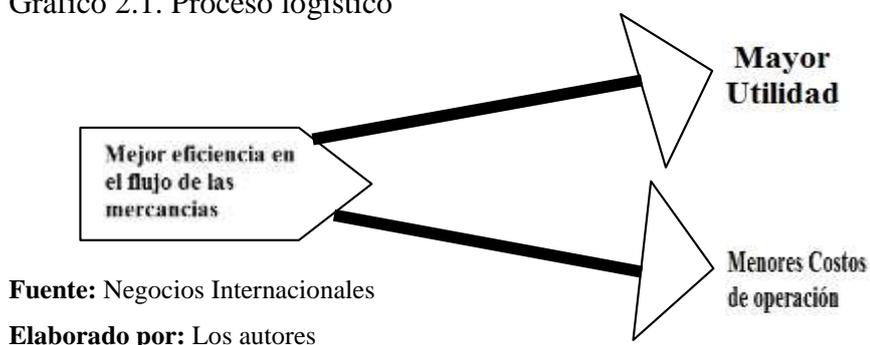
(Gutierrez, 2011). *"La logística es la clave para lograr el máximo de eficiencia y efectividad en cualquier actividad"*(Gutierrez, 2011).

Se puede definir que la eficiencia dentro de la cadena logística se mide en el tiempo en que pasa una mercancía dentro de este proceso, Por ejemplo, para el envío de banano, el cual únicamente puede estar en tránsito por un máximo de 30 días puesto que luego de este tiempo comienza a descomponerse, si se lo pone a bordo desde el buque del puerto principal de Ecuador, así sea para un país vecino, demora alrededor de 14 días para arribar al país de destino.

En este caso para minorar los tiempos de tránsito se los realizará por vía terrestre y se mandan camiones que atraviesan Perú hasta llegar a Brasil y enviarlo desde este puerto de origen, así de esta forma se ahorra el tiempo que demora en llegar el buque al puerto en Guayaquil.

La eficacia, considera al ahorro de los costos de transporte y tiempo en que demora en llegar la mercancía a su destino, lo que representa menos costos brindando una mayor utilidad para la empresa. En el caso de las flores, el Ecuador paga en transporte \$1.2 dólares por kilo mientras que Colombia paga 0.9 ctvs. por kilo, la diferencia es aproximadamente del 30% y este porcentaje es un rubro que suma a las utilidades de las empresas colombianas exportadoras de flores.

Grafico 2.1. Proceso logístico



Cuando se habla sobre la cadena logística se refieren a varios aspectos como los caminos o rutas que siguen las mercancías para llegar a su destino, la compra del producto a tiempo, los camiones o contenedores con equipamientos adecuados para que el producto se mantenga fresco o en las condiciones óptimas para ser entregado en el país de destino, los documentos de acompañamiento estén perfectamente reglamentados y que los costes de valor en tránsito no incrementen demasiado el valor del producto, creando así costes innecesarios.

2.13 Indicadores del Plan de Negocio

Según (Minervine, 2011) para elaborar un esquema de plan de Exportación se tomarán en cuenta los indicadores óptimos para poder desarrollar dicho plan, como son:

- **Análisis de la empresa:** Consiste en un conjunto de técnicas utilizadas para investigar y conocer los factores internos, de esta manera poder desarrollar una ventaja competitiva en el mercado y poder lograr los objetivos deseados.

Imagen 2.5 Análisis de la empresa

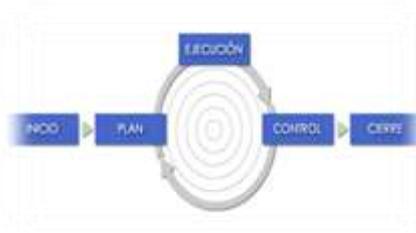


Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Planteamiento global del proyecto:** Es el proceso para cuantificar el tiempo y recursos con los que contará el proyecto general y de esta manera ir informando el desarrollo y el progreso de dicho proyecto.

Imagen 2.6: Planteamiento global del proyecto



Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Misión:** Es la razón de ser de una empresa en la cual debemos determinar las funciones básicas con las que se va a desempeñar para poder conseguir dicha misión.

Imagen 2.7: Misión



Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Visión:** Se refiere a como se ve o proyecta la empresa a futuro, es hacia donde se dirige una empresa a largo plazo.

Imagen 2.8: Visión



Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Objetivos:** Es fijarse una meta determinada para poder cumplirlo mediante los recursos y medios que tiene la empresa.

Imagen 2.9: Objetivos



Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Metas:** Son objetivos propuestos con la finalidad de poder alcanzarlos mediante actividades asignadas dentro de una organización.

Imagen 2.10: Metas



Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Producto:** Un producto es una opción elegible, viable y repetible que se puede comprar y vender, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.

Imagen 2.11: Producto



Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Análisis del producto:** Se refiere al análisis tecnológico y al estudio de la creación del producto como tal, es lo que impulsa saber con qué características, diseños se puede elaborar y si se ajusta a las necesidades del cliente.

Imagen 2.12: Análisis del producto



Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Descripción del producto:** Consiste en los métodos y procesos para desarrollar un producto- supone conocer cómo estará compuesto, diseñado, elaborado y puesto en venta.

Imagen 2.13: Descripción del producto



Fuente:

www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Segmentación de mercado:** Es el proceso de dividir un mercado en grupos con características y necesidades similares.

Imagen 2.14: Segmentación de mercado



Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Distribuidores:** Son aquellos que se encargan del producto o servicio desde el la salida de la fábrica hasta que llega a manos del consumidor final en tiempo correcto y forma adecuada.

Imagen 2.15:Distribuidores



Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Fortalezas y debilidades:** Están dentro del análisis FODA y son las que corresponden al ambiente interno de la organización.

Imagen 2.16: FODA

FODA	Factores Internos	Factores Externos
Aspectos Positivos	Fortalezas	Oportunidades
Aspectos Negativos	Debilidades	Amenazas

Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

- **Embalaje:** Sirve para proteger el producto que se exporta, manteniéndolo en buen estado durante la manipulación, al embarcarlo y mientras esté en tránsito.

• **Imagen 2.17:** Embalaje



Fuente: www.investigaciondemercado.com

Elaborado por: Los Autores

2.14 Análisis y características del mercado objetivo

Según (Muñiz, 2012) se deben analizar diferentes tipos de características para determinar un mercado objetivo y las más importantes son:

- **Características de la industria:** Se miden los factores de elaboración de producto, costos, competidores, leyes que rigen la industria, restricciones, reglamentos de seguridad, descripción de mercado (monopolio, oligopolio, competencia monopolística o competencia perfecta), target general de la industria.
- **Margen de participación de mercado:** Es un indicador que permite medir cuál es su porcentaje de participación de un producto con respecto a las otras empresas que se dedican a la misma línea, también conocido como Market Share.
- **Barreras arancelarias y no arancelarias:** Las barreras arancelarias son un porcentaje o valor fijo que tiene que pagar el importador, estos costos varían dependiendo del tipo de producto que se quiera importar. Las barreras no arancelarias hace referencia a leyes o políticas internas que ponen cuotas o ciertas restricciones para proteger la producción nacional.
- **Selección del target meta:** Corresponde al tipo de cliente que cumple con todas las características y detalles para adquirir el producto o servicio.
- **Precio y distribución:** Para establecer el precio se tiene en cuenta los costos de producción, costos variables, competencia y el poder adquisitivo del mercado meta, y los canales de distribución se refieren a la manera en cómo llega el producto al consumidor final, y la logística de la entrega del producto.
- **Incoterms:** Es un contrato en el cual se establece las responsabilidades del comprador y el vendedor- los más usados son: FOB y CIF.

- **Logística:** Implica las rutas de entrega y el tipo de transporte en el que se llevará el producto desde que sale de la fábrica hasta llegar al lugar de destino.
- **Clientes potenciales:** Son los clientes que tienen los recursos y características necesarias para adquirir un producto o servicio, son en quienes se enfocan las empresas para vender sus productos.
- **Modos de pago y documentación legal de la compra venta:** Se establecen estrategias para que el comprador se sienta más cómodo pagando el producto a crédito y la documentación es importante porque es el único registro aval que puede hacer cumplir el cobro de dicho producto.
- **Oportunidades y Amenazas:** Se establecen estrategias para salvaguardar tanto a la empresa como a la economía para que no sea afectada drásticamente. Ante las oportunidades también hay que estar preparado puesto que con un incremento de demanda y sin la producción necesaria podría convertirse en una pérdida.

2.15 Documentos de entrada

Mediante un informe expuesto por (Proecuador, Registros de control, 2013) a partir de la llegada de la mercancía al puerto de destino, se deben registrar los documentos de entrada en el lugar especificado por el director del puerto.

Los documentos de entrega son:

- Manifiesto de entrada;
- Prueba de derecho de entrada;
- Factura Comercial elaborada en inglés y con la traducción exacta y
- Documentos que determinen si la mercancía es aceptable dentro del país de origen.

2.16 Normas de calidad ISO 9001

Según la (ISO, 2008) "*La norma ISO 9001 especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales.*"

Se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente. Las normas de calidad son fundamentales para las empresas que quieren exportar sus productos y dirigirse a mercados internacionales, siguiendo las normas de calidad correspondientes y así poder satisfacer las exigencias del cliente.

2.17 Análisis y evaluación financiera

Según (Hecksher-Ohlin, 2003) para realizar un análisis y evaluación financiera se deben considerar los siguientes puntos:

- **Requerimientos de inversión:** los requerimientos se establecerán dependiendo del tamaño del proyecto y, si es necesario, se obtendrá ayuda financiera mediante otros inversionistas.
- **Punto de equilibrio:** es el punto de inflexión donde una cantidad de ventas es igual a los costos de producción, es decir los ingresos son iguales a los costos, una venta más se la considera como ganancia bruta.
- **Flujo de efectivo:** se trata de la liquidez y solvencia de la empresa, es decir que tan rápido puede cubrir deudas a corto y largo plazo.
- **Capacidad instalada:** esto determina la cantidad de producción que se realizará. No siempre se usa el 100% del total de la fábrica, esto dependerá de la demanda que se desee cubrir y el stock en los inventarios de bodega.

2.17.1 Estados de resultado integral

Dentro del estado de resultado integral encontramos:

- **Gastos Anuales:** El registro de los gastos es importante porque gracias a ello se puede determinar en qué rubro se podría minorar los costos.
- **Balance general:** Este estado financiero permitirá a los accionistas saber las condiciones en que se encuentra la empresa, lo que deben mejorar, en que han mejorado y se pueden comparar con las demás empresas competidoras.

2.18 Importancia del comercio inter e intra-industrial de muebles de madera

2.18.1 Comercio inter-industrial

“Si hablamos del comercio inter-industrial nos referimos al comercio internacional y al intercambio de bienes y servicios entre países a nivel mundial, donde las exportaciones e importaciones de un país se encuentran en categorías de productos diferentes. El comercio internacional en los últimos años ha venido creciendo en casi todos los países, individual y grupalmente, con frecuencia, el tamaño relativo del comercio se mide comparando el tamaño de las exportaciones de un país con su producto interno bruto”.(D.R, 2003)

Los países no solo experimentan los beneficios económicos del comercio exterior que se realiza de un país a otro ya que la estabilidad de cada país depende de la prosperidad económica del mundo, tal es el caso como la burbuja económica de Estados Unidos en los años 90, es por esta razón que cada vez incrementa más y más las competencias de los productos exigiendo a las empresas innovaciones y diferencias creando una ventaja competitiva diferenciada.

El introducir la marca en un país significa competir con precios relativos, los economistas algunas veces dividen las ganancias totales del comercio en dos partes conceptualmente distintas y son:

- Ganancia de consumo o ganancia del intercambio.- se refiere al hecho de que la exposición a precios relativos nuevos, aun sin cambios en la producción, aumenta el bienestar del país.
- Ganancia de producción o ganancia de especialización.- se refiere a que cada economía debe posesionarse en las producciones de los bienes en los que son mejores.

2.18.2 Comercio intra-industrial

De acuerdo a (D.R, 2003) "El comercio intra-industrial descansa sobre la teoría de la competencia imperfecta o competencia monopolística. Al contrario del comercio inter-industrial que se basa en las ventajas comparativas, el comercio intra-industrial no requiere de este supuesto".

Cuando hablamos de competencia imperfecta nos referimos a los monopolios y los oligopolios los cuales tienen el poder de negociar el precio a su conveniencia esto no significa satisfacer a los consumidores. La competencia monopolística no es más que una competencia donde una empresa en particular tiene el control sobre el producto o servicio que ofrece, es solo un vendedor en el mercado.

Las exportaciones e importaciones de bienes que se encuentran clasificadas dentro de una misma categoría industrial o Comercio intra-industrial, por lo general, solo una termina teniendo abundancia de capital de trabajo dentro de un mercado por lo tanto no habría ventaja comparativa y no existiría el comercio ni competencia entre sí (Heckscher-Ohlin, 2003). La ventaja comparativa habla acerca de que cada país se especializa en producir mercadería a menor costo que los demás, es por esto que si un país exporta una mercancía que tiene un costo más elevado que una importada, se cancela este principio básico del comercio internacional.

2.19 Marco Legal

Según (Scribd, 2015) *"El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política."*

Dentro del marco legal se encuentran leyes, políticas, restricciones, normas y requisitos para realizar algún proyecto de emprendimiento o de inversión, las cuales están directamente ligadas a los negocios internacionales y es un paso fundamental para tener una guía de los requisitos a seguir.

2.19.1 Acceso al Mercado de los Emiratos Árabes Unidos

Según (PROECUADOR, 2012) cada país cuenta con sus propias leyes y mandatos los cuales son exigidos para llevar un control sobre las organizaciones privadas o estatales. Los importadores en los EAU necesitan tener una licencia comercial para poder operar dentro del país, las licencias detallan el tipo de mercancía que se pueden importar y en qué región, es decir que cada Emirato puede tener sus propias licencias para distribuir.

2.19.2 Tramitación de las importaciones

Las agencias comerciales deben ser inscritas en el registro de agentes comerciales. Los documentos que deben presentar los importadores son los siguientes:

- Factura
- Factura comercial (especifica el origen de la mercancía y descripción completa)
- Certificado de origen
- B.L. bill of Lading (este documento deberá ser enviado por el exportador)
- Certificado de proveedor
- Lista de empaque (facilita la liberación aduanera).

2.19.3 Productos de prohibida importación

Los Emiratos Árabes Unidos cuentan con su propia lista de mercancías de prohibida importación, las cuales están restringidas también por el Consejo de Cooperación del Golfo⁶, los motivos por los cuales las mercancías que mencionaremos están en dicha lista se debe a aspectos ambientales, de salud, de seguridad, religiosos y morales.

Las mercancías de prohibida importación son las siguientes:

⁶ Organización Regional Formada

- Productos que no sean compatibles con la fe y la moral islámica
- Productos procedentes de Israel que exhiban lemas o banderas de este mismo país
- Máquinas destinadas al juego de azar
- Caramelos en forma de cigarrillos
- Productos contaminados por radiación o por polvo radiactivo.

Capítulo 3

Maco metodológico

3 Metodología de la investigación

3.1 Métodos o Indicadores

El análisis de rentabilidad de la operación se llevará a cabo por los métodos financieros para conocer si el retorno del dinero es aceptable o si es viable realizar esta operación comercial, en el caso de que se requiera un préstamo se tendrá en consideración la tasa de interés que aplique el banco y el tiempo en el cual se requiera pagar dicho préstamo, adjuntando los costos de transporte y logística requeridos para dicho análisis.

Estos métodos de análisis más utilizados para este ejercicio son:

- VAN: Valor actual neto, demuestra la viabilidad del proyecto.
- TIR: Tasa interna de retorno, es la tasa máxima que el inversionista puede percibir.
- Flujo de caja: Se determinará cuál será el flujo de dinero que se obtendrá por la venta de los muebles.

3.2 Técnica de investigación

Según (Jacome, 2013) *"El término así concebido se aplica al hecho de averiguar o descubrir una cosa."* La investigación como tal ayudara al descubrimiento de una respuesta o al simple contexto que lleva a resolver un problema de investigación.

Para el mercado local se realizará el tipo de investigación descriptiva debido a que es la más idónea para describir la situación de los artesanos productores de muebles de madera y lo que se estudiará será la oferta de los muebles producidos por los artesanos, esto se obtendrá a través de:

- Observación.
- Entrevistas; y
- Encuesta.

3.3 Método de recolección de datos

a) Observación directa

Este método ayuda a conocer y observar el proceso investigativo, analizando de forma empírica las características y comportamiento del objetivo de estudio. Para el presente trabajo de investigación y análisis se ha utilizado esta técnica puesto que permite conocer de forma directa el proceso y las características de elaboración de muebles de madera en la ciudad de Guayaquil.

Esta observación permitió conocer a los ebanistas que no pertenecen a un gremio y sin embargo elaboran muebles de excelente calidad con maderas utilizadas por muchos productores mayoristas en la ciudad y con precios mucho más bajos que la competencia.

b) Entrevistas

Según (Sampieri, 2006) *“La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional entre dos o más personas, con el propósito de obtener información relevante sobre el tema a investigar”*. Esta técnica permitirá obtener en esta investigación resultados reales y más precisos, interactuando con el entrevistado, dando la oportunidad de evaluar sus actitudes y conductas, evaluando los resultados finales para la investigación.

c) Encuesta

Según (Sampieri, 2006) *“La encuesta constituye un método cuantitativo complementario para la colecta de datos empleado por medio de cuestionarios. La colecta de datos mediante la encuesta resulta valiosa para el entrevistador porque permitirá validar los resultados de la investigación.”* Esta técnica es fundamental en este análisis de estudio debido a la interacción entre el entrevistador y entrevistado obteniendo información objetiva, aclarando dudas e inquietudes que se tenga sobre el tema a encuestar.

- **Objetivo de la encuesta**

El objetivo de estas encuestas es determinar si la materia prima, los modelos y la calidad de muebles que elaboran los ebanistas guayaquileños que no pertenecen a un gremio cuentan con los recursos necesarios para emprender una exportación de sus productos.

3.4 Medición de las variables

A través de la tabulación de las encuestas se pudo concluir que los artesanos, en un gran porcentaje, no están incluidos en un gremio, pero dejan abierta la posibilidad de pertenecer a este grupo y de querer exportar sus productos terminados.

En la ciudad de Guayaquil se puede evidenciar que existe un gran número de artesanos ebanistas que trabajan con madera de excelente calidad para la elaboración de muebles, lo cual es uno de los requerimientos fundamentales que exige la exportación, dando la posibilidad de emprender con proyectos dirigidos a mercados potenciales y actualmente Dubai es considerado uno de ellos.

Las variables utilizadas en el proceso de investigación fueron: tiempo, cantidad de producción y posibilidades para exportar muebles de madera.

3.5 Análisis de los resultados de la encuesta

Se tomó una muestra de 237 personas para determinar y realizar el análisis respectivo de una investigación de mercados, a quienes se les realizó el cuestionario de 13 preguntas cortas y fáciles de responder considerando que las personas trabajan y no disponen del tiempo suficiente para detenerse y contestar. El objetivo principal del cuestionario fue conocer si el artesano cuenta con los recursos suficientes para comenzar con exportaciones a mercados potenciales.

3.6 Población y Muestra

- **Población**

La población fue de 615 personas para esta investigación y se tomó de los ebanistas de la ciudad de Guayaquil que pertenecen o no a un gremio de artesanos.

- **Muestra**

Es un porcentaje significativo del total de la población que queremos investigar, como en este caso son los artesanos ebanistas de la ciudad de Guayaquil que pertenecen o no a un gremio de artesanos. La muestra se la calcula mediante las siguientes variables.

- **Simbología:**

n= Tamaño de la muestra

Z= Margen de confiabilidad (95% de confiabilidad $Z= 1.96$)

P= Probabilidad de éxito y $1-p$ probabilidad de fracaso

E= Error de la medida de la muestra respecto a la población del 5%

N= Tamaño de la población

- **Datos**

n=?

Z=1.96

P=0.50

E=0.05

N= 615

Fórmula

$$n = \frac{615(1.96^2)0.5(1 - 0.5)}{(615 - 1)0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 (1 - 0.5)}$$

$$n = \frac{590.646}{2.4954}$$

n= 237

- **Resultado**

Mediante la fórmula de la muestra se determinó realizar 237 encuestas para obtener resultados verificables de una población de 615 artesanos ebanistas de la ciudad de Guayaquil, con un grado de confiabilidad del 95% y con un margen de error del 5%.

3.7 Desarrollo de la encuesta dirigida a los artesanos guayaquileños.

En las encuestas realizadas a los ebanistas artesanos de la ciudad de Guayaquil, se espera obtener resultados óptimos para la realización de este proyecto de factibilidad y propuesta de un plan de exportación.

Se desarrollaron 12 preguntas a 237 artesanos que se dedican a la elaboración y fabricación de muebles de madera, estas preguntas fueron respondidas de manera muy cordial con la colaboración de cada uno de ellos.

A continuación se detallan cada una de las preguntas que se les realizaron a los artesanos en la ciudad de Guayaquil.

Pregunta # 1.

¿Cuántos juegos de muebles en madera produce al mes?

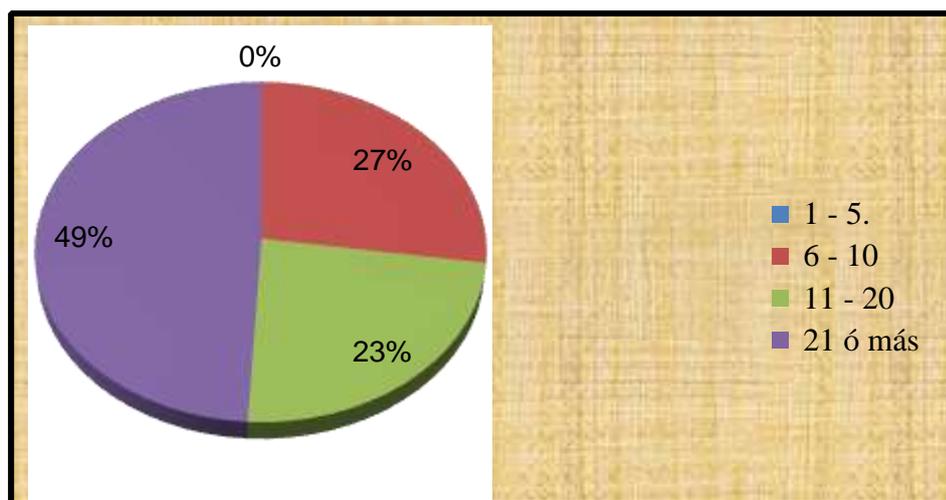
Objetivo.- Conocer cuánto puede llegar a ofertar un ebanista artesano.

Tabla 3.1 Resultado de la pregunta #1

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 – 5	0	0%
6 – 10	65	27.27%
11 – 20	56	23.63%
21 ó más	116	49.1%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Grafico 3.1 Producción de muebles de madera



Elaborado por: Los Autores

- **Análisis e interpretación de los resultados.**

Se determinó que la producción que realizan los artesanos depende mucho de lo que solicite el cliente, debido a que trabajan bajo pedido. Se puede observar que el 49.10% de los artesanos individuales trabaja elaborando un gran volumen de muebles al mes, lo que demuestra que si un grupo de artesanos trabaja en conjunto puede lograr llevar a cabo un plan de exportación.

Pregunta #2

¿Qué promedio de muebles en madera vende al mes?

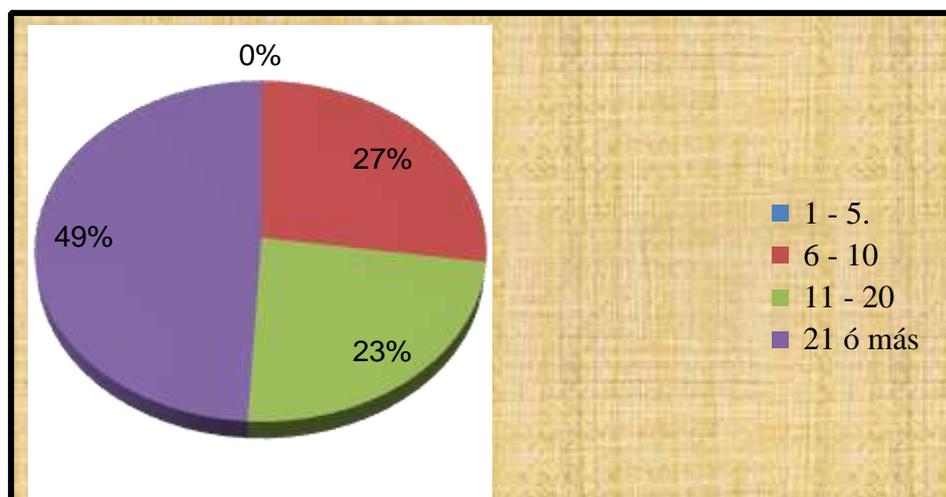
Objetivo.- Conocer cuál es el índice de ventas que tienen los ebanistas artesanos.

Tabla 3.2 Resultada de la pregunta #2

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 – 5	0	0%
6 – 10	65	27.27%
11 – 20	56	23.63%
21 ó más	116	49.1%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Grafico 3.2 Promedio de ventas mensuales



Elaborado por: Los Autores

- Análisis e interpretación de los resultados**

Se determinó que el 49% de artesanos tiene un índice de ventas bueno mientras que el 51% realiza ventas un poco más bajas, uno de los motivos es que en su gran mayoría trabajan bajo pedido de sus clientes.

Pregunta #3

Marque con una X si ¿Está registrada de manera formal su empresa en los organismos de control?

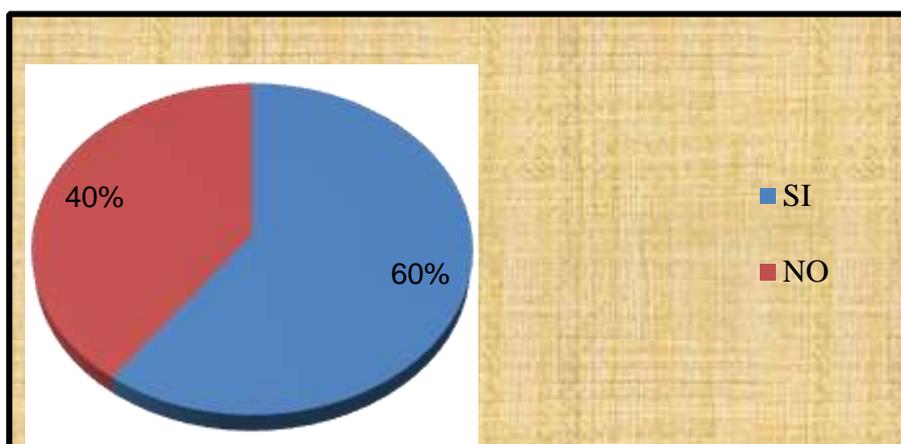
Objetivo.- Conocer quiénes son las personas potenciales a exportar.

Tabla 3.3 Resultado de la pregunta #3

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJES
SI	142	60%
NO	95	40%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Grafico 3.3 Entidades registradas en organismos de control



Elaborado por: Los Autores

- **Análisis e interpretación de los resultados**

El 60% de los artesanos pertenece a un gremio lo que facilita un proceso de exportación debido a que en su mayoría ya cuentan con el uso de normas legales, lo cual es un requisito fundamental para la exportación de muebles, y el 40% restante son los artesanos ebanistas que no forman parte del gremio.

Pregunta #4

¿Conoce los Beneficios de pertenecer legalmente a un gremio de artesanos?

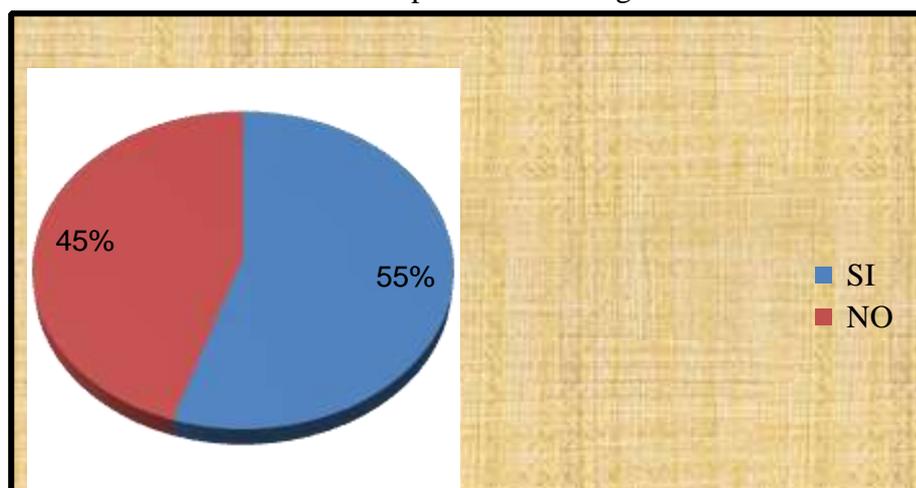
Objetivo.- Determinar cuál es el nivel de conocimiento que tienen los artesanos del gremio.

Tabla 3.4 Resultado de la pregunta # 4

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJES
SI	130	55%
NO	107	45%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Grafico 3.4 Beneficios de pertenecer a un gremio de artesanos



Elaborado por: Los Autores

- **Análisis e interpretación de los resultados**

Al querer realizar un plan de exportación en este estudio se puede analizar los conocimientos que tienen los artesanos acerca de los beneficios de pertenecer a un gremio. El resultado es favorable puesto que el 55% tienen conocimiento mientras que el 45% lo ignora.

Pregunta #5

¿Le gustaría pertenecer legalmente a un gremio de artesanos?

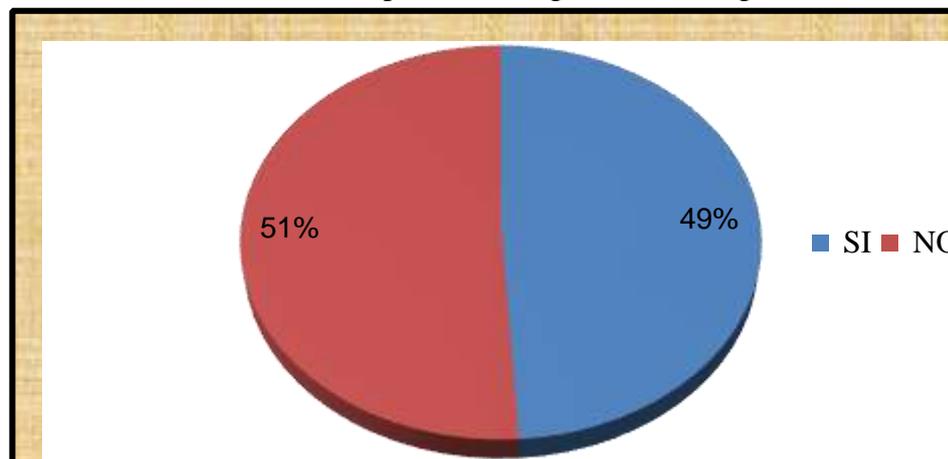
Objetivo.- Conocer el interés de las personas al ingresar a un gremio.

Tabla 3.5 Resultado de la pregunta # 5

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJES
SI	116	49%
NO	121	51%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Grafico 3.5 Nivel de interés de pertenecer legalmente a un gremio de artesanos



Elaborado por: Los Autores

- **Análisis e interpretación de los resultados.**

En un porcentaje del 51% respondieron que no, porque no cuentan con la información necesaria sobre los beneficios que otorga pertenecer a un gremio.

Pregunta #6

¿Cuáles son los meses en el que la materia prima es escasa?

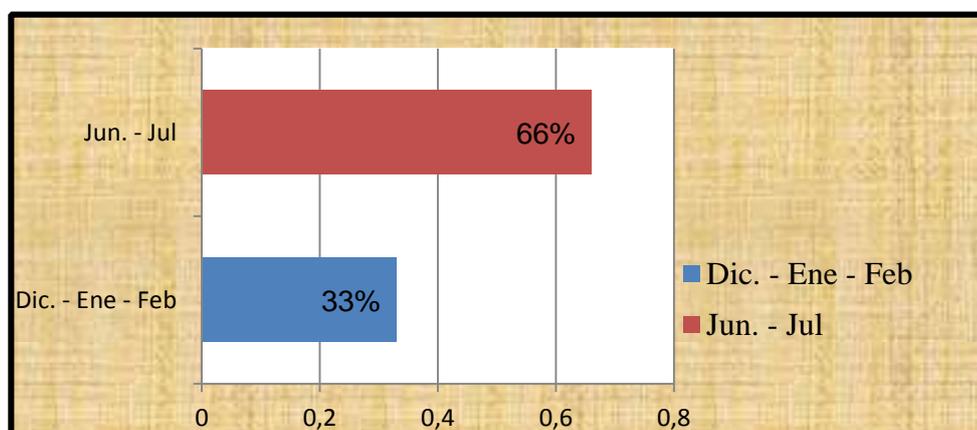
Objetivo.- Conocer los recursos mensuales con los que cuenta el artesano para la producción de muebles en madera.

Tabla 3.6 Resultado de la pregunta # 6

OBJETIVOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diciembre	27	11%
Enero	27	11%
Febrero	27	11%
Junio	78	33%
Julio	78	33%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 3.6 Disminución de la materia prima



Elaborado por: Los Autores

- **Análisis e interpretación de los resultados**

Se pudo concluir que el 66% se debe a que la madera esta siendo utilizada en otras actividades, diferentes a la producción de muebles mientras que el 34% escasea debido al tiempo estacionario del invierno, es decir lluvias.

Pregunta #7

¿Cómo resuelve los problemas de escasez de la materia prima?

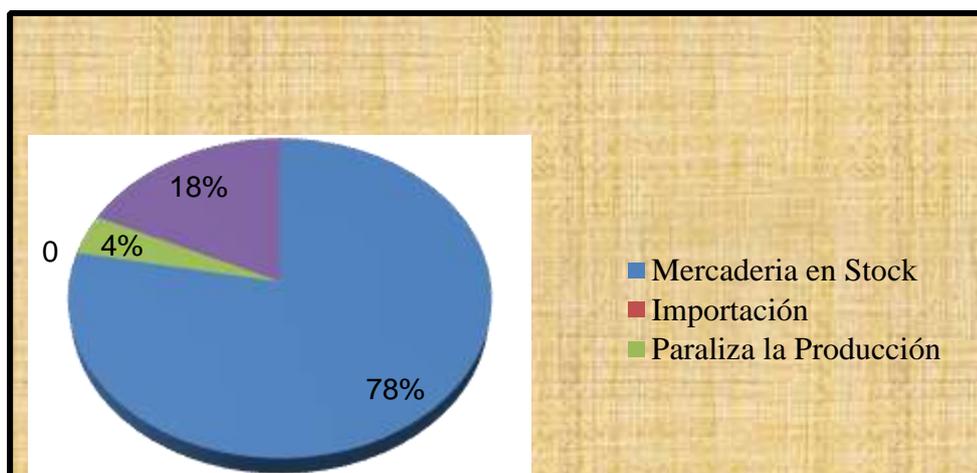
Objetivo.- Determinar los recursos con los que cuenta el artesano para su producción.

Tabla 3.7 Resultado de la pregunta # 7

OBJETIVOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mercadería en stock	184	78%
Importación	0	0%
Paraliza la Producción	10	4%
Otros	43	18%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 3.7 Índice de artesanos con Recursos de Acción



Elaborado por: Los Autores

- **Análisis e interpretación de los resultados**

El 78% de los artesanos cuenta con materia prima en stock en meses donde la madera es escasa, lo que resulta ser beneficioso en caso de que la demanda incremente repentinamente.

Pregunta # 8

¿A qué mercado están dirigidos los muebles que produce?

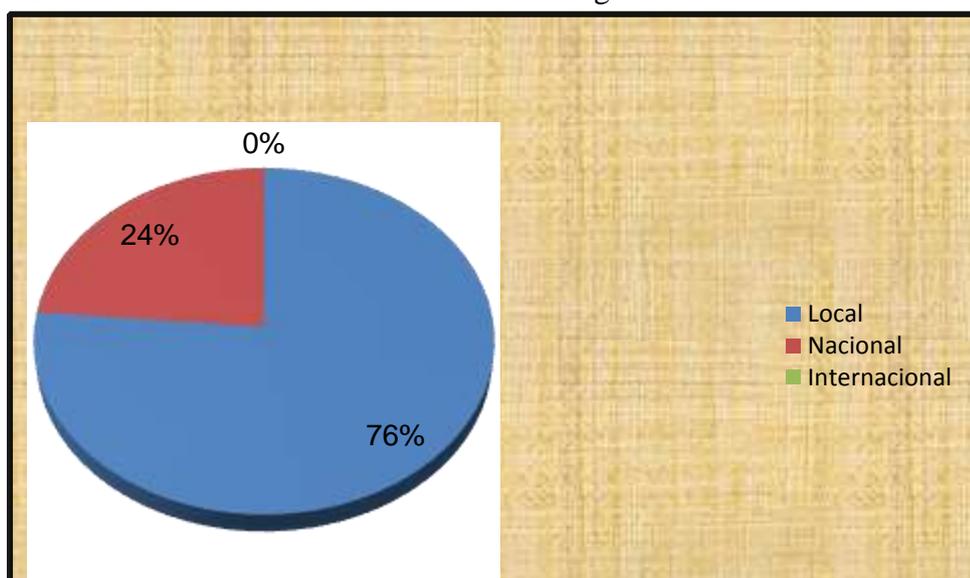
Objetivo.- Determinar si el artesano tiene definido cuál es su target como mercado.

Tabla 3.8 Resultado de la pregunta # 8

OBJETIVOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Local	181	76.36%
Nacional	56	23.64%
Internacional	0	0%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Grafico 3.8 Mercados a los cuales estan dirigidos los muebles de madera



Elaborado por: Los Autores

- **Análisis e interpretación de los resultados**

Se puede observar que el 76% de los muebles de los artesanos tienen como destino el mercado local, es decir Guayaquil, mientras que el 24% expande sus productos hacia las demás provincias del Ecuador.

Pregunta #9

¿Conoce usted el mercado de los Emiratos Árabes Unidos específicamente Dubai?

Objetivo.- Analizar si el artesano tiene conocimiento sobre un nuevo mercado.

Tabla 3.9 Resultado de la pregunta # 9

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJES
SI	0	0%
NO	237	100%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 3.9 Nivel de conocimiento de los artesanos acerca del mercado de Dubai



Elaborado por: Los Autores

- **Análisis e interpretación de los resultados.**

El 100% de los ebanistas artesanos no tiene conocimientos acerca del mercado de Dubai.

Pregunta #10

¿Conoce el proceso de exportación?

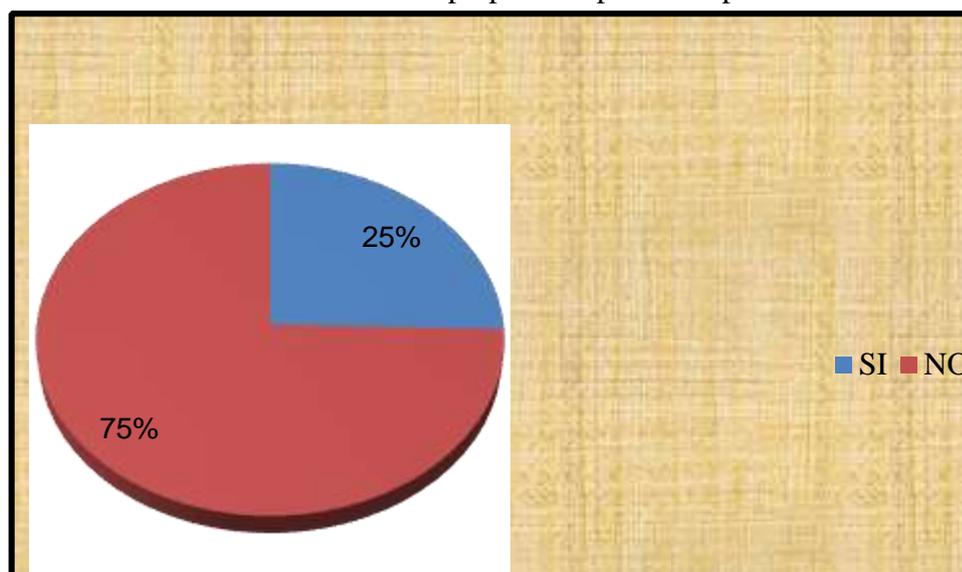
Objetivo.- Analizar si el artesano tiene cultura exportadora

Tabla 3.10 Resultado de la pregunta # 10

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJES
SI	60	25.45%
NO	177	74.55%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 3.10 Artesanos preparados para la exportación



Elaborado por: Los Autores

- **Análisis e interpretación de los resultados**

Se pudo determinar que del total de artesanos encuestados solo el 25.45% tiene los conocimientos necesarios sobre la exportación, lo que demuestra que el 74.55% carece de estos conocimientos, pudiendo ser capacitados en algún momento como parte de algún gremio de artesanos.

Pregunta #11

¿Usted ha exportado sus productos al mercado internacional?

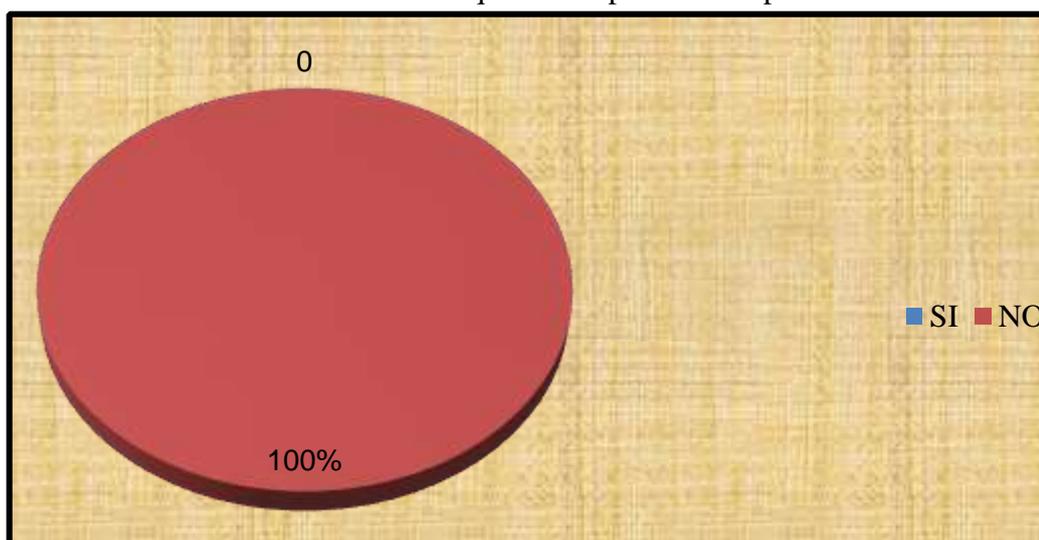
Objetivo.- Conocer si los ebanistas artesanos han pasado por el proceso de la exportación.

Tabla 3.11 Resultado de la pregunta # 11

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJES
SI	0	0%
NO	237	100%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 3.11 Artesanos que han exportado sus productos.



Elaborado por: Los Autores

- **Análisis e interpretación de los resultados**

Se pudo determinar que ninguno de los artesanos encuestados ha exportado sus productos, ni siquiera han realizado ventas a empresas que se dediquen a la exportación de muebles.

Pregunta #12

¿Estaría interesado en exportar sus productos a otros países?

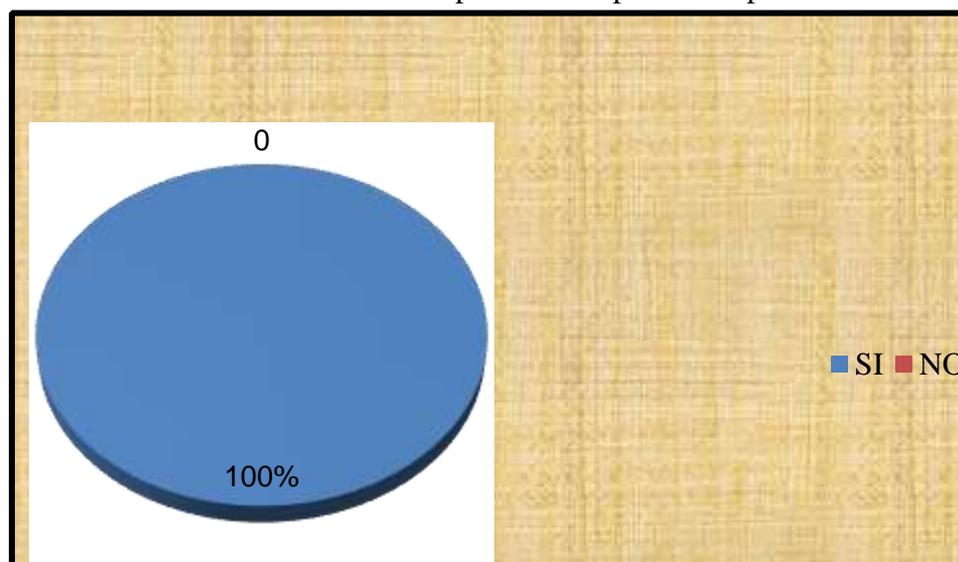
Objetivo.- Determinar si el artesano estaría dispuesto a pasar por el proceso de exportación.

Tabla 3.12 Resultado de la pregunta # 12

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJES
SI	237	100%
NO	0	0%
TOTAL	237	100%

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 3.12 Artesanos dispuestos a exportar sus productos



Elaborado por: Los Autores

- Análisis e interpretación de los resultados**

Se encontró que el 100% de los artesanos encuestados está dispuesto a exportar sus productos tomando en cuenta que para esto tienen que registrarse a organismos de control.

3.7.1 Entrevista al gerente de Comercio Exterior de Colineal

Para esta tarea se realizó un dialogo con el Gerente de Comercio Exterior de Colineal Xavier Serrano quien nos proporcionó información muy importante acerca de sus exportaciones

A continuación se presenta un extracto de la entrevista realizada vía telefónica desde Cuenca.

Preguntas:

1) ¿Cuáles son los factores que determinan los clientes al momento de realizar una compra?

Nos basamos básicamente en sus exigencias y los factores determinantes son: tendencia, calidad y garantía

2) ¿Cuántos juegos de muebles mensuales exportan?

No se puede hablar de juegos de muebles en sí, porque existen un sin número de ítems que se consideran en una exportación, pero Colineal exporta alrededor de 6 contenedores mensuales.

3) ¿A qué países exportan?

Se exporta a diferentes países como Panamá, Perú pero el principal es Estados Unidos de Norte América.

4) ¿Quiénes se encargan del despacho de la mercancía en puerto de origen?

Los diferentes agentes de carga naviera

5) ¿Cuentan con transporte propio o por contrato?

Por contrato

6) ¿Con que Incoterm se maneja en sus exportaciones y porque?

Nos manejamos con el FOB porque es el término más utilizado mundialmente, el cual permite que la compra y venta con el cliente se realice más fácilmente.

7) **¿Cuáles son los materiales que utilizan para empacar los muebles?**

Se utiliza el cartón y la espuma

8) **¿Dónde consolidan la mercancía?**

Nosotros no consolidamos la mercancía

9) **¿Cuáles son las normas ISO que utilizan?**

Se utiliza la norma de calidad ISO 9001.⁷

3.7.2 Entrevista al presidente del gremio del mercado artesanal de la ciudad de Guayaquil.

Para esta tarea se realizó un dialogo con el Presidente del gremio del Mercado Artesanal de la ciudad de Guayaquil quien nos proporcionó información muy importante acerca de los beneficios y actividades que realizan los artesanos.

A continuación se presenta un extracto de la entrevista realizada en uno de los mercados artesanales más grandes de la ciudad de Guayaquil.

Preguntas:

1) **¿Cuánto tiempo tiene dirigiendo grupos de artesanos en la ciudad de Guayaquil?**

En la dirigencia cuento con aproximadamente 5 años pero en el 2009 nuevo tuve un alto pero solo por unos meses luego retome las responsabilidades.

2) **¿Cuáles son las diferentes actividades artesanales que se dan en este gremio?**

Tenemos un sin número de actividades que realizan los artesanos en ellos utilizan la madera como principal materia, cuero, cerámica, barro, joyero (oro, plata etc.) y también se cuenta con talleres para la fabricación de los productos.

⁷ Número telefónico al cual se localizó al entrevistado : 04 2 683640

3) ¿Cuentan con alguna ayuda del gobierno?

No, no se recibe ninguna ayuda por parte del gobierno ni ahora ni antes

4) ¿En los últimos años como ve el desarrollo de los artesanos?

Recuerdo perfectamente que en el 2005 el desarrollo no era tan notable como ahora tanto en los productos como en la mano de obra de los artesanos, actualmente el desarrollo es muy notable en todo el país por la excelente calidad con la que se elaboran los productos y las capacitaciones que han recibido nuestros artesanos durante estos últimos años, entonces puedo decir que el desarrollo ha sido muy grande hasta la actualidad.

5) ¿Existen inconvenientes para el desarrollo de los productos? Cuáles son?

En realidad no existen inconvenientes pero si pequeñas disputas con algunos artesanos por la competitividad de calidad y precio del libre mercado, pero se está tratando de solucionar eso por el bien personal y de grupo.

6) ¿Cuáles son los meses potenciales para la venta de los productos?

Actualmente no existen meses potenciales ya que las ventas se realizan de forma variadas, los meses que más afectan la venta de los productos son diciembre, enero marzo por los tipos de regalos que dan las personas y los viajes que hacen, nuestro no es tan vendido

7) ¿Cómo gremio se sienten en la capacidad en exportar sus productos?

Lamentablemente no, antes se realizaban exportaciones ya las ventas que se realizan eran en sucre y eran valores muy altos, el dólar bajo el precio de nuestros productos, y otros mercados empezaron a exigir grandes cantidades de productos con excelente calidad a un tiempo muy corto es por esta razón que se dejó de exportar.

8) ¿Conoce cuáles son los procedimientos para la exportación?

Si, ya que antes si se realizaban exportaciones.

9) ¿Los beneficios que reciben los artesanos como tal, llenan sus expectativas?

Nosotros no tenemos beneficios, se tiene un delegado en Quito el Sr. Quispe como representante de los artesanos ya por seis años pero se desea la salida de del no se ven mejorías con respecto al tema de los artesanos.

10)¿Cómo gremio tienen un objetivos de ventas anuales? o mensuales? como se manejan al respecto?

Las ventas se realizan dependiendo de cada artesano con su negocio, eso depende de cada uno de ellos lo que si se supervisa y se trata de controlar es el producto.

11)¿Cómo ven el mercado nacional? competitivo?

Nuestro mercado no siente la competencia ya que este mercado artesanal es uno de los mejores de América y uno de los más grandes y ordenados en esta ciudad.⁸

3.7.3 Entrevista a un artesano ebanista de la ciudad de Guayaquil

Para esta tarea se realizó un dialogo con el Ebanista David Roberto Espinosa quien nos proporcionó información muy importante en este campo.

A continuación se presenta un extracto de la entrevista realizada vía telefónica en la ciudad de Guayaquil.

Preguntas:

1) ¿Sabe el significado de exportación?

Claro que sí, es la venta de productos a otros países

2) ¿Le gustaría exportar sus muebles de madera a otros mercados?

Si, donde quiera que se pueda

⁸ Entrevista al presidente del gremio del mercado artesanal de la ciudad de Guayaquil.

3) ¿Usted pertenece al gremio de artesanos? ¿Cuáles son los beneficios de estar en un gremio?

No pertenezco a ningún gremio de artesanos

4) ¿Le gustaría pertenecer al gremio de artesanos?

Claro que si me gustaría

5) ¿Cuántos juegos de muebles realiza al mes?

Mínimo realizo entre 6 a 10 juegos de muebles al mes

6) ¿Qué tipo de muebles elabora para la venta?

Anaqueles, closets y camas

7) ¿Qué tipo y qué cantidad de madera utiliza para la elaboración de los muebles?

El tipo de madera que uso es roble, cedro, laurel, tropical, y las cantidades que uso varían con el tipo de mueble que estoy realizando, pero mensualmente utilizo entre 80 tablas, 30 tablones, 46 Bernan Sánchez que es un tipo de madera fabricada

8) ¿Qué materiales utiliza para la elaboración de muebles?

Entre materiales y utensilios usamos es madera tornillos, goma, sellador, diluyente, laca, lija, waipe que es un trapo que se usa para quitar los excesos hecho de lana, además de las herramientas para elaborar los muebles.

9) ¿Cuál es el proceso para presentar un mueble terminado?

Lo primero que se hace es ordenar la madera para los muebles que están bajo pedido luego se corta la madera, se arma el mueble, se maquilla con masa para cubrir las imperfecciones de la madera, se lija, se sella, con diluyente, y al final se le pone la laca catalizada, para darle un pequeño brillo si el diseño lo requiere.

10) ¿Cuál es el tiempo estimado para la elaboración de un mueble?

Aproximadamente es de 2 a 3 días

11) ¿Cuántas personas intervienen para la elaboración de un mueble?

Para elaborar un juego de muebles se necesitan dos personas

12) ¿Cuenta con un establecimiento propio?

No, alquilo un espacio para elaborar los muebles que me cuesta 130 dólares aparte de la luz, que suele ser de 15 dólares la planilla.

13) ¿Cuenta con un transporte para la movilización de los muebles? ¿propio o alquilado?

El transporte lo tengo que alquilar y me cuesta entre 10 o 15

14) ¿Qué cree usted que lo hace diferente a la competencia?

A mi criterio serían los precios y la calidad del material de los muebles

15) ¿Cuál es su visión en un futuro?

Me veo expandido en las demás provincias del Ecuador

16) ¿La madera ha llegado a escasear?

No he tenido problemas cuando pido la madera, siempre hay, la única que se demora un poco en llegar es la tropical o también llamada Bernan Sánchez la cual es prefabricada

17) ¿Cuáles con los meses en los que más se vende?

Los meses que más se vende es octubre noviembre y diciembre ⁹

⁹ Dirección y número telefónico del entrevistado: Colombia y José Mascote- 0991126799

Análisis General

El análisis e interpretación de los resultados en el capítulo # 3 se realizaron mediante las técnicas de recolección de datos, los mismos que contribuyeron a obtener información esencial para concluir con el trabajo investigativo que se obtuvo a través de las encuestas, entrevistas y observación directa.

Posteriormente se procedió a tabular y a analizar cada una de las preguntas y respuestas obtenidas por los artesanos de la ciudad de Guayaquil con datos totalmente reales lo que nos llevó a una respuesta favorable debido a los resultados finales de las encuestas.

En estas encuestas obtuvimos respuestas de utilidad para el desarrollo de nuestro proyecto, donde pudimos cuantificar un gran número de artesanos interesados en querer crecer en cuanto a sus producciones de ventas de muebles de madera, y se pudo notar que se cuenta con la materia prima en casi todo los meses del años, fundamental para la elaboración y producción de muebles de madera más aún .si el objetivo principal es orientarlos a exportar a un mercado como Dubai.

Mediante la observación se pudo notar que los artesanos de la ciudad de Guayaquil son personas muy apasionadas y detallistas en su trabajo al momento de realizar cada pieza de los muebles una ventaja muy importante ya que el mercado al que se quiere llegar es muy exigente y visual en sus gustos y preferencias al momento de querer comprar un producto.

Mediante la entrevista al presidente del gremio de artesanos pudimos observar que cuentan con mucha calidad humana y están abiertos a retos que se presenten, el desarrollo en el gremio es muy notorio en cuanto a todas sus producciones desde hace 10 años atrás han implementado calidad en cada uno de los productos logrando así gran reconocimiento por su excelente mano de obra.

Durante la entrevista realizada al gerente de comercio exterior de Colineal se pudo concluir que los factores que determinan el éxito es mantenerse con una tendencia brindando calidad y garantía al cliente, es por esto su constante crecimiento en el mercado llegando así a obtener certificados mundiales como lo es, las normas de calidad ISSO 9001.

Según el gerente general incurrir en una comercialización al exterior es un reto para quienes no conocen del área, hoy en día el proceso de exportación es mucho más fácil puesto que se está brindando facilidades para impulsar este sector, los artesanos cuentan con un nivel de predisposición del 100% para emprender con todo lo que corresponde a las exportaciones, conocen de los beneficios y de las grandes oportunidades que se les está brindando actualmente.

Nuestros artesanos en su gran mayoría trabajan bajo pedidos y tienen una gran demanda de clientes lo que demuestra que pueden hacer un trabajo exclusivo de acuerdo a cada una de sus exigencias, una ventaja más para querer emprender la exportación de estos productos de madera a un mercado tan grande como Dubai.

Se llegó a la conclusión de que los artesanos guayaquileños están preparados para emprender un proceso de exportación si se lo requiere, ya que cuentan con lo más importante la disponibilidad de la materia prima y la excelente mano de obra, claro está, que también necesitan un poco más de preparación en cuanto a lo que se refiere a exportar ya que carecen de conocimientos del tema, pero esto no quiere decir que no tengan la disposición ni las ganas de querer hacerlo. los artesanos cuentan con una estrategia muy positiva en cuanto a las ventas de sus muebles de madera y esa estrategia consiste en realizar las producciones de acuerdo a los pedidos que el cliente exija en ese momento.

Capítulo 4

4. Propuesta General

4.1 Situación actual del mercado Dubai

La situación económica dentro de los Emiratos Árabes Unidos continúa en auge lo cual indica que el poder adquisitivo de sus habitantes no ha cambiado en mayor medida, después de la recuperación económica en el 2012 se han podido llevar a cabo más acuerdos comerciales bilaterales, que benefician a ambas partes de la negociación.

Los Emiratos Árabes Unidos es considerado una de las potencias económicas gracias a sus políticas fiscales y monetarias, cuenta con una infraestructura de vanguardia, aeropuertos de lujo, hoteles de lujo, y se encuentra en constante innovación, es por esto que los compradores de Dubai están abiertos a nuevos productos que pudieran entrar a este mercado, lo cual no es difícil de ingresar puesto que como ya se mencionó, carece de barreras arancelarias, y la lista de mercancías de prohibida importación que tiene los Emiratos Árabes Unidos es muy limitada.

Los muebles de madera producidos por los artesanos guayaquileños tienen las características necesarias para ingresar al mercado de Dubai, debido a que no incumple ninguna restricción al momento que quiera ingresar el producto, no se encuentra dentro de la lista de prohibida importación, los tipos de madera que se puedan usar para producir los muebles no impedirán el ingreso a Dubai.

Al momento de realizar la negociación con el comprador de los emiratos Árabes se deberá estudiar muy bien sus costumbres, sus modales y su imagen, puesto que el trato personal que se den entre ambas partes será crucial al momento que se defina el contrato de compra, hacer un gesto o rechazar una bebida que ofrezca el anfitrión podría ser un detonante seguro para finiquitar la relación comercial.

Para evitar el rechazo del contrato es necesario crear un vínculo de confianza entre el comprador y el vendedor, añadiendo pequeños presentes para el anfitrión, además de estar siempre bien presentado con terno y corbata en el caso de los hombres. y vestido con blazer para las mujeres, sin denotar en gran medida la silueta del cuerpo, debido a que en los Emiratos Árabes Unidos llevan una cultura conservadora.

4.2 Desarrollo de la propuesta

Los artesanos guayaquileños productores de muebles de madera conformarán un gremio u asociación que estará liderada por el presidente del gremio quien deberá ser una persona conocida por la mayoría de los artesanos productores de muebles de madera y con conocimientos en administración y en comercio exterior, que sea capaz de liderar un grupo de artesanos con la mentalidad de hacer conocer sus muebles a otros mercados. El presidente será elegido de manera democrática por votación analizando las actitudes y aptitudes que exige el cargo que va a representar.

La creación de este gremio de artesanos se basa en la demanda existente por otros países, uno de ellos Dubai, el cual exige una calidad de producto que los artesanos pueden brindar. Una de las desventajas de los artesanos es su capacidad de producción y es por esto que se consideró factible crear una empresa dedicada a la unión de estos artesanos para que puedan compartir costos y ganancias y se puedan realizar los volúmenes en producción que se exige al momento de ya querer exportar. De esta manera tomar fuerza como asociación netamente dedicada a la elaboración y producción de muebles.

Los artesanos cuentan con un gran reconocimiento a nivel mundial por la calidad que ofrece en cada uno de sus productos, esta sería una de las razones fundamentales de querer llegar más allá con la mano de obra artesanal de la ciudad de Guayaquil. El artesano ofrece detalles únicos hechos a mano y totalmente idénticos en caso de presentar imágenes y gustos que se le exija, es por esto que se trabajará mediante pedidos y gustos europeos para poder competir a la altura de grandes empresas.

Contamos con lo principal que es la materia prima de excelente calidad, tenemos artesanos diestros en cuanto a fabricación de muebles y un clima que acompaña en cualquier mes de año para fabricar y elaborar muebles de manera obteniendo la producción necesaria para exportar.

Se pretende invertir en capacitaciones a los artesanos, estas consisten en preparar a los artesanos para que realicen diseños únicos fijándose en cada detalle de acuerdo al mercado de Dubai, un mercado muy exigente pero muy atractivo para las grandes empresas por su gran poder adquisitivo. Si estudiamos ese mercado con sus gustos y preferencias el artesano sabrá exactamente cómo trabajar los muebles y lograr venderlos.

Para cumplir el objetivo principal de la APMG, que es la exportación de muebles de al mercado de Dubai, los artesanos deben responder a las necesidades y exigencias de sus clientes meta. En este sentido, la asociación se encargara de capacitarlos las cuales consisten en preparar a los artesanos para que realicen diseños únicos fijándose en cada detalle de acuerdo al mercado de Dubai, un mercado muy exigente pero muy atractivo para las grandes empresa por su gran poder adquisitivo.

4.2.1 Misión, Visión, Objetivos

- **Misión:**

Crear diseños únicos e innovadores para la elaboración y comercialización de productos de madera en la ciudad de Guayaquil destinados a Dubai.

- **Visión:**

Lograr que los artesanos que trabajan de forma individual en la ciudad de Guayaquil puedan formar parte de un gremio con la finalidad de obtener los conocimientos necesarios para emprender una exportación y tener más fuerza competitiva en el mercado, con diseños innovadores que le den un valor agregado al momento de la venta direccionando estos muebles hechos por manos de artesanos a un mercado internacional de gran potencia como Dubai.

- **Objetivo empresarial:**

Formar una organización con grupos de artesanos que estén dispuestos a trabajar en conjunto con la finalidad de emprender un negocio direccionado a un mercado de gran poder adquisitivo como Dubai cumpliendo con las normas de calidad y las exigencias del cliente.

- **Objetivos:**

Los objetivos que se desean alcanzar son:

- Lograr la satisfacción de los clientes ofreciendo productos de calidad;
- Crear diseños innovadores;
- Realizar la producción en muebles de madera netamente personalizados con la mano de obra de los artesanos
- Establecer normas que ayuden al desarrollo del gremio de artesanos como organización.
- Realizar capacitaciones sobre temas de exportación, logística, almacenaje y acuerdos comerciales para los artesanos.

- **Valores**

Los valores son fundamentales y muy importantes al momento de querer emprender un negocio y en la vida diaria de todo ser humano es por esta razón que, a continuación se detallan:

- **Respeto:** La organización de los artesanos como gremio y sus directivos reconocerán los valores del ser humano y entorno natural como únicos e irremplazables. Respetaremos la dignidad de todos sus colaboradores y empleados con el fin de facilitar un ambiente adecuado para su desarrollo profesional e individual.
- **Honestidad:** Se realizarán todas las actividades con honestidad creando un buen ambiente laboral a través de comunicación permanente entre empleados y directivos.
- **Transparencia:** Se llevarán a cabo todas las negociaciones con proveedores y clientes en forma legal, ordenada y equitativa junto con las normas que impone la ley. La competencia se basará en méritos, ventajas obtenidas y calidad de los productos y servicios.
- **Solidaridad y responsabilidad social:** Reconocer el deber civil de solidaridad con clientes, consumidores, proveedores, colaboradores, empleados y con la sociedad en general para poder influir y cooperar con ellos, en procesos participativos con el propósito del bien común. Hacer negocios basados en principios éticos, promoviendo un ambiente sano y sustentable para la sociedad.

- **Políticas**

1. **Políticas institucionales**

- Realizar todo trabajo con excelencia
- Brindar un servicio de calidad y calidez a sus clientes
- Mantener un comportamiento ético.

2. Políticas Administrativas

- Capacitar permanentemente a los artesanos involucrados en el proceso de elaboración de muebles para brindar una atención y producto de calidad
- Impulsar el desarrollo y personalidad del talento humano
- Velar por la seguridad de todos los que conforman la organización de gremios de artesanos dedicados a la producción y elaboración en muebles de madera, cumpliendo las políticas de seguridad industrial que se encuentran en vigencia.

3. Políticas Financiera

- Lograr el uso óptimo de los recursos económicos
- Mantener un control constante de todos los inventarios y de las cuentas por cobrar y pagar
- Actualizar los sistemas e informar de los cambios en las política económica que surjan en el país
- Mantener un balance positivo entre el flujo de caja y las deudas adquiridas a corto plazo. con el fin de tener una adecuada liquidez dentro de la empresa sin exceder el apalancamiento.

4. Políticas de Talento Humano

- Contar con integrantes competentes para la realización de las funciones de la organización, mediante un procedimiento de selección e inducción
- Facilitar el mejoramiento de las capacidades y habilidades de los integrantes, requeridas para el desarrollo y propósitos de la organización
- Brindar condiciones físicas y ambientales necesarias para el cumplimiento de los fines a alcanzar

- Resolver los conflictos personales o institucionales y así lograr un buen ambiente que permita alcanzar los objetivos deseados.
- **Ubicación:**
 - **Dirección:** Calle principal de Álamos, sector la Alborada atrás del City Mall
 - **Sector:** Norte.

4.3 Mercado objetivo

El mercado de los EAU es extenso y diverso en cuanto al desarrollo económico. Por esta razón y por tener a los importadores de productos de la más alta calidad, el Ecuador desea exportar a Dubai. Actualmente se están estableciendo alianzas con Dubái que mejoraran las relaciones exteriores con Ecuador gracias a los contratos bilaterales que se puedan firmar.

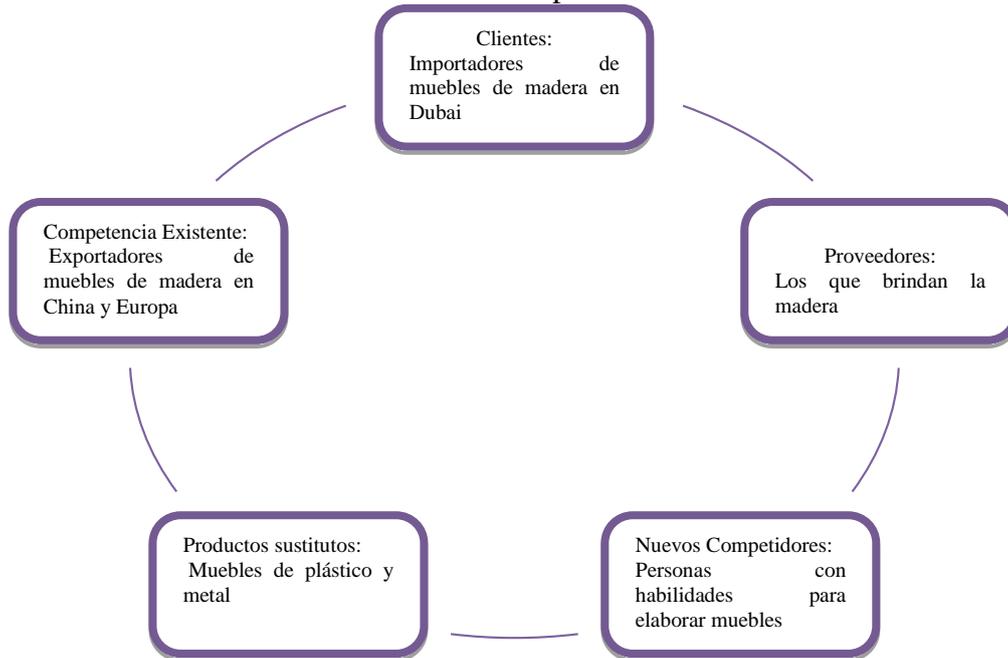
4.4 Segmentación de mercado

La producción de muebles de madera estará dirigida a hombres y mujeres con un nivel socioeconómico muy alto que comprendan la edad desde los 15 años en adelante en el mercado de Dubai. Mediante el estudio del proyecto se demostró que Dubai tiene un porcentaje del 51.2% de fuerza laboral incluyendo menores de 15 años, jóvenes independientes con edad para trabajar, Dubai ofrece grandes oportunidades a los importadores que ofrecen producciones únicas y novedosas, los habitantes de este país le dan mucho valor a los productos con detalles exclusivos, sin darle importancia al costo que pueda tener el producto.

Estos gustos y preferencias representan el principal foco de consumo del país y podría representar un punto de partida clave para la incursión en este mercado, dado que los artesanos son personas que producen muebles en base a las exigencias del cliente adaptándose a los estilos de vida de cada uno de ellos.

4.5 Fuerzas competitivas de Porter

El análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter es una herramienta fundamental para verificar la rentabilidad y el nivel de competencia que existen entre las empresas este modelo no solo indica las formas de desarrollar estrategias si no también implementa acciones para los diferentes puntos atractivos con que posee la empresa en el mercado.

Gráfico: 4.1 Fuerzas competitivas de Michael Porter

Fuente: Fuerzas Competitivas de Porter

Elaborado por: Los Autores.

4.6 Estrategia de negocios

En la estrategia de negocios se implementarán las siguientes opciones:

- **Catálogo de productos**

El objetivo fundamental de desarrollar un catálogo de productos es para exponer a los clientes una imagen donde se muestren cada uno de los diseños de los muebles elaborados por los diferentes micro empresarios, cabe recalcar que no se comercializarán solo los productos finitos incluidos en el catálogo de presentación si no que también se tomara en cuenta el tipo de estilo único y exclusivo que el cliente escoja, con un toque de personalización en el mueble.

- **Ferias internacionales**

Las ferias internacionales y nacionales son una opción muy favorable en estos momentos para los ebanistas que van emprender el negocio de exportación ya que por medio de estas se da a conocer el producto y a mejorarlo de acuerdo a la acogida que tengan los consumidores. En Ecuador se organizan este tipo de ferias donde los importadores vienen a conocer la oferta de los productores autóctonos, en el caso de los muebles de madera hay una feria en especial que incluye específicamente todo lo relacionado a la decoración de interiores con este bien.

- **Mercadería en patio de consolidación**

Esta es una opción para el momento en que se empiecen a exportar los muebles porque es una estrategia que va por el lado del ahorro de costos, el embarque de la mercadería dependerá únicamente del cliente; si el cliente pide que el producto se lo envíe bajo cubierta o si se lo envía por contenedor. La mercadería se coloca en un patio (consolidación de mercancía en el contenedor) en el cual se ahorraría entre el 40% y 60% del costo, debido a que en el puerto se cobran los rubros de tiempo de consolidación y uso de materiales o maquinarias.

- **Relaciones con Proveedores**

Establecer un plan para crear relaciones a largo plazo con los proveedores generándoles confianza y seguridad obteniendo así la garantía que la materia prima que ellos ofertan sean entregadas a tiempo y sin retrasos generando agilidad en cada uno de los procesos.

- **Introducción al Mercado Objetivo**

Establecer un plan para ingresar y tener crecimiento en el mercado objetivo Dubai que incluya: promociones permanentes con sectores comerciales que importen, establecer alianzas con las entidades que nos puedan proporcionar información acerca del mercado ejemplo: Pro Ecuador, dar a notar las características de diferenciación del producto por la calidad que se ofrece.

- **Financiamiento**

Establecer alianzas financieras con entidades Bancarias con el fin de obtener préstamos a largo plazo y poder emprender con la asociación de artesanos. Además de esto se busca que cada ebanista aporte capital o maquinaria, de esta manera se incurre en que el ebanista se sienta más comprometido con la asociación al ser accionista, Es así como se crea un financiamiento mixto es decir con un nivel de apalancamiento similar al capital propio.

4.7 Procesos de Almacenamiento y Logística

El proceso de almacenamiento de muebles de madera empezará una vez que estén terminados y debidamente empaquetados , puesto que se los envía listos para su uso y no en partes para armarlos, empacar los muebles consiste en:

1. Recubrirlos con esponja, cinta adhesiva y un plástico que cubre toda la superficie del mueble para evitar cualquier tipo de rayón en la madera.
2. Una vez empaquetados se los traslada en un camión donde se los consolida en uno o varios contenedores dependiendo la carga que se va a exportar, los muebles se lo puede ingresar en el puerto de origen o en un patio de consolidación.

En una empresa como Colineal se pueden consolidar los muebles en un patio de consolidación puesto que los costos de la misma operación en puerto son mucho más costosos.

3. El importador es el encargado de contactarse con la naviera comunicando al exportador en que puerto se tiene que embarcar la carga.
4. Ingresar los documentos que pida la embajada del país importador para legalizar las transacciones que se tengan entre los dos países, una vez realizado los pasos e ingresado los documentos la naviera entregara al exportador los B.L. (bill of Landing).

Documento que indica lo que contiene la carga, en descripción y en peso) el cual también tendra un costo por la prestación de este servicio. en los B.L. (bill of lading) estarán estipulados los datos tanto del exportador como del importador, sin dejar de lado la descripción de la mercadería con su respectivo número de booking y código del contenedor¹⁰.

¹⁰Nota: Los datos acerca del almacenamiento de los muebles, se receptaron gracias a las entrevistas con los ebanistas, mientras que la logística fue dada en parte por personales encargados del puerto de CONTECON y policías anti narcóticos.

5. Cuando una empresa comienza a exportar mercadería, es muy común que la carga sea seleccionada a una inspección antinarcóticos, esto consiste en la revisión total de la carga que se encuentra dentro de los contenedores
6. Posteriormente se incluye el número de booking (código de la carga), es decir, un código que representa todos los contenedores que serán enviados a un solo cliente. Dentro de la carta se especifica el código de cada contenedor que será inspeccionado.
7. Concluida la revisión total de los contenedores por la PNA (Policía Nacional Antinarcóticos) se procede a sellar el contenedor con los nuevos sellos, los que presentan una codificación que se deberá enviar vía mail al importador para informarle los tipos de seguros que lleva el contenedor.

El importador puede corroborar que el contenedor pasó por una inspección antinarcóticos confirmando que la mercadería no fue dañada ni maltratada.

4.8 Análisis FODA del gremio de artesanos productores de muebles de madera

El análisis FODA consiste en la evaluación de todas las ventajas y desventajas, internas y externas, los términos a derivar son: Fortalezas y debilidades, las cuales se representan a través de las características de la empresa, puesto que se pueden controlar y manipular mientras que las externas no cumplen con dichas cualidades, cuya interacción no se pueden manipular, más bien pueden crear una amenaza u oportunidades que afecten o favorezcan a la empresa.

Conociendo las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afecten la estabilidad de la empresa se puede preparar un plan de contingencia en el caso que ocurra algún siniestro y así poder combatirlo, o explotar en mayor medida las fortalezas de la empresa y corregir las debilidades.

Tabla: 4.1. Análisis FODA del artesano productor de muebles de madera en Guayaquil

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconocimiento y credibilidad a nivel nacional ▪ Materia prima disponible ▪ Costos moderados en la mano de obra ▪ Diversidad en la línea de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poco acceso a nivel tecnológico ▪ Dificultad para acceder créditos financieros ▪ Mano de obra aprendida empíricamente ▪ Inadaptabilidad a otro mercado.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demanda cambiante ▪ Plagio de Diseños tradicionales ▪ Daños en la materia prima que impidan la elaboración de muebles ▪ Precios más bajos de la competencia por costes de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Crecimiento constante en el gremio artesanal ▪ Demanda satisfactoria de los artesanos para la elaboración de los muebles ▪ Apoyo de las entidades políticas.

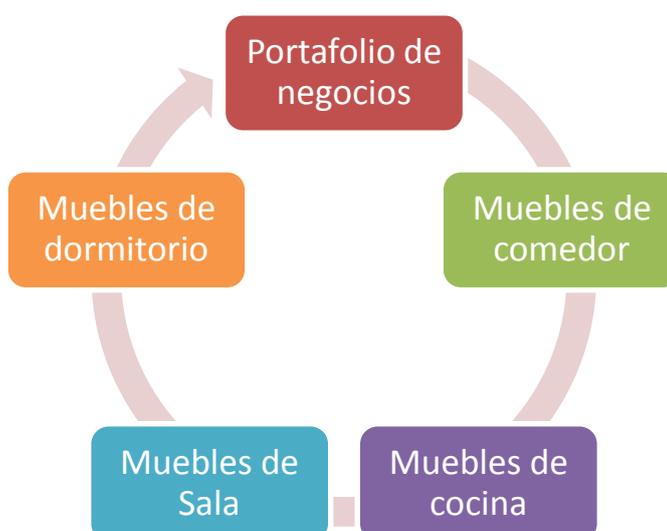
Fuente: Análisis FODA empresarial.

Elaborado por: Los Autores

4.9 Portafolio de Negocios

Los artesanos, para elaborar sus muebles necesitan como materia prima la madera, el producto se fabricará de acuerdo a su función con un tipo de madera específica, puesto que si el mueble debe sostener un gran peso, la madera en el proceso de ensamble y producción debe ser la adecuada para cumplir con el objetivo. En este caso se pueden utilizar: el roble, el cedro, la teca o guyacan

Grafico 4.2 Portafolios de Negocios



Elaborado por: Los Autores

La línea de muebles a ofrecer al mercado meta (Dubai) son:

- **Muebles de dormitorio**

El dormitorio es un sitio que debe ser acogedor y confortable para el descanso, los muebles que se ofrecerán están conformados por:

Camas de una a dos plazas

- Veladores
- Coquetas
- Cómodas

Imagen 4.1. Decoración muebles de dormitorio consumo Local



Fuente: www.luxuryfurnnitur.com
Elaborado por: Los Autores

Imagen 4.2. Decoración muebles de dormitorio consumo Internacional



Fuente: www.luxuryfurnnitur.com
Elaborado por: Los Autores

- **Muebles de Comedor**

El comedor debe ser un modelo sofisticado con un ambiente armónico para degustar de las comidas entre familia, los juegos de comedor estarán compuestos por varias sillas, las cuales tendrán un estilo sofisticado, moderno, rústico dependiendo de lo que busque el cliente. La mesa dependerá del número de sillas y del modelo a escoger.

Imagen 4.3. Decoración muebles de comedor consumo Local.



Fuente: www.luxuryfurnitur.com
Elaborado por: Los Autores

Imagen 4.4. Decoración muebles de comedor consumo Internacional.



Fuente: www.luxuryfurnitur.com
Elaborado por: Los Autores

- **Muebles de Sala**

La sala tendra diseños confortables que brindarán comodidad, estilo y un ambiente agradable a la familia o amigos que comparten un momento de júbilo. Los diseños a realizar serían elaborados con toques únicos y variados para llenar las exigencias del cliente.

Imagen 4.5. Decoración muebles de sala consumo local



Fuente: www.luxuryfurnnitur.com

Elaborado por: Los Autores

Imagen 4.6. Decoración muebles de sala consumo Internacional



Fuente: www.luxuryfurnnitur.com

Elaborado por: Los Autores

- **Muebles de cocina**

La cocina es un espacio diseñado para que las personas que utilizan este ambiente sientan placer a la hora de preparar sus alimentos, elaborando modelos y diseños exigidos por los clientes.

Imagen 4.7. Decoración muebles de cocina consumo local



Fuente: www.luxuryfurnnitur.com

Elaborado por: Los Autores

Imagen 4.8. Decoración muebles de cocina consumo local



Fuente: www.luxuryfurnnitur.com

Elaborado por: Los Autores

4.10 La comercialización y sus canales

La comercialización es el medio para trasladar un producto desde la fábrica hasta el consumidor final, sin dejar de lado la publicidad y los medios de pago. Los artesanos productores de los muebles de madera se han dado a conocer a través de sus propios diseños y con un marketing de boca en boca, el cual resulta ser más efectivo que las demás técnicas de publicidad ya que quienes hablan sobre el producto son los clientes y no la misma empresa.

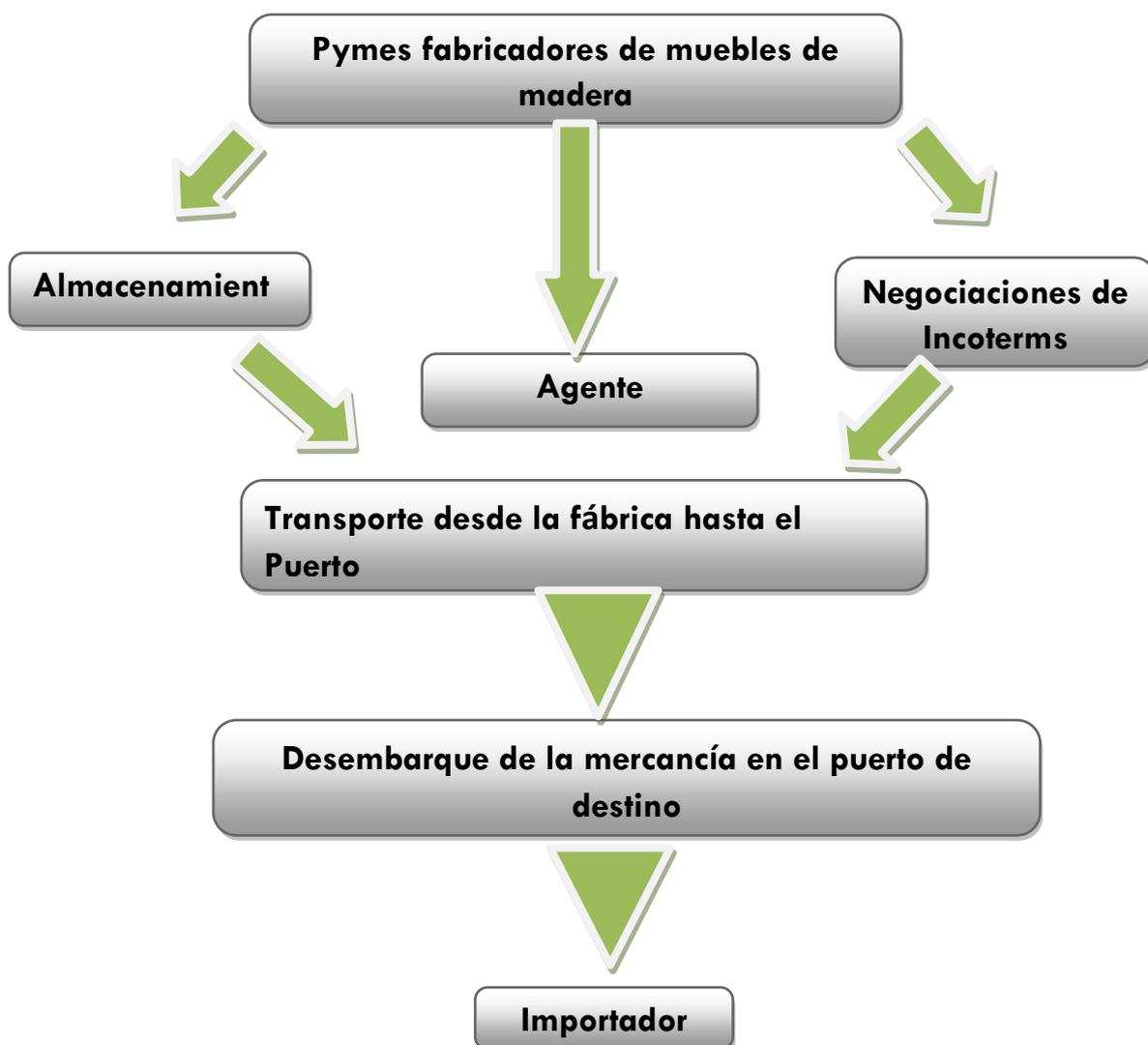
Esto se puede considerar una desventaja ya que no realizan inversiones necesarias para darse a conocer como empresa de fabricación de muebles, sin embargo no lo es porque estos negocios han venido incrementando a través de los años y la explicación lógica es el logro de la satisfacción de cada uno de sus clientes, es por esta razón el gran reconociendo que han adquirido.

Actualmente las grandes compañías productoras de muebles de madera se han convertido en amenazas porque afectan directamente las ventas de los artesanos ebanistas por los precios relativamente más altos, con diseños más exclusivos e innovadores, sin embargo, la ventaja con la que cuentan los artesanos guayaquileños es la comercialización de muebles ya que las ventas se realizan directamente desde sus pequeños negocios hacia el consumidor final, lo cual reduce costos de publicidad, comisiones, alquiler de locales etc.

4.10.1 Canales de comercialización

Los canales de distribución son una fuente de ayuda para la comercialización de los productos a exportar los cuales deberán tener un esquema establecido u orden que faciliten la llegada del producto hasta el consumidor final. Es por esta razón que se pretende explicar de una forma detallada cada uno de los pasos a seguir para obtener una buena comercialización a nivel local.

En el siguiente gráfico se puede observar cual es la ruta que designaran a los muebles terminados; como pasan por cada uno de los filtros de comercialización desde el fabricante hasta el consumidor que compra el mueble para su uso:

Grafico: 4.3 Proceso de los Canales de Comercialización

Fuente: Distribución y proceso de productos

Elaborado por: Los Autores

El consumidor final para los ebanistas fabricantes de muebles de madera será el importador de los EAU, ya que el primer paso para las pymes que se dediquen a este negocio es emprender en un mercado que le dé la relevancia necesaria a sus productos. Los términos del contrato se fijarán bajo los incoterms (contratos que dictaminan la responsabilidad entre exportador e importador) y el indicado sería Exworks donde el importador se encargaría del transporte desde la fábrica de origen hasta la empresa de destino, actualmente ya no se usa mucho este incoterm por lo cual los manejos de la negociación se fijarían en FOB (Free on board - libre a bordo) o en CIF (Cost insurance and freight - Costo seguro y flete).

Este esquema o diagrama de comercialización servirá para establecer mayor estabilidad en las distribuciones del producto al momento de formar el gremio de artesanos con la visión de querer emprender la exportación de muebles de madera al mercado de Dubai, siendo una herramienta fundamental para desplazar los productos hacia el lugar de destino con la única finalidad de que lleguen hasta el consumidor final.

4.11 Distribución física

A diferencia de los canales de comercialización la distribución física servirá para trasladar el producto terminado en este caso los muebles de madera desde la fábrica hasta los puertos de entrada del país al que se va a exportar, en este caso Dubai, con el fin de poder optimizar los costes al mínimo.

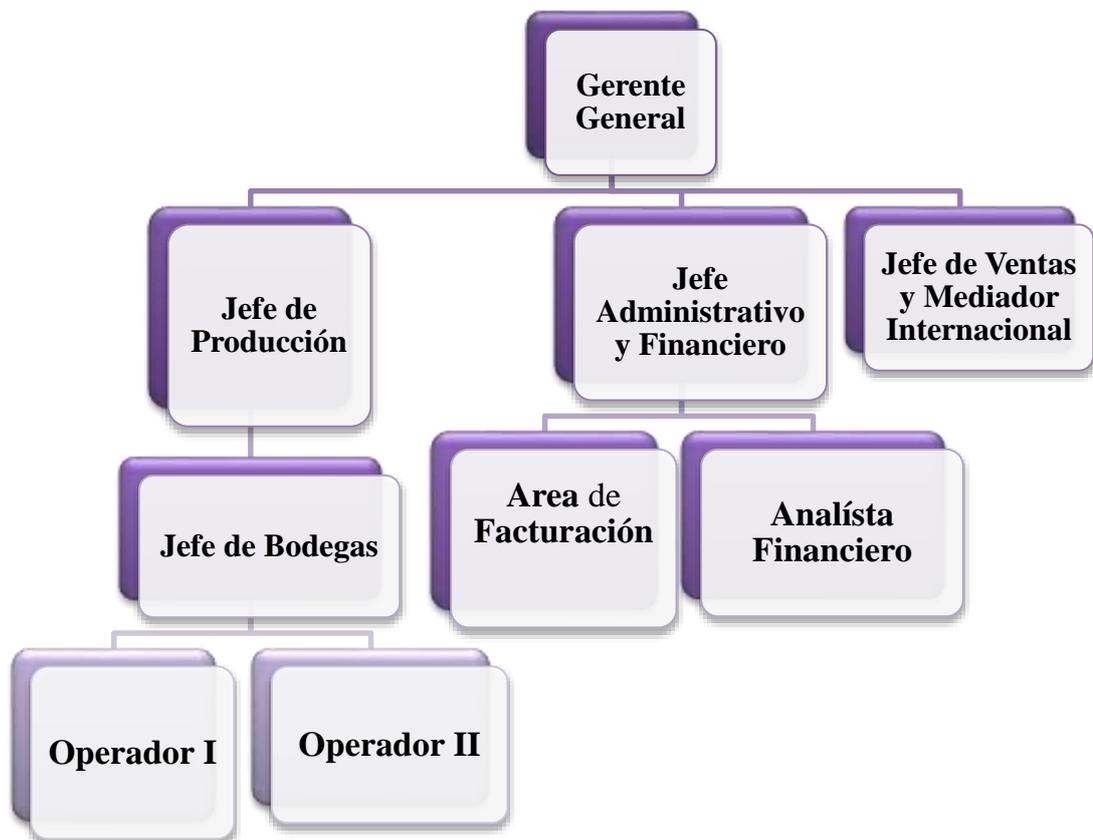
La distribución física cuenta con los siguientes ejes de comercialización:

- Inspección de calidad de cada producto en los almacenes de la fábrica;
- Empacamiento de los muebles dentro de los transportes directo al puerto;
- Transporte terrestre desde la fábrica al puerto de origen;
- Transporte marítimo encaminado al puerto de destino;
- Desembarque y desaduanización de la mercancía;
- Transporte desde el puerto de destino hasta la tienda o bodega del importador.

4.12 Organigrama

En este organigrama se detallada de forma específica la estructura necesaria para el negocio que se quiere emprender para las Pymes.

Gráfico: 4.4 Organigrama Empresarial



Elaborado por: Los Autores

4.13 Análisis de la oferta

En Guayaquil, la oferta de madera es constante, y no se ha visto afectada a lo largo de los años, puesto que el Ecuador tiene bosques reforestados, este es el motivo por el cual la tala de árboles no cesa en ningún momento, especialmente en los meses de octubre a diciembre donde se incrementa la producción de muebles, de acuerdo a los ebanistas, los cuales solicitan la madera para la elaboración de los muebles, no hay inconvenientes con la adquisición de materia prima, es decir que la oferta no ha sido afectada.

A pesar de que la demanda se halla incrementado, cierto número de ebanistas se han inclinado por utilizar un tipo de madera en especial, que la llaman la madera tropical, la cual es prefabricada y carece de imperfecciones, de esta forma es mucho más útil para trabajar, puesto que su manipulación es más sencilla y por ser de este tipo suele escasear por que la producción no abastece la demanda de esta madera y han habido inconvenientes al momento de pedirla puesto que la fabricación y distribución de la misma es más compleja que la madera natural.

4.14 Análisis de costos anuales

A continuación se presenta un esquema de costos de nómina y producción los cuales se realizaron bajo una proyección en base al aumento de la capacidad instalada al 100% de cada uno de los artesanos productores de muebles de madera, para la conformación del gremio se tomó en consideración un mínimo de 25 artesanos que aportaran a la empresa en capital monetario, maquinaria, e inversionistas que quieran aportar a este proyecto.

La realización del gremio de artesanos está directamente relacionada al trabajo en equipo que deberán formar, demostrando así la fuerza de producción ya no de manera individual sino más bien en mayor escala, de esto dependerá en gran medida que los costos suban o bajen. La organización y comunicación que se maneje dentro de la empresa será de crucial importancia para el desarrollo de la misma.

Tabla: 4.2. Nómina de análisis de costos anuales

Nómina de Ebanistas que pertenecen a la APMG		
<u>Gastos de administración</u>		
Presidente de gremio	\$	36.000,00
Vicepresidente del gremio	\$	24.000,00
Gerente financiero	\$	12.000,00
Gerente administrativo	\$	9.600,00
TOTAL Gastos de administración	\$	81.600,00
<u>Gastos Operativos</u>		
Patios de consolidación	\$	13.400,00
Agente de aduana	\$	8.000,00
Transporte	\$	5.000,00
Empacado	\$	2.000,00
Estibadores	\$	1.091,00
TOTAL Gastos operativos	\$	29.491,00
<u>Costo de producción</u>		
muebles de sala	\$	9.000,00
muebles de comedor	\$	15.000,00
muebles de dormitorio	\$	8.062,00
muebles de cocina	\$	3.800,00
TOTAL costo de producción	\$	35.862,00

Elaborado por: Los Autores

4.15 Análisis económico y financiero

Dentro del siguiente tema se presentaran los esquemas de los estados financieros que determinan la factibilidad del plan de negociación referente al estudio realizado al mercado objetivo. Se pretenderá iniciar este estudio en el segundo semestre del año. Este pronóstico se lo realizo mediante las expectativas que se obtendrá en el entorno del mercado de Dubai y se tomó como base a una de las mueblerías con gran volúmenes en ventas en los últimos años, Mueblerías Palito.

Las proyecciones que se desarrollan en los ejercicios financieros tienen como base un incremento del 3% anual debido a que la competencia en el mercado de Dubai es muy elevada, pero de la misma manera se espera alcanzar un incremento del 7% al año 2017. A continuación se presentan los estados financieros:

Tabla: 4.3. Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Inicial			
APGM S.A			
al 20 de febrero del 2015			
Activo		Pasivo	
Activo Corriente	\$ 129.000,00	Pasivo Corriente	\$ 112.300,00
Efectivo	\$ 40.000,00	Pasivo financiero	\$ 80.000,00
Activos Financieros	\$ 80.000,00	Pasivos por contrato de arrendamiento	\$ 5.000,00
Documentos y cuentas por Cobrar	\$ -	Documentos y cuentas por pagar	\$ -
Otras cuentas por cobrar	\$ -	Locales	\$ 25.000,00
Inventario de materia prima	\$ 3.000,00	Impuesto a la renta por pagar	\$ 1.500,00
Inventario de productos en procesos	\$ -	Beneficios de ley a empleados	\$ 800,00
Inventario de productos terminados	\$ -	Otros pasivos corrientes	\$ -
Servicios y pagos anticipados	\$ -	Pasivo no corriente	\$ -
Arriendos	\$ 5.000,00	Dividendos	\$ -
Anticipos a Proveedores	\$ -	Reserva	\$ 36.000,00
Otros anticipos entregados	\$ -	Reserva legal	\$ 18.000,00
Anticipo de impuesto a la renta	\$ -	Reserva de capital	\$ 18.000,00
Otros activos corrientes	\$ 1.000,00	Capital	\$ 40.000,00
Activos no corrientes	\$ 188.000,00	Capital sostenible	\$ 30.000,00
Propiedades planta y equipo	\$ 33.000,00	Aporte de socios	\$ 10.000,00
Terrenos	\$ 10.000,00	Total pasivo	\$ 188.300,00
Edificios	\$ -	Patrimonio Neto	\$ 128.700,00
Muebles y enseres	\$ 10.000,00		
Maquinarias y equipos	\$ 50.000,00	TOTAL	\$ 317.000,00
Equipos de computación	\$ 25.000,00		
Vehículos	\$ 60.000,00		
Depreciación	\$ -		
Activo Intangibles	\$ -		
Plusvalías	\$ -		
Marcas y patentes	\$ -		
Amortización	\$ -		
Otros Intangibles	\$ -		
TOTAL	\$ 317.000,00		

Elaborado por: Los Autores

Tabla: 4.4. Estado de Resultado Integral

Estado de Resultado		
APGM S.A		
al 20 de febrero del 2015		
Ingresos	\$	635.491,00
Costo de venta	\$	(146.953,00)
<u>Ganancia Bruta</u>	\$	488.538,00
Otros Ingresos	\$	60.000,00
Costos de distribución	\$	(30.000,00)
Gastos de administración	\$	(50.000,00)
Otros gastos	\$	(34.000,00)
Costos financieros	\$	(16.000,00)
<u>Ganancias antes de impuestos</u>	\$	418.538,00
Gastos por impuesto a las ganancias	\$	(92.078,36)
<u>Ganancias del año</u>	\$	326.459,64
Ganancia acumulada al comienzo del año	\$	-
<u>Utilidad o Perdida del ejercicio</u>	\$	326.459,64

Elaborado por: Los Autores

Tabla: 4.5. Estado de Flujo de Efectivo

Estado de flujo de efectivo – APM			
	Enero - Diciembre 2018	Enero - Diciembre 2017	Enero - Diciembre 2016
Utilidad o pérdida del ejercicio	\$ 359.791,17	\$ 336.253,43	\$ 326.459,64
Pagos a proveedores	\$ (15.329,00)	\$ (14.780,00)	\$ (14.560,00)
Pagos a cuentas de empleados	\$ (81.600,00)	\$ (81.600,00)	\$ (81.600,00)
Otros pagos de gastos de operación	\$ (18.630,00)	\$ (20.634,00)	\$ (29.491,00)
Flujo de Actividades de operación	\$ 244.232,17	\$ 219.239,43	\$ 200.808,64
Venta de propiedades planta de equipo	\$ 20.000,00	\$ -	\$ -
Compra de propiedades planta y equipo	\$ (23.000,00)	\$ (10.689,00)	\$ (33.000,00)
Compra de activos intangibles	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de actividades de inversión	\$ (3.000,00)	\$ (10.689,00)	\$ (33.000,00)
Pagos de prestamos	\$ (12.000,00)	\$ (12.000,00)	\$ (12.000,00)
Pago de arriendos	\$ (60.000,00)	\$ (60.000,00)	\$ (60.000,00)
Intereses Pagados	\$ (2.000,00)	\$ (2.000,00)	\$ (2.000,00)
Flujo de efectivo neto	\$ 167.232,17	\$ 134.550,43	\$ 93.808,64

Elaborado por: Los Autores

4.16 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este indicador necesita tener como referencia el Costo Capital Promedio Ponderado (CCPP) el cual hace referencia a una tasa de descuento que involucra las diferentes fuentes de financiamiento que aplicará la organización APMG. La tasa de descuento del costo capital promedio ponderado a considerar en este proyecto será del 10% el cual es el rendimiento mínimo que se puede exigir para la asociación.

Una vez establecida la tasa se procede a calcular el Valor Actual Neto (VAN). Con el VAN se obtiene el valor actualizado de todos los desembolsos de dinero efectuados durante los cinco años de proyecto.

La fórmula que se aplica es la siguiente:

$$VAN = \frac{f_1}{(1+i)} + \frac{f_2}{(1+i)^2} + \frac{f_3}{(1+i)^3} + \frac{f_4}{(1+i)^4} + \frac{f_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = \frac{(48,222.19)}{(1+0.10)} + \frac{26,189.12}{(1+0.10)^2} + \frac{38,440.75}{(1+0.10)^3} + \frac{93,308.19}{(1+0.10)^4} + \frac{165,559.34}{(1+0.10)^5} - 66,079.36$$

$$VAN = \$97.397,60$$

En este proyecto se obtuvo un VAN de \$97.397,60 con una tasa de descuento del 10% que constituye un valor positivo demostrando que este proyecto es rentable y se lo puede llevar a cabo con toda seguridad.

Al tener definido los flujos netos de caja se procede a evaluar la tasa interna de retorno de este proyecto, tomando en consideración los flujos del año cero hasta el quinto flujo neto. La tasa interna de retorno del proyecto es una parte clave para la decisión a tomar en la implementación del mismo. En este caso se ha obtenido una TIR de 32% lo cual demuestra que el proyecto es viable y que los inversionistas van a obtener utilidad desde el primer año del proyecto.

$$TIR \text{ DEL PROYECTO} = 32\%$$

4.17 Factibilidad del proyecto

Se considera factible este proyecto analizando los resultados positivos que se obtuvieron en cada uno de los estados financieros realizados. Una vez formada la asociación de artesanos para emprender la exportación de muebles de madera se podrá obtener una inversión inicial de \$ 317,000.000 para implementar las instalaciones de todo lo que requiere la producción de muebles de madera y posteriormente exportar al mercado objetivo Dubai.

También de toma en consideración el VAN, un valor positivo de \$97.397,60 dando como resultado una propuesta viable con una tasa de interés del 10%.

Creando seguridad en los artesanos que participen en dicho proyecto y en la unión del gremio APMG, otro de los factores importantes es la tasa interna de retorno del 32% lo cual demuestra que se puede obtener ganancia a partir del tercer año de implementación del proyecto.

Al tener un porcentaje del TIR mayor que el costo de capital promedio ponderado se concluye que el proyecto es rentable.

Tabla 4.7. Comparación de la TIR y CCPP

TIR		CCPP
32%	>	10%

Fuente: Investigación realizada por autoras de tesis, 2015

Elaborado por: Los Autores

Conclusiones

Con la recopilación de los datos de investigación se llegó a diferentes conclusiones:

1. Los muebles de madera elaborados en la ciudad de Guayaquil cuentan con una atracción visual interesante, y gracias a la mano de obra netamente artesanal que se utiliza, le da un valor agregado a la calidad que se ofrece en cada una de la venta de los muebles, lo que les da ventaja competitiva.
2. El mercado de Dubai es exigente en cuanto a la calidad de sus muebles, por lo tanto la producción guayaquileña debe tener registros de calidad iguales o superiores a los que existen dentro de este mercado.
3. La mano de obra ecuatoriana no es barata y encarece el producto, lo que hace poco competitivo al país con respecto a precios, Si se habla de precios, China es una gran competencia en cuanto a los países exportadores, porque cuenta con mano de obra barata, produciendo una desventaja para los muebles elaborados en la ciudad de Guayaquil.
4. Mediante la investigación que se ha realizado en este proyecto se pudo establecer que Dubai es un país muy atractivo para la exportación de muebles, en este mercado constantemente se realizan ferias de muebles para mostrar nuevos productos dando oportunidad a empresas emprendedoras, sin dejar de lado el fácil ingreso debido a que no existen barreras arancelarias que impidan el ingreso de los muebles de madera.

Recomendaciones

Como recomendaciones generales se ha tomado los puntos más importantes para el desarrollo de este proyecto:

1. Tras haber analizado el mercado de Dubai se concluye que es una ciudad que exige mucho a la calidad de los productos que ahí se comercializan. Para poder competir dentro de un mercado tan exigente se deberá de obtener el certificado ISO 9001, el cual ayudará a evitar posibles reclamos o hasta devoluciones del producto.
2. Algo fundamental para este proceso de comercialización internacional es la capacitación de los ebanistas que cuentan con microempresas en la ciudad de Guayaquil, los cuales no cuentan con los conocimientos suficientes para ingresar a un gremio de artesanos y poder maximizar beneficios, abriendo nuevas oportunidades de expansión del negocio, a través de las exportaciones
3. Las microempresas, debidamente legalizadas, podrán ingresar a la base de datos de Pro Ecuador para acceder a las capacitaciones gratuitas sobre logística y comercio exterior que ofrece esta institución. Además de brindar información acerca de los importadores que están solicitando este tipo de producto (muebles de madera de fino acabado).
4. Actualmente los micros empresas de artesanos ebanistas trabajan netamente con madera como tropical y Bernan Sánchez, la cuales son maderas que no cumplen con la calidad requerida para el mercado al que se quiere exportar, por lo cual deberían de usar maderas como: Teca, Cedro, Guayacán, Pino, Álamo.

Bibliografía

- Cáceres, E. J. (miercoles de agosto de 2014). Exportacion de Productos Terminados. (P. televisivo, Entrevistador)
- Camaras.org. (15 de Febrero de 2015). *Camaras*. Obtenido de Camaras: <http://www.camaras.org/comext/htdocs/listado.php?parent=9403>
- Campos, I. J. (martes de Abril de 2014). Exportaciones. (X. Rosero, Entrevistador)
- D.R, A. (2003). *Economia Internacional*. Bogotá: MCGRAW-HILL.
- Disfruta Dubai. (03 de Febrero de 2015). *Disfruta Dubai*. Obtenido de Disfruta Dubai: <http://www.disfrutadubai.com/historia>
- EXPANSION.COM. (26 de Noviembre de 2009). *EXPANSION*. Obtenido de EXPANSION: <http://www.expansion.com/2009/11/26/economia-politica/1259238673.html>
- Gormaz, F. (2012). *Proceso de Exportación*. Uruguay: INIA.
- Gugadir. (septiembre de 2012). Recursos naturales.
- Gutierrez, S. (2011). *Negocios Internacionales*. Barranquilla-Colombia: Universidad del Norte.
- Hecksher-Ohlin. (2003). *Economia Internacional*. Bogotá-Colombia: MCGRAW-HILL.
- ISO, S. (2008). *Normas Internacionales ISO 9001*. Panamá: Copyright.
- Jacome, E. (lunes de marzo de 2013). *Planificacion de la Investigacion*. Recuperado el jueves de abril de 2014, de Planificacion de la Investigacion: www.espoch.edu.ec
- Minervine. (2011). *Procesos de producción y Comercialización*. México: Mc. Graw Hill.
- Muñiz, R. (2012). *Marketing internacional*. España: Cambridgue.
- Procomer. (2013). *Marco Legal*. Quito-Ecuador: SABIA.

- ProEcuador. (julio de 2012). *ProEcuador*. Obtenido de ProEcuador:
<http://www.proecuador.gob.ec/en/institucional/oficinas/proecuador-international-offices/dubai/#>
- ProEcuador. (noviembre de 2012). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR:
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/PROEC_GC2012_EAU.pdf
- PROECUADOR. (noviembre de 2012). *PROECUADOR*. Obtenido de PROECUADOR: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/PROEC_GC2012_EAU.pdf
- Proecuador. (Noviembre de 2013). *Proecuador*. Obtenido de Proecuador:
<http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-logistico-de-emiratos-arabes-unidos-2013/>
- Proecuador. (2013). *Registros de control*. Guayasquil- Ecuador.
- Proecuador. (viernes de junio de 2014). *Proecuador*. Recuperado el martes de julio de 2014, de Proecuador:
<http://www.proecuador.gob.ec/en/2014/05/12/ecuador-y-dubai-firman-memorando-de-entendimiento/>
- Sampieri, H. (2006). *Metodologia de la Investigacion* . Nueva York : Mc Graw-Hill.
- SBS, S. I. (2011). *Crecimiento de la IED*. Bogotá- Colombia: Appleyard.
- Scribd. (2015). *Marco legal*.
- TRADEMAP. (2012). *Centro de Comercio Internacional*.
- UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. (15 de noviembre de 2013). *United Nations Development Programme*. Obtenido de United Nations Development Programme: <http://hdr.undp.org/en/content/education-index#>

ANEXOS



ANEXO 1

2. ENTREVISTA AL GERENTE DE COMERCIO EXTERIOR DE COLINEAL

Para esta tarea se realizó un dialogo con el Gerente de Comercio Exterior de Colineal Xavier Serrano quien nos proporcionó información muy importante acerca de sus exportaciones.

A continuación se presenta un extracto de la entrevista realizada vía telefónica desde Cuenca.

Preguntas:

1. ¿Cuáles son los factores que determinan los clientes al momento de realizar una compra?

Nos basamos básicamente en sus exigencias y los factores determinantes son: tendencia, calidad y garantía

2. ¿Cuántos juegos de muebles mensuales exportan?

No se puede hablar de juegos de muebles en sí, porque existen un sin número de ítems que se consideran en una exportación, pero Colineal exporta alrededor de 6 contenedores mensuales.

3. ¿A qué países exportan?

Se exporta a diferentes países como Panamá, Perú pero el principal es Estados Unidos de Norte América.

4. ¿Quiénes se encargan del despacho de la mercancía en puerto de origen?

Los diferentes agentes de carga naviera

5. ¿Cuentan con transporte propio o por contrato?

Por contrato

6. ¿Con que Incoterm se maneja en sus exportaciones y porque?

Nos manejamos con el FOB porque es el término más utilizado mundialmente, el cual permite que la compra y venta con el cliente se realice más fácilmente.

7. ¿Cuáles son los materiales que utilizan para empacar los muebles?

Se utiliza el cartón y la espuma

8. ¿Dónde consolidan la mercancía?

Nosotros no consolidamos la mercancía

9. ¿Cuáles son las normas ISO que utilizan?

Se utiliza la norma de calidad ISO 9001.¹¹

¹¹ Número telefónico al cual se localizó al entrevistado : 04 2 683640



ANEXO 2

2. ENTREVISTA AL PRESIDENTE DEL GREMIO DEL MERCADO ARTESANAL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.



Ing. Héctor Bolívar Chimbo Silva

Presidente del Gremio de Artesanos en el mercado artesanal

Para esta tarea se realizó un dialogo con el Presidente del gremio del Mercado Artesanal de la ciudad de Guayaquil quien nos proporcionó información muy importante acerca de los beneficios y actividades que realizan los artesanos.

A continuación se presenta un extracto de la entrevista realizada en uno de los mercados artesanales más grandes de la ciudad de Guayaquil.

Preguntas:

1. ¿Cuánto tiempo tiene dirigiendo grupos de artesanos en la ciudad de Guayaquil?

En la dirigencia cuento con aproximadamente 5 años pero en el 2009 nuevo tuve un alto pero solo por unos meses luego retome las responsabilidades.

2. ¿Cuáles son las diferentes actividades artesanales que se dan en este gremio?

Tenemos un sin número de actividades que realizan los artesanos en ellos utilizan la madera como principal materia, cuero, cerámica, barro, joyero (oro, plata etc...) y también se cuenta con talleres para la fabricación de los productos.

3. ¿Cuentan con alguna ayuda del gobierno?

No, no se recibe ninguna ayuda por parte del gobierno ni ahora ni antes

4. ¿En los últimos años como ve el desarrollo de los artesanos?

Recuerdo perfectamente que en el 2005 el desarrollo no era tan notable como ahora tanto en los productos como en la mano de obra de los artesanos, actualmente el desarrollo es muy notable en todo el país por la excelente calidad con la que se elaboran los productos y las capacitaciones que han recibido nuestros artesanos durante estos últimos años, entonces puedo decir que el desarrollo ha sido muy grande hasta la actualidad.

5. ¿Existen inconvenientes para el desarrollo de los productos? Cuáles son?

En realidad no existen inconvenientes pero si pequeñas disputas con algunos artesanos por la competitividad de calidad y precio del libre mercado, pero se está tratando de solucionar eso por el bien personal y de grupo.

6. ¿Cuáles son los meses potenciales para la venta de los productos?

Actualmente no existen meses potenciales ya que las ventas se realizan de forma variadas, los meses que más afectan la venta de los productos son diciembre, enero marzo por los tipos de regalos que dan las personas y los viajes que hacen, nuestro no es tan vendido

7. ¿Cómo gremio se sienten en la capacidad en exportar sus productos?

Lamentablemente no, antes se realizaban exportaciones ya las ventas que se realizan eran en sucre y eran valores muy altos, el dólar bajo el precio de nuestros productos, y otros mercados empezaron a exigir grandes cantidades de productos con excelente calidad a un tiempo muy corto es por esta razón que se dejó de exportar.

8. ¿Conoce cuales son los procedimientos para la exportación?

Si, ya que antes si se realizaban exportaciones.

9. ¿Los beneficios que reciben los artesanos como tal, llenan sus expectativas?

Nosotros no tenemos beneficios, se tiene un delegado en Quito el Sr. Quispe como representante de los artesanos ya por seis años pero se desea la salida de del no se ven mejorías con respecto al tema de los artesanos.

10. ¿Cómo gremio tienen un objetivos de ventas anuales? o mensuales? como se manejan al respecto?

Las ventas se realizan dependiendo de cada artesano con su negocio, eso depende de cada uno de ellos lo que si se supervisa y se trata de controlar es el producto.

11. ¿Cómo ven el mercado nacional? competitivo?

Nuestro mercado no siente la competencia ya que este mercado artesanal es uno de los mejores de América y uno de los más grandes y ordenados en esta ciudad.¹²

¹² Entrevista al presidente del gremio del mercado artesanal de la ciudad de Guayaquil.



ANEXO 3

3. ENTREVISTA A UN ARTESANO EBANISTA DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Para esta tarea se realizó un dialogo con el Ebanista David Roberto Espinosa quien nos proporcionó información muy importante en este campo.

A continuación se presenta un extracto de la entrevista realizada vía telefónica en la ciudad de Guayaquil.

Preguntas:

1. ¿Sabe el significado de exportación?

Claro que sí, es la venta de productos a otros países

2. ¿Le gustaría exportar sus muebles de madera a otros mercados?

Si, donde quiera que se pueda

3. ¿Usted pertenece al gremio de artesanos? ¿Cuáles son los beneficios de estar en un gremio?

No pertenezco a ningún gremio de artesanos

4. ¿Le gustaría pertenecer al gremio de artesanos?

Claro que si me gustaría

5. ¿Cuántos juegos de muebles realiza al mes?

Mínimo realizo entre 6 a 10 juegos de muebles al mes

6. ¿Qué tipo de muebles elabora para la venta?

Anaqueles, closets y camas.

7. ¿Qué tipo y qué cantidad de madera utiliza para la elaboración de los muebles?

El tipo de madera que uso es roble, cedro, laurel, tropical, y las cantidades que uso varían con el tipo de mueble que estoy realizando, pero mensualmente utilizo entre 80 tablas, 30 tablones, 46 Bernan Sánchez que es un tipo de madera fabricada

8. ¿Qué materiales utiliza para la elaboración de muebles?

Entre materiales y utensilios usamos es madera tornillos, goma, sellador, diluyente, laca, lija, waipe que es un trapo que se usa para quitar los excesos hecho de lana, además de las herramientas para elaborar los muebles.

9. ¿Cuál es el proceso para presentar un mueble terminado?

Lo primero que se hace es ordenar la madera para los muebles que están bajo pedido luego se corta la madera, se arma el mueble, se maquilla con masa para cubrir las imperfecciones de la madera, se lija, se sella, con diluyente, y al final se le pone la laca catalizada, para darle un pequeño brillo si el diseño lo requiere.

10. ¿Cuál es el tiempo estimado para la elaboración de un mueble?

Aproximadamente es de 2 a 3 días

11. ¿Cuántas personas intervienen para la elaboración de un mueble?

Para elaborar un juego de muebles se necesitan dos personas

12. ¿Cuenta con un establecimiento propio?

No, alquilo un espacio para elaborar los muebles que me cuesta 130 dólares aparte de la luz, que suele ser de 15 dólares la planilla.

13. ¿Cuenta con un transporte para la movilización de los muebles? ¿propio o alquilado?

El transporte lo tengo que alquilar y me cuesta entre 10 o 15

14. ¿Qué cree usted que lo hace diferente a la competencia?

A mi criterio serían los precios y la calidad del material de los muebles

15. ¿Cuál es su visión en un futuro?

Me veo expandido en las demás provincias del Ecuador

16. ¿La madera ha llegado a escasear?

No he tenido problemas cuando pido la madera, siempre hay, la única que se demora un poco en llegar es la tropical o también llamada Bernan Sánchez la cual es prefabricada

17. ¿Cuáles con los meses en los que más se vende muebles de madera?

Los meses que más se vende es octubre noviembre y diciembre ¹³

¹³ Dirección y número telefónico del entrevistado: Colombia y José Mascote- 0991126799



ANEXO 4

4. DISEÑO DE LA ENCUESTA- EBANISTAS

- Grupo encuestado: Ebanistas en la ciudad de Guayaquil con microempresa.
- Finalidad: Determinar el nivel de conocimientos que tienen los ebanistas de la ciudad de Guayaquil de los beneficios de legalizar su empresa, para la exportación de sus productos.



Encuestas a ebanistas en la ciudad de Guayaquil con microempresa

Tema: Estudio de Factibilidad y Propuesta de Plan de Negociación de Muebles de Madera con fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Objetivo General: Determinar el nivel de conocimientos que tienen los ebanistas de la ciudad de Guayaquil de los beneficios de legalizar su empresa, para la exportación de sus productos.

Autores: Xismara Rosero - Jonathan Guzmán

Tutor: Ing. Ramona Buzan

1.- ¿Cuántos juegos de muebles en madera produce al mes?

- 1 - 5
- 6 - 10
- 11 - 20
- 21 ó más

2.- ¿Qué promedio de muebles en madera vende al mes?

- 1 - 5
- 6 - 10
- 11 - 20
- 21 ó más

3.- ¿Marque con una X si está registrada de manera formal su empresa en los organismos de control?

SI

NO

- Gremio de Artesanos
- Súper Intendencia de
- Compañías
- SRI
- Súper Intendencia de
- Bancos
- IESS

4.- ¿Conoce los beneficios de pertenecer legalmente a un gremio de artesanos ?

SI

NO

Si responde negativo: Realizar la pregunta # 5

5.- ¿Le gustaría pertenecer legalmente al gremio de artesanos?

SI

NO

6.- ¿Cuales son los meses en que la materia prima es escasa?

Enero

Febrero

Marzo

abril

Mayo

Junio

Julio

Agosto

Septiembre

Octubre

Noviembre

Diciembre

7.- ¿Cómo resuelve los problemas de escasez de la materia prima?

Tiene mercadería en stock Paraliza la producción
 Importa Otros

8.- ¿Los muebles que produce a que mercado están dirigidos?

Local
 Nacional
 Internacional

9.- ¿Conoce usted el mercado de los Emiratos Árabes Unidos (Dubai)?

SI

NO

10.- ¿Conoce el proceso de una exportación?

SI

NO

11.- ¿Usted ha exportado sus productos al mercado Internacional?

SI

NO

Si responde positivo: Realizar la pregunta # 12

12.- En el siguiente listado marque con una X, el país al que ha exportado sus productos.

EEUU
 CHINA
 JAPON
 CANADA
 BRASIL

PERÚ
 COLOMBIA
 OTROS

13.- ¿Estaría interesado en exportar sus productos a otros mercados?

SI

NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

VALIDACIÓN DE ENCUESTAS

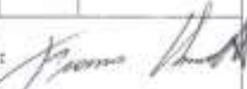
1. ESTRUCTURA DE ENCUESTAS A EBANISTAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de negociación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisa Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Cuestionario dirigido a ebanistas artesanos en la ciudad de Guayaquil con microempresa

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tiene el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento o P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: Francisco Herrera Profesión: Ingeniero Comercial Cargo: Docente Fecha: 14/Febrero/2014						Firma:  C.I. 0913523023		

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de negociación de muebles de madera con fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisca Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Cuestionario dirigido a ebanistas en la ciudad de Guayaquil con microempresa.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuáles preguntas tengo el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento O P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>David Navarro</i> Profesión: <i>Ingeniero</i> Cargo: <i>Jefe de Depto</i> Fecha: <i>18/02/2014</i>						Firma: <i>[Firma]</i> C.I. <i>0924767107</i>		

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de negociación de muebles de madera con fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisca Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Cuestionario dirigido a ebanistas en la ciudad de Guayaquil con microempresa.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tiene el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrument O P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	✓		✓				✓		
2	✓		✓				✓		
3	ENCUESTA 3.pdf		✓				✓		
4			✓				✓		
5	✓		✓				✓		
6	✓		✓				✓		
7	✓		✓				✓		
8	✓		✓				✓		
9	✓		✓				✓		
10	✓		✓				✓		
11	✓		✓				✓		
12	✓		✓				✓		
13	✓		✓				✓		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: Trúda Bachungu S Profesión: Lic. Marketing Cargo: Docente Fecha: Febrero 18 / 2014						Firma: fufBS C.I. 0912971397		

Observaciones
Generales _____

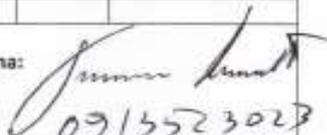
Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisa Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista a un artesano ebanista de la ciudad de Guayaquil.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrument		B) Calidad técnica y representativa				C) Lenguaje		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
14	/		/				/		
15	/		/				/		
16	/		/				/		
17	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: Francisco Herrera Profesión: Ingeniero Comercial Cargo: Docente Fecha: 05/Noviembre/2015						Firma:  C.I. 0915523023		

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisa Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista a un artesano ebanista de la ciudad de Guayaquil.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrument		B) Calidad técnica y representativa				C) Lenguaje		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
14	/		/				/		
15	/		/				/		
16	/		/				/		
17	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: Fátima Rodríguez S Profesión: Lic Mkt - MBA Cargo: Docente Fecha: Febrero 2015						Firma: <i>fufas</i> CI: 0912971397		

Observaciones
Generales _____

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisca Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista a un artesano ebanista de la ciudad de Guayaquil.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento O P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
12	/		/				/		
13	/		/				/		
14	/		/				/		
15	/		/				/		
16	/		/				/		
17	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Oswaldo Nante</i> Profesión: <i>Eng.</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>03/03/2015</i>						Firma:  C.I. <i>10524707207</i>		

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisca Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista al presidente del gremio del Mercado Artesanal de la ciudad de Guayaquil.

ITEM / preguntas (Cantidad es función de cuántas preguntas tengo el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento P= Pertinente NP= No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I= Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	✓		✓				✓		
2	✓		✓				✓		
3	✓		✓				✓		
4	✓		✓				✓		
5	✓		✓				✓		
6	✓		✓				✓		
7	✓		✓				✓		
8	✓		✓				✓		
9	✓		✓				✓		
10	✓		✓				✓		
11	✓		✓				✓		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Frida Bohórquez S</i> Profesión: <i>Lic. MKT. - HOR</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>Febrero 2015</i>						Firma: <i>[Firma]</i> C.I. <i>0912971391</i>		

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisca Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista al presidente del gremio del Mercado Artesanal de la ciudad de Guayaquil.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento C P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa D= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Donaldo Mamante</i> Profesión: <i>Ingeniero</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>3/03/2015</i>						Firma:  C.I. <i>0929709713</i>		

Observaciones
Generales _____

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisca Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: Entrevista al presidente del gremio del Mercado Artesanal de la ciudad de Guayaquil.

ITEM / preguntas (Cuentas en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la Investigación/Instrument		B) Calidad técnica y representativa				C) Lenguaje		OBSERVACIONES
	Investigación/Instrument						A= Adecuado I= Inadecuado		
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
10	/		/				/		
11	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR		Nombres: <i>Fronido Herrera</i> Profesión: <i>Ingeniero Comercial</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>05/Marzo/2015</i>				Firma: <i>[Firma]</i> C.I. <i>0713523023</i>			

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisa Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: . Entrevista al gerente de Comercio Exterior de Colineal.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/Instrument		B) Calidad técnica y representativa				C) Lenguaje		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR		Nombres: <i>Francisco Meinas</i> Profesión: <i>Ingeniero Comercial</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>05/Noviembre 2015</i>				Firma: <i>[Firma]</i> C.I. <i>0913573025</i>			

Observaciones
Generales _____

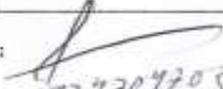
Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisca Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: . Entrevista al gerente de Comercio Exterior de Colineal.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tengo el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrumento O P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR		Nombres: <i>Osvaldo Navarrete</i> Profesión: <i>ing.</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>5/02/2015</i>				Firma:  C.I. <i>0929704203</i>			

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Tema de Tesis: Estudio de factibilidad y propuesta de plan de exportación de muebles de madera de fino acabado de Guayaquil para el mercado de Dubai.

Autor: Xismara Narcisca Rosero Ortiz- Jonathan Guzmán Ortega.

Nombre del Instrumento de recolección de datos: . Entrevista al gerente de Comercio Exterior de Colineal.

ITEM / preguntas (Cantidad en función de cuántas preguntas tenga el instrumento)	A) Correspondencia de las preguntas con los objetivos de la investigación/instrument o P= Pertinente NP = No pertinente		B) Calidad técnica y representativa O= Óptima B= Buena R= Regular D= Deficiente				C) Lenguaje A= Adecuado I = Inadecuado		OBSERVACIONES
	P	NP	O	B	R	D	A	I	
1	/		/				/		
2	/		/				/		
3	/		/				/		
4	/		/				/		
5	/		/				/		
6	/		/				/		
7	/		/				/		
8	/		/				/		
9	/		/				/		
DATOS DEL EVALUADOR	Nombres: <i>Frida Bohórquez S.</i> Profesión: <i>Lic. MKT. - MBA.</i> Cargo: <i>Docente</i> Fecha: <i>Febrero 2015</i>						Firma: <i>fubbs</i> C.I. <i>0912921397</i>		

Observaciones
Generales _____

Documento a ser mencionado en la tesis y colocado en Anexos