

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de: INGENIERO COMERCIAL E INGENIERA COMERCIAL CON
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

DISEÑO DE UN MECANISMO ASOCIATIVO PARA LA EXPORTACIÓN DE
BOLSOS DE TELA ELABORADOS ARTESANALMENTE EN OTAVALO HA-
CIA LOS ESTADOS UNIDOS

AUTORES:

ANDRÉS VICENTE GARCÍA VACAS
PAULINA DEL ROCIO VIVERO ESPINOSA

DIRECTOR:

SANTIAGO RAMÓN VALLADARES VASQUEZ

Quito, Mayo del 2015

DEDICATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE UNO DEL TRABAJO DE TITULACION

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

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

Quito, mayo 2015.

Paulina del Rocío Vivero Espinosa

1712412327

Andrés Vicente García Vacas

1713127809

DEDICATORIA

Dedicado a Dios por darme la fuerza para seguir, por enseñarme día a día a ser mejor y por perdonar todas mis faltas, a mis hijos Evan y Nicolás que son mi fuente de inspiración y superación, a mi esposo por el apoyo que me ha dado mientras cuidaba de mis hijos, a mi madre por sus constantes consejos y dedicación en hacerme una mujer de bien, a mis hermanos y mi gran familia que siempre me han apoyado en todo momento.

A mis maestros que en su momento me transmitieron sus conocimientos, a mi director de tesis Santiago Valladares por su dirección y apoyo constante.

A mis grandes amigos Betty, Esteban, Felipe, Mario, Ángel por sus palabras de aliento y sus consejos constantes para conseguir este reto.

A mi padre Bolivar que aunque ya no está sé que desde lejos me ha dado fuerza para lograr y concluir con mi carrera, que sé que fue uno de sus sueños y ahora lo estoy cumpliendo gracias a su ejemplo constante y dedicación en todo lo que hacía.

Nombre: Paulina del Rocío Vivero Espinosa

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad Politécnica Salesiana a la Magister Grace Moreano por su persistencia y apoyo para los estudiantes.

A mi director de tesis Santiago Valladares por su guía y enseñanzas en todo momento.

A todas las autoridades de la universidad y a Dios por darme un día más de vida.

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE UNO DEL TRABAJO DE TITULACION	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE D CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE FIGURAS	xi
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1	4
Antecedentes	4
1.1 Planteamiento del problema	4
1.2 Objetivos	6
1.3 Justificación	7
CAPÍTULO 2	10
Situación actual del cantón Otavalo	10
2.1 Análisis interno	10
2.1.1 Ubicación geográfica	10
2.1.2 Demografía	11
2.1.3 Situación socioeconómica	12
2.1.4 Situación cultural del grupo social	16
CAPÍTULO 3	22
MARCO TEÓRICO	22
3.1 Marco referencial	22
3.1.1 Asociatividad	22
3.1.2 Exportación artesanías	25
3.2 Marco Legal	37
3.3 Marco conceptual	40
CAPÍTULO 4	42
Marco metodológico	42
4.1 Metodología	42

4.1.1	Investigación Exploratoria.....	43
4.1.2	Investigación Descriptiva	43
4.1.3	Fuentes de Investigación	44
4.1.4	Técnicas de Investigación	45
CAPÍTULO 5	61
Propuesta	61
5.1	Propuesta de mecanismo asociativo	61
5.1.1	Título	61
5.1.2	Objetivos	61
5.2	Estudio de Mercado	62
5.2.1	Mercado del proyecto.....	62
5.2.2	Investigación de mercado.....	63
5.2.3	Identificación del Producto	64
5.2.4	Consumidor	68
5.2.5	Segmentación del mercado	68
5.2.6	Demanda	71
5.2.7	Estudio de la Oferta.....	76
5.2.8	Demanda Insatisfecha	79
5.2.9	Estrategias de Mercadeo	82
5.3	Estudio Técnico	87
5.3.1	Determinación del Tamaño del Proyecto.....	88
5.3.2	Capacidad Instalada	89
5.3.3	Capacidad Utilizada	90
5.3.4	Localización óptima del proyecto	92
5.3.5	Ingeniería del proyecto.....	97
5.3.6	Estudio Administrativo Legal de la Empresa Asociativa	101
5.4	Estudio Financiero.....	124
5.4.1	Presupuesto de inversión.....	124
5.4.2	Estructura de financiamiento.....	127
5.4.3	Presupuesto de operación.....	128
5.5	Estados Financieros	133
5.5.1	Estado de resultados proyectado	133
5.5.2	Flujo de Caja	135

5.5.3	Balance general proyectado	136
5.6	Evaluación Financiera	138
5.6.1	Criterios de evaluación.....	138
	CONCLUSIONES	147
	RECOMENDACIONES	149
	BIBLIOGRAFÍA	150
	Anexos	154
	Anexo 1 Titulo:	154
	Anexo 2 Titulo: Presupuesto para Creación Pagina Web	155
	Anexo 3 Titulo: Salarios Operativos.....	156
	Anexo 4 Titulo: Salarios Administrativos.....	157
	Anexo 5 Titulo: Salarios Ventas	158
	Anexo 6 Titulo: Financiamiento Del Proyecto	159
	Anexo 7 Titulo: Presupuesto De Ingresos Operativos Anuales.....	161
	Anexo 8 Titulo: Estado De Costos De Operación	162

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Demografía	12
Tabla 2. Población activa según ramas de actividades	12
Tabla 3. Dinámica económica cantonal	14
Tabla 4. Concentración del comercio en días ordinarios y días de ferias	20
Tabla 5. Tipos de asociatividad.....	24
Tabla 6. Descripción de productos y elaborados del sector artesanías	26
Tabla 7. Evolución de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanías.....	27
Tabla 8. Principales exportaciones ecuatorianas por grupos de productos	29
Tabla 9. Principales destinos de los productos del sector artesanías	31
Tabla 10. Principales importaciones mundiales de productos del sector artesanías	33
Tabla 11. Principales exportadores de América Latina y el Caribe del sector artesanías durante el año 2011.....	35
Tabla 12. Indicadores.....	47
Tabla 13. Frecuencia.....	50
Tabla 14. Género.....	50
Tabla 15. Nivel de estudios.....	51
Tabla 16. Nivel de estudios según género.....	51
Tabla 17. Nivel de estudios según edad.....	52
Tabla 18. Edad	52
Tabla 19. Artesanías.....	53
Tabla 20. Frecuencia de producción de bolsos de tela.....	53
Tabla 21. Cantidad de bolsos de tela elaborados mensualmente	54
Tabla 22. Sector de producción en Otavalo	55
Tabla 23. Costo de producción por unidad de bolso de tela	55
Tabla 24. Lugares de comercialización de los bolsos de tela	56
Tabla 25. Forma de comercialización de bolsos de tela.....	57
Tabla 26. Precio de Venta de los bolsos de tela.....	58
Tabla 27. Forma parte de alguna asociación de productores o comercializadores	59
Tabla 28. Gusto de pertenecer a alguna asociación que le permita mejorar la comercialización de sus artesanías.....	59
Tabla 29. Datos de interés de los Estados Unidos	62
Tabla 30. Ciudades de Estados Unidos.....	63
Tabla 31. Variable Demográfica.....	69
Tabla 32. Variable Psicográfica.....	69
Tabla 33. Variable Conductual	70

Tabla 34. Porcentaje de mujeres que viven en Nueva York en edades Comprendida entre los 19 y 64 años	70
Tabla 35. Producción, importación y exportación de bolsos y Carteras en el mercado estadounidense	71
Tabla 36. Proyección de la producción de carteras y bolsos en los Estados Unidos	73
Tabla 37. Proyección de la importación de carteras y bolsos hacia los Estados Unidos	74
Tabla 38. Proyección de la exportación de carteras y bolsos desde los Estados Unidos	74
Tabla 39. Proyección de consumo aparente de bolsos y carteras en los Estados Unidos	74
Tabla 40. Demanda Futura.....	76
Tabla 41. Principales exportadores de carteras a los Estados Unidos.....	78
Tabla 42. Oferta Futura.....	79
Tabla 43. Exportación de carteras en la ciudad de Nueva York (dólares)	79
Tabla 44. Producción propuesta de bolsos de tela elaborados artesanalmente	80
Tabla 45. Proyección de la demanda insatisfecha.....	81
Tabla 46. Estrategias Genéricas	83
Tabla 47. Ferias y Eventos en Estados Unidos	86
Tabla 48. Gastos de Publicidad y Promoción	87
Tabla 49. Capacidad Instalada	90
Tabla 50. Capacidad Instalada por cajas y peso.....	90
Tabla 51. Evaluación de la Macro localización	93
Tabla 52. Evaluación de la Micro localización.....	96
Tabla 53. Adecuaciones y Arreglo de Planta.....	98
Tabla 54. Maquinaria y Equipo.....	99
Tabla 55. Equipos Y Computación	99
Tabla 56. Equipos de Oficina.....	100
Tabla 57. Muebles y Enseres	100
Tabla 58. Vehículo.....	100
Tabla 59. Gastos Pre Operativos.....	102
Tabla 60. Recursos Humanos	104
Tabla 61. Área operativa.....	105
Tabla 62. Presupuesto de Mano de Obra Indirecta	105
Tabla 63.Resultados	105
Tabla 64. Presupuesto de material de exportación.....	107
Tabla 65.Presupuesto anual de material exportable.....	107
Tabla 66. Presupuesto de materiales indirectos	107
Tabla 67. Presupuesto anual de materiales indirectos.....	108

Tabla 68. Detalles costos de exportación.....	119
Tabla 69. Servicios Básicos	120
Tabla 70. Suministros De Aseo.....	120
Tabla 71. Equipos de Seguridad Industrial	121
Tabla 72. Reparación y Mantenimiento Maquinaria y Equipo	121
Tabla 73. Seguro Planta Maquinaria y Equipo	121
Tabla 74. Mantenimiento y Reparación Planta	122
Tabla 75. Arriendo Comercializadora.....	122
Tabla 76. Equipos Contra Incendios	122
Tabla 77. Teléfono e Internet.....	123
Tabla 78. Suministros de Oficina.....	123
Tabla 79. Mantenimiento y Combustible Vehículo	123
Tabla 80. Cuadro de Depreciaciones	124
Tabla 81. Activos Fijos	125
Tabla 82. Capital de Trabajo.....	126
Tabla 83. Resumen Capital de Trabajo	126
Tabla 84. Inversión Inicial del Proyecto	126
Tabla 85. Financiamiento Inversión Inicial	127
Tabla 86. Pago Capital e Interés	128
Tabla 87. Proyección de Ingresos	128
Tabla 88. Proyección de Ingresos en Unidades de Carteras Vendidas	129
Tabla 89. Monto Cajas y Número de Unidades Vendidas en peso.....	129
Tabla 90. Costos De Producción.....	131
Tabla 91. Costo Unitario Del Producto Exportado	133
Tabla 92. Estado de Pérdidas y Ganancias	134
Tabla 93. Flujo de caja proyectado con financiamiento	135
Tabla 94. Flujo de Caja proyectado sin financiamiento.....	136
Tabla 95. Balance General Proyectado	137
Tabla 96. Cálculo de la Tasa de Descuento con Financiamiento.....	139
Tabla 97. Cálculo de la tasa de descuento sin financiamiento	140
Tabla 98. Cálculo del Valor Actual Neto con financiamiento	141
Tabla 99. Cálculo del valor actual neto sin financiamiento	142
Tabla 100. Cálculo Tasa Interna de Retorno con financiamiento	143
Tabla 101. Cálculo Tasa Interna de Retorno sin financiamiento	144
Tabla 102. Cálculo de la relación beneficio costo	145
Tabla 103. Periodo Recuperación Inversión	146

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.Ubicación del cantón Otavalo.....	10
Figura 2.Organización Terriotorial de Otavalo.....	11
Figura 3.Demografía de Otavalo.....	12
Figura 4.Población Activa.....	13
Figura 5.Dinámica Económica.:.....	14
Figura 6.Concentración producción.....	17
Figura 7: Puntos de Distribución.....	21
Figura 8:Evaluación de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanías.....	28
Figura 9: Principales exportaciones ecuatorianas.....	30
Figura 10: Principales destinos de los productos del sector artesanías.....	32
Figura 11: Principales importadores mundiales de productos del sector artesanías..	34
Figura 12: Principales exportadores de América Latina y el Caribe del sector artesanías.....	36
Figura 13.,Mapa de Macro Localización.....	93
Figura 14. tamaño y capacidad.....	98
Figura 15. Organigrama Funcional.....	103
Figura 16. Fuente:.....	111
Figura 17. Intervinientes.....	115
Figura 18. Registro de exportador.....	118

RESUMEN

Con la finalidad de presentar una investigación que aporte al crecimiento comercial del cantón de Otavalo y palpando con vivencias y experiencias de los productores la gran oportunidad de comercializar los bolsos de tela elaborados artesanalmente bajo un concepto asociativo, se decidió crear un mecanismo que permita a la comunidad tener un beneficio común y apoyar al crecimiento económico de toda la población.

Resulta difícil creer que aunque la cultura de los productores artesanales de Otavalo desde sus inicios aprendieron del negocio familiar conjuntamente con sus padres a través del apoyo de sus integrantes como una sociedad pequeña, en la actualidad quererlo hacer con más personas les ha resultado difícil, por lo que ese sentimiento de recelo de compartir información o de desconfianza no ha logrado visualizar la gran oportunidad de exportar sus productos a gran escala y se han conformado con que los intermediarios se lleven la mayoría de las ganancias al comercializar sus artesanías en el exterior o que muy pocos decidan tomar la iniciativa y logren exportar en menor escala, con menos ganancias y en la mayoría de los casos dejando a sus familias para incursionar en el mercado extranjero.

Con estas consideración el mecanismo asociativo para la exportación de bolsos de tela elaborados artesanalmente en Otavalo hacia los Estados Unidos, a generado una fuente importante de información para los productores del cantón, considerando que cuentan con la mano de obra calificada, el conocimiento del producto, materia prima de primera, donde el poder de asociarse a demostrado que las ganancias en su comercialización a gran escala da como resultado una posición competitiva para la comunidad con crecimientos importantes en su economía.

ABSTRACT

With the finality to present an investigation that input to the commercial grow of the canton Otavalo and feel with the experiences and knowledge of the producers the great opportunity to commercialize the fabric handbags handmade under a partnership concept we decide to create a mechanism that permits to the community to have a common benefit and to support the economic grow of the all population.

It results difficult to believe that the culture of the artisanal producers of Otavalo in their beginnings, they learn the familiar business with their parents through the support of its members as a little society. In the actually they want to make it with another people but it has been difficult to them, that felling of suspicion to share their knowledge has failed to see the opportunity to export their products to a big scale and they conform to the intermediates to take away the earnings by marketing their crafts outside, and others take the risk to commercialized for themselves but a small scale and with a small earning in the most of the cases leaving their families.

With this consideration the associative mechanism to export fabric handbags handmade artisanal in Otavalo to the Unites States generated an important information to the producers of the canton, considering that they counts with the skilled labor, the knowledge of the product, raw material, where the power associative shows that the earnings in the commercialization a big scale results with a competitive position for the community with an important grow of their economy.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador cuenta con muchos productos artesanales que identifica a cada una de sus regiones y demuestra las habilidades de sus artesanos, para plasmar su imaginación y creatividad, la producción artesanal se transforma en una de las representaciones fundamentales que son dadas a conocer por intermedio del comercio y la exportación de distinta maneras, la primera por las exportaciones a gran escala hacia otros países con el fin de aumentar el mercado, la segunda a través de intermediarios que realizan en mismo proceso pero con grandes ganancias y la tercera es realizar el comercio bajo la venta directa en las mismas localidades de los productores.

Considerando lo antes mencionado el presente estudio quiere dar un apoyo a las comunidades logrando asociarse, con el fin de fomentar al desarrollo y productividad de las zonas, es ahí donde nace el nombre “Diseño de un mecanismo asociativo para la exportación de bolsos de tela elaborados artesanalmente en Otavalo hacia los Estados Unidos”, fue realizado en base a una investigación netamente de campo, ya que se lo hizo en la ciudad de Otavalo bajo sus vivencias y realidades actuales de los productores de artesanías, principalmente enfocados en la elaboración de bolsos como fuente principal de ingresos económicos, así como también conversaciones y entrevistas a los representantes y autoridades de la ciudad que están encaminados al desarrollo sostenido de esta actividad, con el fin de ofrecer una fuente de información para la elaboración del mecanismo asociativo que fortalecerá la unión de pequeños y grandes productores con el fin de la prosperidad de la comunidad.

El estudio contiene aspectos que se presentan en cinco capítulos:

En el primer capítulo esta detallado el planteamiento del problema, donde se logra identificar la necesidad de crear el mecanismo asociativo para los productores de la ciudad de Otavalo y considerar que los objetivos para el incremento de los ingresos de la comunidad y mejorar la calidad de vida está en base al apoyo social y solidario de los integrantes de la asociación y su justificación dada por el incremental de exportaciones de bolsos como de otros productos gracias a la información y capacitación al tema.

El segundo capítulo se evidencia a través del estudio de la situación actual del cantón de Otavalo el crecimiento importante desde el año 2014 del comercio y la industria,

donde aunque se hayan creado algunas organizaciones para mejorar las posibilidades de realizar el comercio con una mentalidad más comercial y de asociación aún no se logra conseguir un crecimiento importante por la falta de credibilidad o de capacitación constante por parte de las autoridades, es ahí donde se evidencia la oportunidad de lograr un proyecto de asociatividad que beneficie al crecimiento acelerado del comercio a través de un mecanismo que otorgue información completa de lo requerido y permita la inclusión de todos los sectores de la comunidad para su propio beneficio y del cantón.

El tercer capítulo habla del marco referencial donde se habla de la asociatividad como parte teórica y práctica como una herramienta que permite alcanzar la sustentabilidad administrativa y financiera para el desarrollo sostenible de un grupo de personas, adicional sus beneficios por realizar la producción a escala, el aprendizaje continuo, el aumento del poder de negociación y la accesibilidad al manejo de la información de mercado.

Adicional se obtiene información referente al mercado objetivo que por tratarse de este proyecto es Estados Unidos como país principal y se desglosa en ciudades importantes, logrando buscar el mejor mercado para la exportación de los bolsos de tela llegando a la conclusión que será Nueva York el país con mayor oportunidad de ofrecer y comercializar el producto.

El capítulo cuarto corresponde al marco metodológico que consiste en recaudar información del sector de Otavalo y posterior procesamiento de los datos para su análisis y obtención de resultados de los diferentes productores Otavaleños.

La investigación se fundamenta en el método deductivo donde el razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares, adicional se utiliza como herramienta el cuestionario que bajo un número de preguntas necesarias se consigue la información requerida para alcanzar el objetivo de la investigación. Tanto la investigación exploratoria como la descriptiva y las técnicas de investigación facilitan el desarrollo de este proyecto con el conocimiento del problema de estudio y su información facilite a la toma de decisiones.

El último capítulo es una propuesta del mecanismo asociativo donde la posibilidad de acceder a mercados internacionales reduce los costos de transacción, mejora los

procesos, crea diversificación, mejora la calidad, reduce los tiempos y mejora los precios, se diseñan las mejores estrategias para un fortalecimiento organizacional y comercial de los productores Otavaleños.

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES

1.1 Planteamiento del problema

La presente investigación promueve una oportunidad para los artesanos productores en comercializar sus artesanías directamente al mercado extranjero, a través del desarrollo de un mecanismo que asocie a los productores para estar capacitados continuamente, tomar decisiones, llegar a consensos, determinar los procedimientos con el fin que estén preparados para poder vender sus productos en el exterior a través de las exportaciones, poder mejorar sus ingresos, la calidad de vida de los artesanos y en general a toda la población.

- **Análisis de situación**

Las principales problemáticas encontradas, tomando como referencia el grado de importancia en la actividad artesanal se resumen en:

- No existe una entidad o asociación que beneficie a los artesanos de Otavalo de una manera equitativa a todos los productores de artesanías.
- Falta de conocimiento sobre temas de exportación, normas, reglamentos, procesos.
- Incapacidad de producción en grandes cantidades para la exportación de sus artesanías.
- Existen intermediarios que realizan el proceso de exportación generando la mayor parte de las ganancias en su beneficio en lugar de que los artesanos sean los que perciban estos réditos de una manera colectiva.
- Existen barreras como el idioma al momento de negociar con los compradores extranjeros.

- **Problema de la investigación**

El principal problema de esta manufactura es la dificultad de los artesanos productores en comercializar sus productos, ya que tienen muy poca capacidad y conocimiento para llegar al mercado extranjero, no saben cómo iniciar un proceso de exportación con toda la información necesaria para hacerlo.

- **Principales causas o subproblemas:**

- Cuando se crearon varias asociaciones en Otavalo como la UNAIMCO, se concentraron en el beneficio individual de un grupo más no en el beneficio colectivo.
- No existe un modelo que hable sobre los mecanismos, procesos de exportación y capacitación constante.
- Los artesanos no tienen fuentes de financiamiento para generar niveles de producción suficientes para la exportación.
- No existe un modelo de mejoramiento de la calidad en los procesos e innovación.

- **Efectos o consecuencias:**

- La falta de trabajo colectivo por parte de estas personas ha generado la desconfianza de estos artesanos productores.
- Que los artesanos no se preocupen o no se interesen en la exportación de sus artesanías ya que no cuentan con un manual de procesos que le brinde información de cómo hacerlo.

- Los artesanos se mantienen trabajando de la misma manera con sus propios ingresos y del resultado de sus ventas seguir produciendo más, ellos desconocen las fuentes de financiamiento que les permita mejorar sus niveles de producción a mayor escala.
- Mantiene su producción bajo el mismo esquema siempre, mismos colores, mismos modelos y su venta se ve estancada porque no pueden competir, no cuentan con un ente que se encargue de dar capacitación sobre el mejoramiento de la calidad e innovar su producción, siempre siguen la misma temática y es monótono.

1.2 Objetivos

Objetivo general

- Diseñar un mecanismo asociativo de exportación con beneficio común, para los artesanos de Otavalo productores de bolsos de tela, que permita a la comunidad incrementar sus ingresos y mejorar su calidad de vida dando un enfoque económico, social y solidario.

Objetivos específicos

- Analizar la situación actual del cantón Otavalo con el fin de conocer su condición en aspectos sociales, económicos y productivos.
- Investigar la fundamentación teórica ligada a los procesos de construcción de mecanismos de asociatividad.
- Ejecutar la investigación de campo que permita captar información de fuentes primarias que sustente la formulación de la propuesta del modelo asociativo para los productores de bolsos de tela en el cantón Otavalo.
- Formular la propuesta de generación del modelo asociativo con la verificación de la viabilidad comercial, técnica, mercado y financiera en base a los parámetros establecidos en la investigación.

1.3 Justificación

Otavallo es un cantón de la provincia de Imbabura en donde sus habitantes principalmente indígenas tienen mucha habilidad en las manos, que dependiendo de su imaginación, materia prima como la lana, madera, semillas y casi cualquier otro material lo convierten en artesanías para su comercialización.

A principios de la época colonial, uno de los principales productos para el intercambio comercial fue el algodón, mismo que se comercializaba entre diferentes familias de una misma población e incluso migraban hacia la ciudad de Quito, con esta actividad, convertía a los traficantes o mundanales Otavalos en prósperos comerciantes, es posible que éstas expliquen, en parte, la prosperidad del grupo Otavallo en el aspecto comercial.

Durante la colonia la producción artesanal fue organizada por los colonizadores en los llamados obrajes, que eran fábricas con sistemas productivos europeos y utilizaban la mano de obra indígena de formas esclavistas o semiesclavistas. Estos sistemas fueron originados para cubrir el pago de tributos a la Corona.

Sobre la historia reciente del pueblo Otavallo es importante resaltar que en 1920, surgen las primeras familias que viajan a Colombia, Perú y Chile con artesanías. Entre los años 1950 y 1970 se hacen más frecuentes los viajes de comercio y venta de artesanías a Europa y Estados Unidos.

En los últimos 30 años, Otavallo se ha convertido en un punto turístico y comercial que recibe a diario a miles de visitantes del mundo entero, ya que en esta ciudad está ubicada la mayor feria artesanal de Sudamérica, el famoso Mercado de Ponchos en una plaza donde expenden cantidad de textiles, variadas prendas artesanas, joyas, instrumentos musicales así como también piezas de arte.

Para un grupo de comerciantes Otavaleños a pesar de que no han terminado su educación primaria, no fue barrera negociar más de medio millón de dólares en un día de feria, por estas y más razones los Otavaleños se han convertido en el grupo étnico más próspero de Latinoamérica.

Es muy común que desde pequeños los indígenas Otavaleños aprendan del negocio familiar conjuntamente con sus padres.

Los textiles y artesanías de Otavalo están en un constante proceso de innovación y acordes a las tendencias mundiales cuyo enfoque folklórico y característico de su cultura predomina en cada uno de sus artículos, en Otavalo se mantiene las líneas clásicas, sin embargo constantemente deben estar cambiando y transformando sin perder el estilo autóctono.

La relación negocio -artesanía es el fundamento de la cultura Otavaleña, por eso es común ver a indígenas Otavaleños en cualquier parte del mundo con su mercadería en brazos o participando de ferias artesanales organizadas en diferentes lugares del mundo, esto demarca su gran habilidad como comerciantes y han organizado su negocio únicamente a través de redes familiares lo cual responde a prácticas culturales ancestrales que se denominaban mingas.

La emigración para el comercio es algo cotidiano, especialmente dentro de las culturas Otavaleñas, puesto que han tenido que sacrificar el vínculo familiar (esposa e hijos) para incursionar en mercados extranjeros (España, Italia, Estados Unidos, etc.) y dar a conocer las riquezas artesanales que ofrecen, sin embargo este desprendimiento familiar viene atado a situaciones de sobrevivencia precarias en países lejanos, ya que no siempre encuentran un lugar en donde vivir (alojamiento) y/o una alimentación adecuada, hasta poder estabilizarse económicamente allá, para enviar remesas a sus familias.

En el año 1999, el Ecuador sufrió una crisis económica que condujo al cambio de moneda, este proceso de dolarización consecuentemente afectó drásticamente al comercio artesanal especialmente, ya que la materia prima para transformación del producto terminado se compraba en dólares y el producto terminado se expendía en dólares también, lo cual el margen de rentabilidad fue mucho menor a lo esperado y los costos de fabricación y comercialización no se alcanzaban a cubrir con estos ingresos, a esto se sumaron ciertas deudas que adquirieron anteriormente para el flujo de su negocio.

La dolarización condujo a que los productos pierdan competitividad frente a otros similares que se fabrican en América Latina lo que influye en un proceso de introducción de productos de otras regiones andinas.

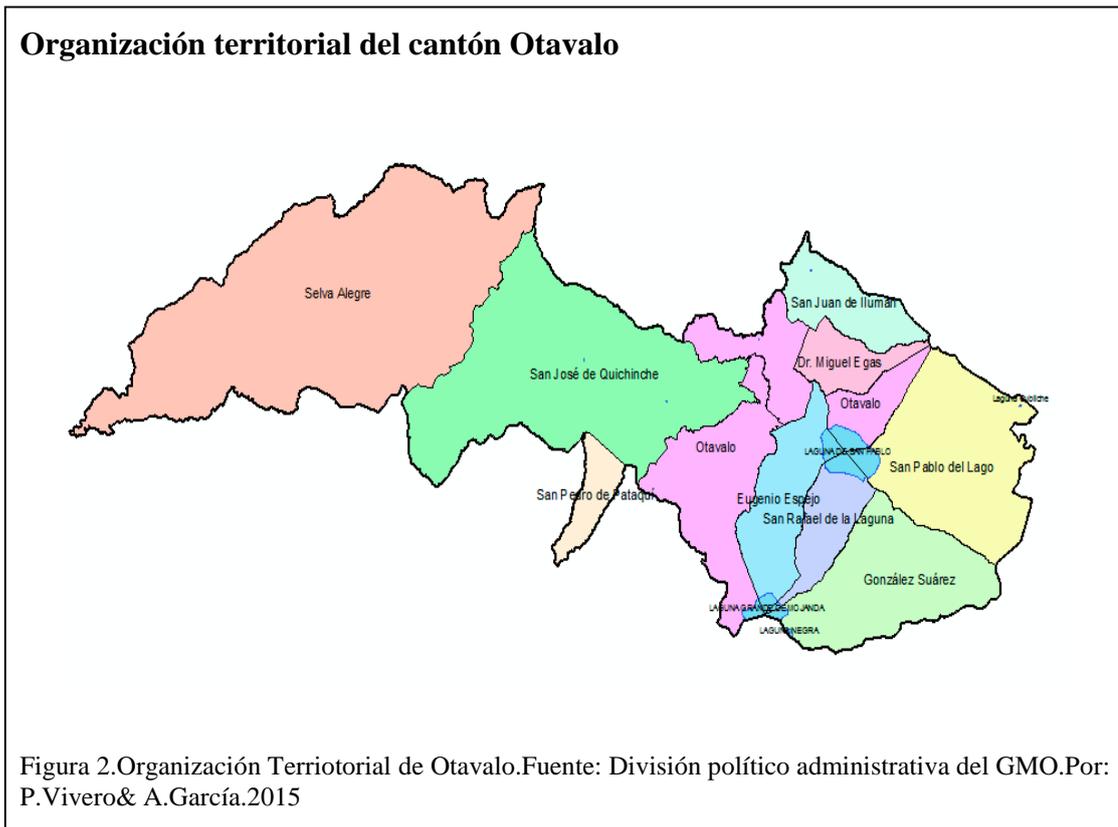
El comercio en el Ecuador y en el resto de países del mundo, es uno de los factores fundamentales que ha permitido dinamizar la economía de un país y a la vez dar a conocer ciertos productos, servicios, así como también tradiciones y culturas con los que cuentan cada una de las regiones que conforman nuestro país.

Es por ello que es imprescindible contribuir a la protección y fomento de las artesanías, encaminar esta actividad a elevar las condiciones naturales de vida de los hacedores de las mismas y lograr afianzar esta actividad como una fuente importante para la obtención de recursos económicos.

El presente estudio “Diseño de un mecanismo asociativo para la exportación de bolsos de tela elaborados artesanalmente en Otavalo hacia los Estados Unidos”, promueve una alternativa para realizar un mecanismo asociativo de exportación directo para este grupo de artesanos por medio de una asociación de beneficio común.

- **División política administrativa**

El cantón Otavalo está integrado por la ciudad del mismo nombre y por once parroquias: dos urbanas y nueve rurales. Las parroquias rurales son: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael, San Juan de Ilumán, Dr. Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre. (Fig. 2)



2.1.2 Demografía

Según el quinto censo de población del INEC de 1990, el cantón Otavalo tenía una población de 74.532 habitantes, para el censo del 2001 la población se incrementó a 90.188 habitantes y para el censo 2010 esta aumentó a 104.874 habitantes de los cuales el 48.10% son población masculina y el 51.9 % son población femenina.

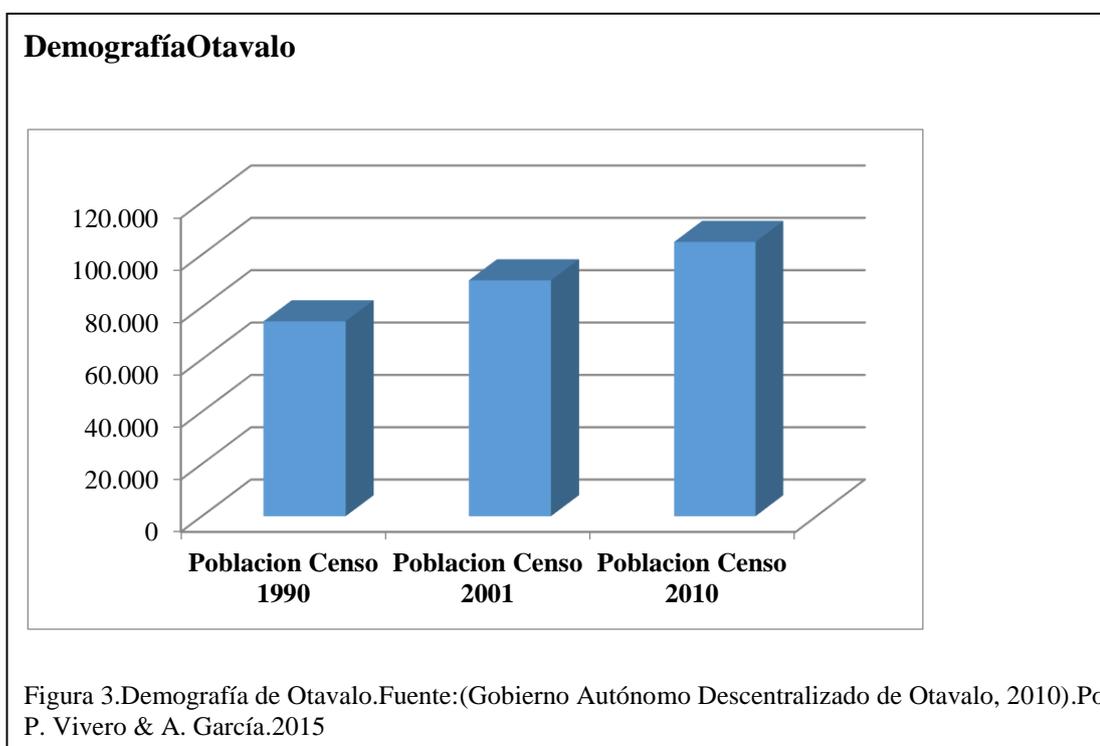
Siguiendo el patrón tanto del país como de la provincia se puede observar que existe mayor número de mujeres que de hombres. En el periodo intercensal del 2001 al 2010 hubo un aumento de población del 16.28%. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2010)

Tabla 1.

Demografía

Cantón	Población Censo 1990	Población Censo 2001	Población Censo 2010
Otavaló	74.532	90.188	104.874

Nota: Demografía. Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavaló, 2010); Por: P.Vivero & A. García 2010



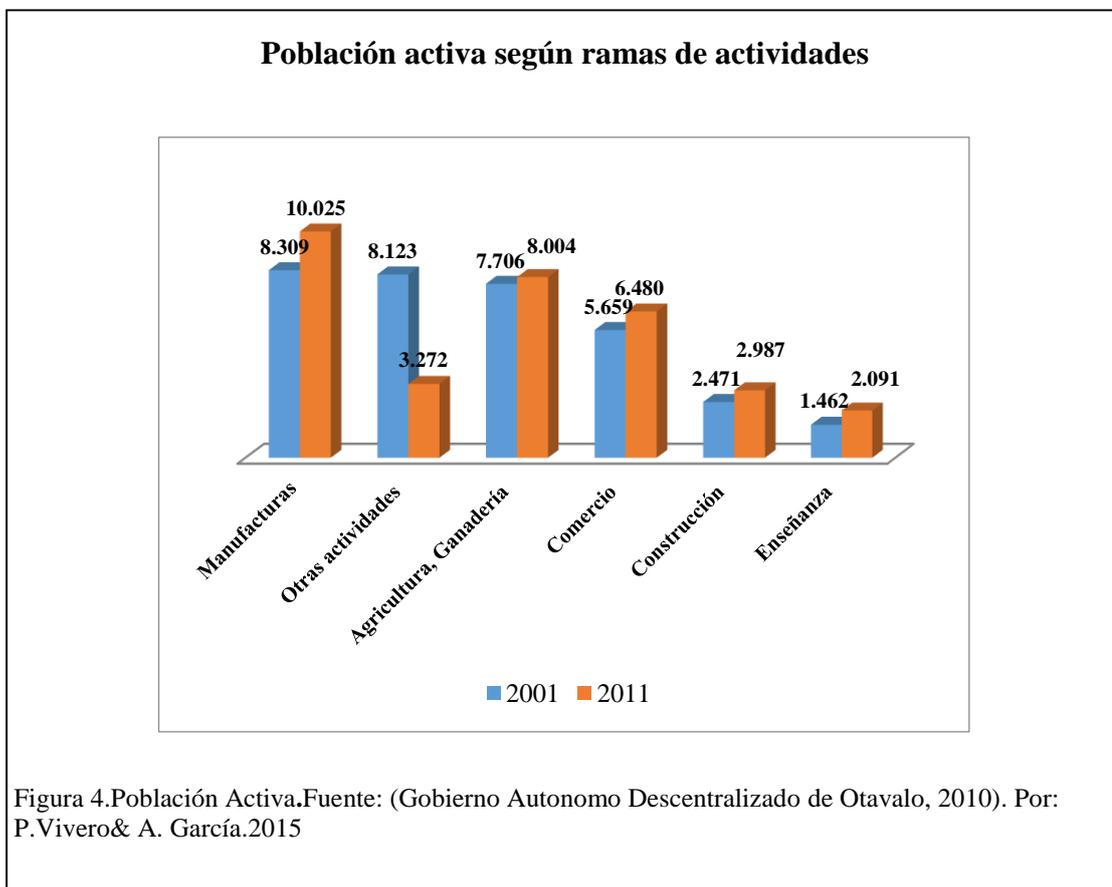
2.1.3 Situación socioeconómica

Tabla 2.

Población activa según ramas de actividades

Actividades	2001	2011
Manufacturas	8.309	10.025
Otras actividades	8.123	3.272
Agricultura, Ganadería	7.706	8.004
Comercio	5.659	6.480
Construcción	2.471	2.987
Enseñanza	1.462	2.091

Nota: Población activa. Fuente: (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2010). Por: P.Vivero & A.García.2015



De acuerdo con lo mencionado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo (2010), la población activa del cantón Otavalo se encuentra distribuida en distintas ramas y en varios lugares dentro y fuera del cantón, esta desagregación de las actividades muestra a que se dedica la población activa. El censo de población y vivienda

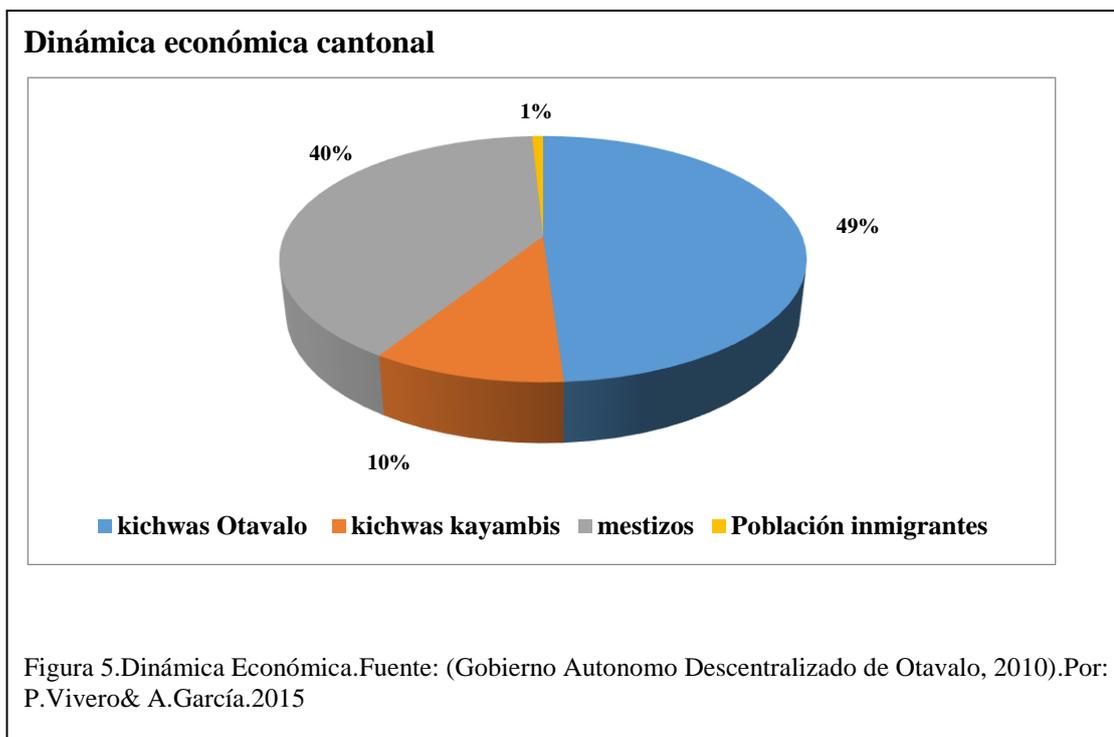
2010 determina que la manufactura se ha incrementado en un 20,65% en comparación del censo 2001, a diferencia del grupo de personas dedicadas a otras actividades que disminuyó significativamente en un 59,71%, se establece también que la actividad agrícola y ganadera se incrementó en un 3,86% lo que demuestra que esta actividad se sigue manteniendo en el cantón, mientras que la construcción y la enseñanza en un 20,88% y 43,03% respectivamente. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2010)

Tabla 3.

Dinámica económica cantonal

Dinámica Económica Cantonal	
KichwasOtavalo	49%
Kichwaskayambis	10%
Mestizos	40%
Población inmigrantes	1%

Nota: Dinámica Económica. Fuente: (Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo, 2010).Por: P.Vivero& A.García.2015



“En la población KichwasOtavalo que representa el 49% de la población, predomina las actividades artesanales, producción de textiles, cestería, música, producción de fajas, alpargatería, panadería, el comercio de ropa de producción industrial y venta de harinas y granos en general, y en menor escala la agricultura, identificando también el desarrollo del turismo como parte de las actividades potenciales que actualmente se están realizando. Estas actividades se concentran principalmente en las parroquias de San Rafael, Eugenio Espejo, Miguel Egas, Quichinche, Ilumán, El Jordán y San Luis. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2010).

De acuerdo con lo mencionado por el plan de desarrollo y formulación del plan de ordenamiento territorial (2010), los KichwasKayambis que representan el 10% de la población, mantienen una tradición más ligada a la agricultura y constituye la principal actividad económica, alrededor de la cual giran otras actividades como el comercio y el trabajo extra parcelario. La producción agrícola, básicamente de: maíz, frijol, papas, habas, mellocos, ocas, quinua, luego de asegurar lo necesario para la alimentación de la familia para el año, los excedentes lo destinan al mercado. Estas actividades se desarrollan en las parroquias de González Suarez, San Pablo y San Rafael. Se puede identificar también la práctica de pequeños emprendimientos turísticos especialmente en la comunidad de Pijal.

La población mestiza representa el 40,3% de la población, se encuentra dispersa en el cantón; entre las principales actividades económicas que desarrollan encontramos a la agricultura, ganadería, turismo, producción artesanal e industrial, comercio y servicios, estas dos últimas actividades son desarrolladas especialmente en la ciudad de Otavalo donde existe una gran concentración de servicios especialmente restaurantes, y abastos. Existe en el cantón un grupo importante de inmigrantes que han desarrollado actividades artesanales, comerciales y de servicios, aportando en la dinámica económica cantonal, este grupo representa el 0,8% de la población” (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2010)

2.1.4 Situación cultural del grupo social

“El cantón Otavalo en su gran mayoría está conformado por la cultura indígena de los Otavalos, cuyos idiomas son el Kiwcha y el Castellano; geográficamente se encuentran ubicados “en la parroquia urbana de Otavalo y en las parroquias rurales de El Jordán, Eugenio Espejo (Calpaquí), San Juan de Ilumán, San Luis, San Rafael, Miguel Egas Cabezas (Peguche), González Suárez, San José de Quichinche, San Pablo; cantón Cotacachi, parroquias El Sagrario, Imantag, Quiroga, San Francisco; cantón Ibarra: parroquias Ibarra, Sagrario y Ambuquí y cantón Antonio Ante, parroquias Andrade Marín, San Francisco de Natabuela y San Roque”. (Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo, 2010)

- **Actividad Comercial**

Es considerada la actividad económica principal del cantón la cual se caracteriza por los siguientes aspectos:

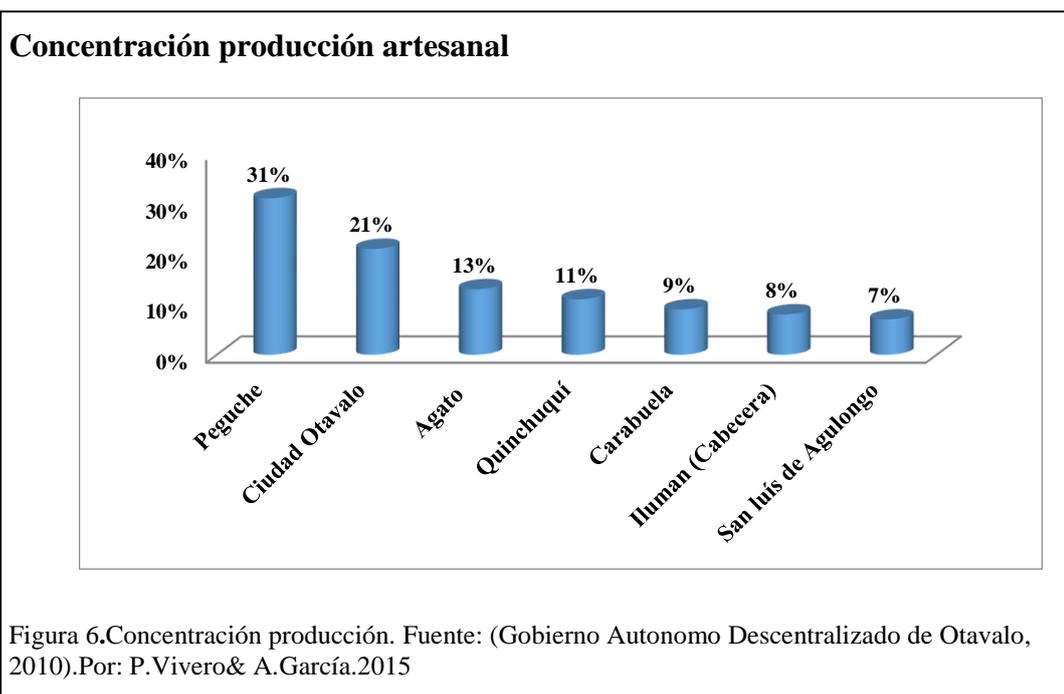
- Se manejan procesos de comercialización directa e indirecta dentro y fuera de las comunidades.
- Presencia de intermediarios ya sean agrícolas, artesanos o manufactureros.
- No hay incorporación de Valor Agregado, solamente transportación de productos de un lugar a otro.
- Los comerciantes no son productores artesanales, sus productos se originan en las comunidades de Peguche, Quinchuquí, Carabuela y alrededores de Otavalo.

- **Actividad Industrial y Manufacturera**

Según la información presentada por el Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, la provincia de Imbabura en su producción bruta tiene una tendencia creciente desde el año 2004 en actividades relacionadas al comercio, industria y construcción, lo que la constituye según el MIPRO en el segundo cantón en aporte del producto interno bruto de la provincia de Imbabura.

Por otro lado “La actividad industrial se ha desarrollado especialmente en los sectores vinculados a la producción artesanal y textil sin dejar de lado la presencia de la industria cementera” (Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo, 2010)

Es necesario mencionar que la actividad industrial se enfoca en la confección de productos como bolsos, chalinas, sombreros, tapices, alpargatas, fajas, bayetas, bufandas, dentro de las más representativas. A continuación se muestra un gráfico de la concentración de la producción por comunidad en el cantón Otavalo.



La producción de los artículos anteriormente mencionados tiene su mayor concentración en las comunidades de Peguche con el 31% de la producción, la ciudad de Otavalo con el 21% y en tercer lugar a la comunidad de Agato con el 13%, esto se debe a que su producción se apoya en telares eléctricos, cosedoras, maquinaria, tinturadoras y demás capital fijo que incrementa su productividad.

- **Otras Actividades**

“El proceso productivo, el crecimiento económico y la aculturación que se vive en el cantón han generado que la mano de obra sea cada vez más competitiva y se da inicio a la formación de una nueva elite de intelectuales, profesionales y técnicos altamente capacitados que entregan su trabajo en el interior de nuestro país y fuera de él.” (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2010)

Se puede señalar que actualmente de acuerdo a datos proporcionados por el Censo de población y vivienda 2010, las actividades en las que se desempeña la población calificada son: enseñanza donde participan aproximadamente 1376 personas de los cuales 792 son hombres, también se destacan profesionales relacionados con actividades financieras 179 , de comunicación 315 con una presencia de 168 mujeres, científicas y técnicas 618, con una particularidad especial y es que la participación de la mujer equipara el porcentaje de participación laboral de los hombres.

Este proceso de incorporación de mano de obra calificada al mercado laboral hace que la población joven opte por carreras técnicas y busquen especializarse en determinadas áreas.

- **UNAINCO**

De acuerdo a lo establecido la Unión de Artesanos Indígenas del cantón Otavalo (U.N.A.I.M.C.O) tiene una visión de comercialización y también de producción con el propósito de dar al sector artesanal una mayor orientación, capacitación, y buscar la forma para que puedan comercializar sus productos dentro del país. “ Según lo mencionado por el autor se puede decir que la Unión de artesanos indígenas del cantón Otavalo es una organización creada con el fin de ayudar a los artesanos brindando apoyo al microempresario Otavaleño ofreciendo mejores beneficios y la posibilidad de acceder a créditos a sus miembros. (Sarabino, 2008).

Según lo mencionado por (De la Torre, 2011, pág. 66) “La Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario con sus siglas U.N.A.I.M.C.O., es una organización fundada en el año 1987, fue mentalizada por medio de un grupo de indígenas quienes inicialmente estuvieron interesados en fortalecer al artesano en Otavalo.”

“Es una organización creada principalmente para apoyar al artesano en temas de productividad, comercialización, defensa al artesano, trámites para la calificación artesanal logrando realizar convenios con instituciones públicas como el ministerio de industrias y productividad, CORPEI.” (De la Torre, 2011, p. 66) Según lo citado por el autor podemos mencionar que esta organización permite al artesano Otavaleño mejorar sus procesos de productividad y comercialización de sus productos además apoya

al artesano para sacar la calificación artesanal con lo cual le permitirá estar exento de impuestos fiscales.

- **Cámara de Artesanos de Otavalo**

En el mes de mayo de 1998 un grupo de artesanos y artesanas independientes de las comunidades de Carabuela, Quinchuqui, San Luis de Agualongo, Ilumán y Pinsaqui principalmente logran socializar la importancia de contar con una cámara que apoye a la ejecución de planes y programas artesanales dentro del cantón Otavalo de tal manera que la comercialización de sus productos se la realice de manera directa sin la necesidad de tener intermediarios que encarezcan el precio del producto. (De la Torre, 2011) De acuerdo con lo mencionado por el autor observamos que la cámara de artesanos de Otavalo ayuda a los artesanos a que sus productos lleguen a manos del consumidor a un precio accesible a su bolsillo desplazando la tercerización.

Es una institución sin fines de lucro, nació con la finalidad de dar a conocer las artesanías otavaleñas e imbabureñas al mundo, apoya a su comercialización y facilita las exportaciones artesanales. (De la Torre, 2011)

- **Asociatividad del grupo social en el cantón otavalo**

Como se menciona anterior mente la actividad comercial es la de mayor importancia en su dinámica económica local. “Es muy común observar que los comerciantes se encuentran ubicados en la Plaza de Ponchos, ya que este sitio se constituye como el más importante para el intercambio comercial interno o externo, además de ser catalogado como un icono de representatividad turística cantonal, el mayor movimiento se registra los días sábado en la feria” (Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo, 2010)

Otro rubro generador de ingresos lo constituye “la intermediación de granos es la intermediación de granos y frutos producidos de manera particular en las parroquias de la cuenca del Lago San Pablo, sin dejar de lado las mercaderías que ingresan al mercado local provenientes de los países de Colombia, Perú, Estados Unidos y Europa” (Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo, 2010).

Por otro lado la concentración del comercio en días ordinarios es de 2660 puestos de comerciantes, especialmente en el mercado 24 de Mayo, Copacabana, Centenario, Calle Quiroga, Calle 31 de Octubre a diferencia del día Sábado donde el “comercio genera un movimiento masivo de intercambio, incrementándose en un 211% (5624 puestos) la cantidad de puestos de comerciantes que ofertan sus productos en lugares alejados a la Plaza de Pochos y a los mercados principales” (Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo, 2010), tal y como se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 4.

Concentración del comercio en días ordinarios y días de ferias

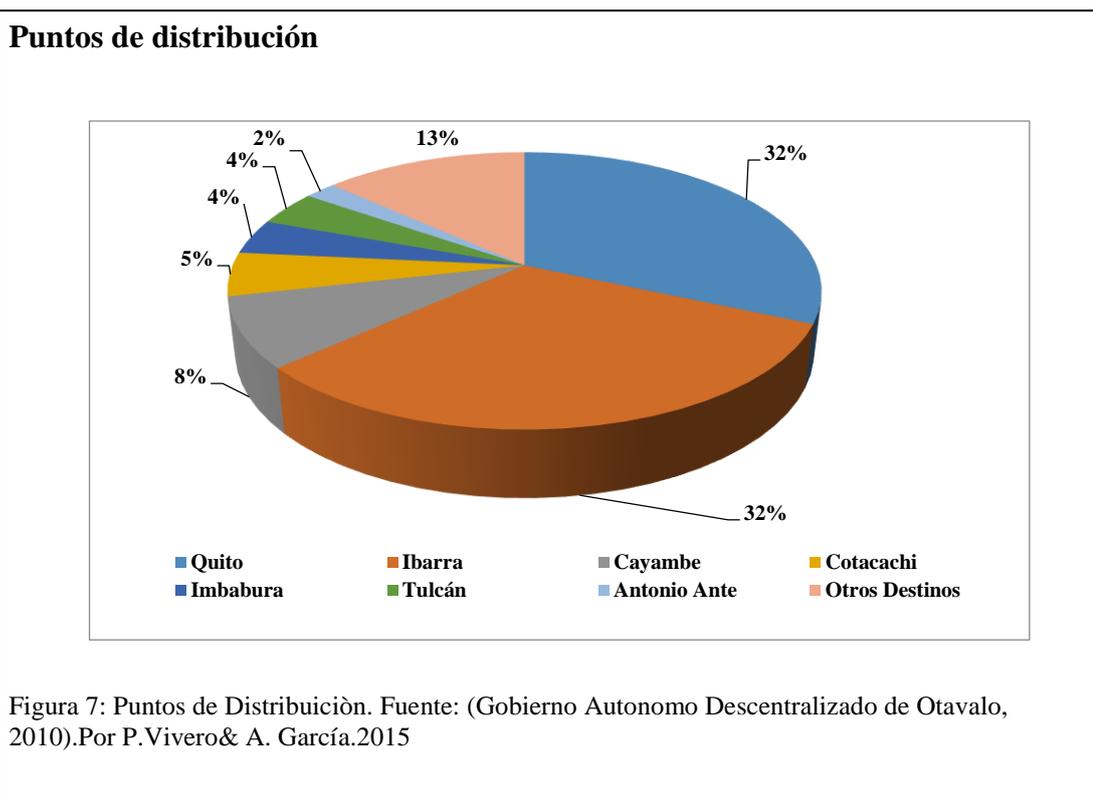
CONCENTRACIÓN DEL COMERCIO EN DÍAS ORDINARIOS Y DÍAS DE FERIA		
SITIOS COMERCIALES	Días ordinarios no. Puestos de trabajo	Días sábados no. Puestos de trabajo
MERCADO CENTENARIO	960	1270
MERCADO 24 DE MAYO	130	831
CALLE SUCRE		763
CALLE MODESTO JARAMILLO	49	744
MERCADO COPACABANA	180	674
CALLE QUIROGA	377	627
CALLE 31 DE OCTUBRE	183	421
CALLE SALINAS	50	224
CALLE CRISTOBAL COLON		162
TOTAL	1929	5716

Nota: Concentración del comercio. **Fuente:** (Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo, 2010). Por: P. Vivero & A. García.

Como se puede observar en el gráfico anterior, el sitio de mayor concentración es el Mercado Centenario tanto en días ordinarios como en los días sábados con 960 y 1270 puestos de venta respectivamente, debiendo considerarse que la mayoría de comerciantes son intermediarios.

Por otro lado la actividad comercial que se desarrolla alrededor de la feria de animales es importante, porque “mueve capitales pequeños de un promedio de 10 USD. Hasta capitales significativos de 10000 USD” (Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo, 2010), en este sentido la actividad de intermediación juega un papel fundamental en el mercado, resultando siempre perjudicados los productores y beneficiados los comercializadores.

Por último “Los comerciantes de Otavalo se dirigen a distintas localidades de nuestro país para comercializar sus productos, especialmente a las ciudades donde existe concentración poblacional, a Quito se dirige el 31% de la población, Ibarra es el Cantón que concentra la actividad comercial a nivel provincial y es alimentada con productos agrícolas, pecuarios, artesanales que provienen de Otavalo y de otros cantones alejados, al que se dirige el 31% de la población” (Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo, 2010), tal y como se observa en el siguiente gráfico:



CAPÍTULO 3

MARCO TEÓRICO

3.1 Marco referencial

3.1.1 Asociatividad

La asociatividad es un mecanismo que permite generar sinergias entre las empresas de un sector comercial o industrial que buscan un objetivo común. La asociatividad, es para las empresas, una herramienta que permite alcanzar la sustentabilidad administrativa y financiera, fundamentada en los conceptos de desarrollo sostenible. Rosales (2007) expone a la asociatividad, como “un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial”. (Rosales, 2007, pág. 97)

Un requisito indispensable para construir un mecanismo de asociatividad, es la participación voluntaria de las partes, no debe existir, algún tipo de obligación legal, histórica o moral, para que una empresa se asocie. Otro factor que incide en el éxito de la asociatividad es la homogeneidad que exista entre los participantes, puede ser por condiciones históricas, producción o territorial. En este sentido Pallares define la asociatividad territorial, como “la cooperación entre los actores locales para promover y alcanzar el desarrollo sostenible y vincular competitivamente al territorio a las corrientes mundiales”. (Pallares, 2006, pág. 6)

En este aspecto, es importante recalcar las experiencias de asociatividad territorial que se han desarrollado en el país, tal es el caso, del cantón Salinas en la provincia de Bolívar y el cantón Quinsaloma en la provincia de Los Ríos. La asociatividad no es un argumento exclusivo de los países latinoamericanos; en Europa, existen casos de éxito la asociatividad empresarial. Tal es el caso de ASCER (Asociación Española de fabricantes de azulejos, pavimentos y baldosas), que se encuentra ubicada en ciudad de Valencia y es un claro ejemplo del éxito de la asociatividad en el desarrollo local y productivo.

El teórico que expuso las primeras estructuras al modelo asociativo, fue el economista Alfred Marshall, quien acuñó, los primeros conceptos sobre Organización Industrial; en el siglo XIX, Marshall, expuso su planteamiento sobre las industrias localizadas en un territorio con ventajas naturales para explotar su condición comercial para el beneficio de sus habitantes.

El principal precepto de Marshall era la asociación cooperativa, que lo definía de la siguiente manera:

“... todos o una parte de los accionistas que asumen los riesgos de un negocio trabajan en el mismo. Los empleados, contribuyan o no al capital material del negocio, tienen una participación en sus beneficios y voz y voto en las juntas generales en que se establecen las normas fundamentales de la política a seguir y se eligen a los que han de llevarla a efecto. De esta forma son, en cierto modo, patronos y jefes de sus propios gerentes y capataces; tienen suficientes medios para juzgar si la organización del negocio se realiza honrada y eficientemente, y poseen las mejores oportunidades posibles para observar cualquier negligencia o falta de competencia en la administración” (Acevedo & Buitrago, 2009, pág. 6)

El concepto de asociatividad ha sido parte de una evolución desde los fundamentos expresados por Marshall, en la actualidad la aplicación de sus conceptos se ha convertido en una importante herramienta para alcanzar el desarrollo sostenible, especialmente en las pequeñas y medianas empresas de sectores alejados de las grandes ciudades, como los ejemplos mencionados anteriormente.

Guerrero (2006), en su publicación referente a los casos de asociatividad en Colombia, expone el siguiente concepto, “asociatividad es toda aquella forma de cooperación entre personas o empresas, ya sea horizontal o verticalmente, que tiene por objeto principal mejorar la gestión, productividad y competitividad de los asociados”

Es importante mencionar los beneficios de la asociatividad, entre los cuales se puede resaltar los siguientes:

1. **Economías de escala**, a través de la reducción de costos y la mejora de la productividad.

2. **Procesos de aprendizaje**, con el intercambio de ideas entre los participantes.
3. **Aumento poder de negociación**, por el volumen de compra de materia prima e incremento en el nivel de ventas.
4. **Desarrollo territorial**, mejoramiento de la calidad de vida con el aumento de empleo a los habitantes de la zona de influencia de la asociatividad.
5. **Mayor acceso a información de mercado**, experticia para conocer adecuadamente el mercado objetivo, sus gustos, preferencias y las acciones que emprende la competencia.

Los principales tipos de asociatividad son los siguientes:

Tabla 5.

Tipos de asociatividad

Tipo de asociatividad	Concepto	Principales beneficios
Red empresarial	Grupo de empresas que buscan un objetivo común e intereses comerciales definidos conjuntamente	Mejorar la capacidad de adaptación a los cambios en el mercado. Acoger con mayor rapidez cambios tecnológicos.
Cadena productiva	Conformación de empresas que interactúan desde el inicio del ciclo de producción hasta el momento del consumo de determinado bien o servicio.	Economías de escala y flexibilización en los procesos de producción. Transferencia de conocimiento y tecnología.
Horizontal	Alianza entre empresas que ofrecen el mismo producto o servicio, cooperan entre sí, pero sin dejar de competir en el mismo mercado.	Economías de escala y flexibilización en los procesos de producción.
Vertical	Cooperación entre empresas de distinta posición en la cadena productiva.	Especialización en los procesos productivos. Transferencia de conocimiento y tecnología
Cluster	Asociación por afinidad geográfica.	Cooperación en la cadena de producción y suministros

Distrito industrial	Conjunto de empresas que tienen alta especialización en su producción y generan innovación tecnológica por sí mismos	Mejor calidad en los productos ofrecidos al mercado
Alianza estratégica	Asociación por acuerdos de cooperación en puntos determinados en base a convenios temporales.	Transferencia de información comercial. Compartir gastos de promoción y publicidad.

Nota: Tipos de Asociatividad. Fuente: Asociatividad empresarial, crecimiento productivo e innovación. Por: P. Vivero & A. García.

3.1.2 Exportación artesanías

Análisis del sector artesanías

En Ecuador el sector artesanías se encuentra presente en todas las regiones del país, debido a la materia prima única con que se cuenta y que identifica a cada región del país, tal es el caso de la paja toquilla para la confección de sombreros, cuyos cultivos se dan principalmente en la provincia de Manabí; la tagua de la cual se elaboran bisuterías, adornos y hasta joyas combinadas con plata, la misma que cultiva en los bosques tropicales de Manabí y Esmeraldas; la concha espondylus de color rojo coral, material proveniente del mar y que se emplea en la producción de joyas, y que se da mayormente en la provincia de Manabí.

Otra región tradicionalmente artesanal, es la provincia del Azuay en donde la mayoría de familias trabajan en la elaboración de joyas de plata y otros metales preciosos combinados con piedras y materiales originarios de nuestro país, así como la cerámica tanto utilitaria como artística.

Los principales productos y elaborados del sector artesanías incluyen los siguientes productos, tal y como se menciona en el análisis realizado por el “(Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, PRO ECUADOR, 2013)”:

- Tagua y otros materiales vegetales o minerales.
- Sombreros de Paja Toquilla o Mocora
- Cerámicas
- Joyería y demás manufacturas

- Artículos de madera

En la siguiente tabla se muestra la descripción de los principales productos y elaborados del sector artesanías por sector geográfico de producción nacional:

Tabla 6.

Descripción de productos y elaborados del sector artesanías

Producto	Sector/ Ubicación	Descripción
Tagua y otros materiales vegetales o minerales	Zona subtropical de la cordillera andina y en las costas de Manabí y Esmeraldas.	Es una palma de nombre científico <i>Microcarphas Phithelephas</i> , que popularmente se conoce como ,corozo, mococho, marfil vegetal, etc.
Sombreros de Paja Toquilla o Mocora	Provincia de Manabí y zonas de Pile, Montecristi, Jipijapa y San Lorenzo.	La Iraca (<i>Carludovica palmata</i> , familia de las ciclantáceas, orden de las sinantas), también conocida con los nombres vulgares de Jipijapa, Paja Toquilla
Cerámicas	Pujilí y la Victoria - Cotopaxi, en Siguilán - Chimborazo, en Jatumpamba y Chordeleg, Cañar y Azuay.	El Ecuador es un pueblo ceramista por excelencia, posee una de las cerámicas más antiguas de América (5000 años A.C.), con un desarrollo de esta actividad paralelo al que se registró en las civilizaciones prehispánicas de México y del Perú.
Joyería y demás manufacturas	Guyaquil - Guayas, Los Ríos, Loja, Cañar, y el Oro.	La actividad de orferería consiste básicamente en la transformación del metal oro en artesanías.
Artículos de madera	Provincia de Imbabura en los cantones de Atuntaqui, Otavalo, Cotacachi, Ibarra y San Antonio.	Se desarrollan principalmete actividades de ebanistería, tallado, escultura, así como la producción de imágenes religiosas.
Artículos de cestería	Región Interandina o Sierra, Litoral y Amazonía. En las provincias del Cañar, Azuay, Manabí, Esmeraldas, Guayas y el Oro	Consiste en la elaboración de diversas artesanías a base de diferentes fibras vegetales, las cuales han conseguido una trayectoria importante, por la constancia del artesano en ir mejorando su calidad y poder llegar a ser competitivo con sus productos tanto a nivel nacional como internacional.

Nota: Descripción de productos y elaborados del sector artesanías .Fuente: Instituto de Promoción y Exportaciones e Inversiones, PRO ECUADOR. Por: P. Vivero & A. García

Como se puede observar en la tabla N° 13, la producción nacional de artesanías se realiza en su gran mayoría a base de materiales como la tagua y otros materiales vegetales o minerales, cuya ubicación geográfica de producción se encuentra en la zona subtropical de la cordillera andina y en las costas de Manabí y Esmeraldas; la paja toquilla o mocora, la cual es cultivada principalmente en las provincias de Manabí, y zonas de Pile, Montecristi, Jipijapa y San Lorenzo; la cerámica que se la emplea mayoritariamente en las provincias de Cotopaxi en las zonas de Pujilí y la Victoria, Chimborazo en los poblados Jatumpamba y Chordeleg, Cañar y Azuay.

Por otro lado en lo que respecta a: la joyería y demás manufacturas, geográficamente se producen en las provincias del Guayas en la ciudad de Guayaquil, Los Ríos, Loja, Cañar y el Oro; los artículos de madera cuya elaboración tiene lugar principalmente en las provincias de Imbabura en los cantones de Atuntaqui, Otavalo, Cotacachi, Ibarra y San Antonio; y por último los artículos de cestería cuya producción radica en su gran mayoría en la región Interandina o Sierra, Litoral y Amazonía principalmente en las provincias del Cañar, Azuay, Manabí, Esmeraldas, Guayas y el Oro.

Evolución de las exportaciones del sector artesanías

Para realizar el análisis del comportamiento de las exportaciones que han tenido las artesanías del país se ha considerado al periodo que va desde el año 2008 al año 2012 según datos obtenidos de las estadísticas del Banco Central del Ecuador, tal y como se muestra en la siguiente tabla y grafica respectivamente:

Tabla 7.

Evolución de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanías

Evolución de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanías						
Años	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 2008 - 2012
Valor FOB (Miles USD)	17.133	13.921	19.117	30.432	21.523	5,9%

Nota: Evolución de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanías. Fuente: Proecuador. Por: Paulina Vivero y Andrés García.

Evolución de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanías

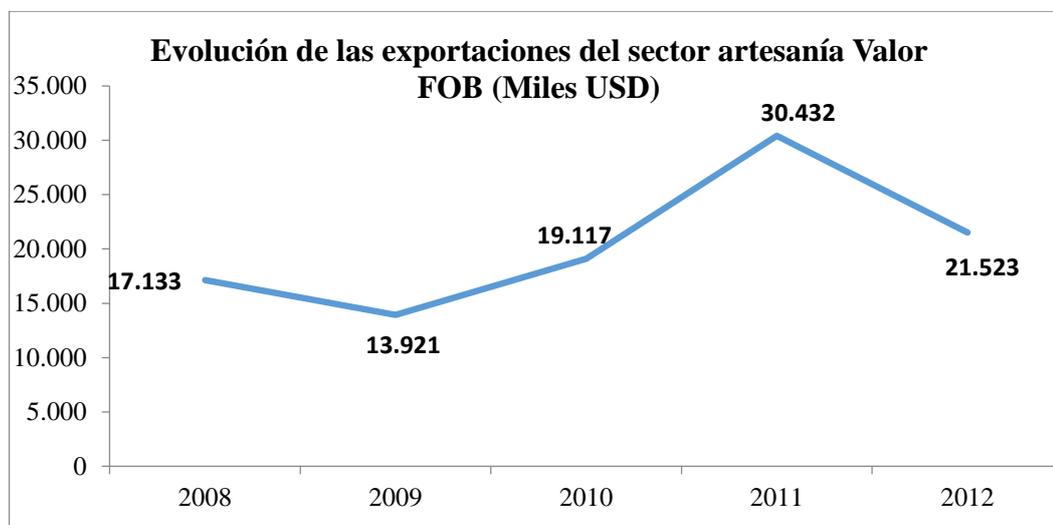


Figura 8: Evaluación de las exportaciones ecuatorianas del sector artesanías. Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE. Por: P. Vivero & A. García. 2015

Al analizar los montos exportados de artesanías ecuatorianas (Valor FOB) durante el periodo 2008 – 2012, se observa que la Tasa de Crecimiento Promedio Anual (TCPA) fue del 5,9%, al pasar de \$17.133 miles en el año 2008 a \$21.523 miles en el año 2012. Con lo que se puede establecer que la evolución de las exportaciones van a la par con las variaciones del PIB.

Exportaciones por grupos de productos

A continuación se presenta la información de las exportaciones del sector artesanías por grupos de productos, de acuerdo sus montos (Valor FOB) y participación porcentual al PIB sobre todo en el año 2012, en donde se puede evidenciar claramente que los sombreros de paja toquilla o mocora y artículos tagua, han sido los de mayor demanda.

Tabla 8.

Principales exportaciones ecuatorianas por grupos de productos

Principales exportaciones ecuatorianas por grupos de productos del sector							
Miles USD							
Grupo de producto	2008	2009	2010	2011	2012	% Participación 2012	TCPA 2008 - 2012
Sombreros de Paja Toquilla o Mocora	4113	5443	8195	13109	9425	43,79%	23,04%
Tagua y otros materiales vegetales o minerales	8901	5965	8778	14136	8733	40,58%	1,93%
Cerámicas	3077	1063	1083	1852	1771	8,23%	-12,89%
Joyería y demás manufacturas	1004	595	513	693	1072	4,98%	1,65%
Artículos de madera	614	628	404	334	233	1,08%	-21,57%
Artículos de festividades	131	84	106	128	207	0,96%	12,08%
Artículos de cestería	36	29	18	54	71	0,33%	18,33%
Pinturas y dibujos	67	114	20	126	11	0,05%	-35,66%
Total	17943	13921	19117	30432	21523	100,00%	5,87%

Nota: Principales exportaciones ecuatorianas por grupos de productos. Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE. Por: P. Vivero & A. García

Principales exportaciones ecuatorianas por grupos de productos



Figura 9: Principales exportaciones ecuatorianas. Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE. Por: P. Vivero & A. García

Las artesanía con crecimiento promedio anual positivo en el periodo 2008 – 2012, han sido los sombreros de paja toquilla con 23,04% y una participación porcentual al PIB del año 2012 del 43,79%; la joyería y demás manufacturas con un 1,65% y un aporte porcentual al PIB 2012 del 4,98%, la tagua y otros materiales vegetales con un 1,93% y un aporte porcentual al PIB 2012 del 40,58%, la joyería y demás manufacturas con un 1,65% y un aporte porcentual al PIB 2012 del 4,98%, los artículos para festividades con un 12,08% y un aporte porcentual al PIB 2012 del 0,96% y los artículos de cestería con un 18,33% y un aporte porcentual al PIB 2012 del 0,33%.

Destino de las exportaciones del sector artesanal

En la siguiente tabla se detallan los principales países compradores de los productos del sector artesanal del Ecuador en el período 2008 – 2012.

Tabla 9.

Principales destinos de los productos del sector artesanías

Principales destinos de los productos del sector artesanías							
Valor FOB Miles USD							
País	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 2008 - 2012	Participación 2012
Italia	2632	2260	3539	6572	2800	1,56%	13,01%
Estados Unidos	1562	1602	1658	2528	2392	11,24%	11,11%
Hong Kong	1167	1074	1394	3334	2200	17,17%	10,22%
Japón	241	440	629	1471	1817	65,72%	8,44%
Colombia	880	318	525	1416	1368	11,66%	6,36%
Francia	270	573	1043	1321	1273	47,34%	5,92%
España	1127	858	777	1332	1217	1,93%	5,65%
China	679	298	595	2877	982	9,66%	4,56%
Alemania	457	690	972	1910	942	19,82%	4,38%
Turquía	87	52	184	680	850	76,61%	3,95%
Brasil	263	340	469	614	564	20,94%	2,62%
Panamá	91	73	91	1162	561	57,43%	2,61%
Chile	255	152	284	432	547	21,01%	2,54%
Corea del Sur	297	33	174	880	542	16,23%	2,52%
Reino Unido	233	291	313	564	520	22,15%	2,42%
Perú	306	462	308	418	473	11,51%	2,20%
Venezuela	1135	284	236	322	392	-23,33%	1,82%
México	797	249	399	420	296	-21,94%	1,38%
Argentina	74	75	182	179	210	29,92%	0,98%
Portugal	76	34	53	4	166	21,40%	0,77%
Resto de países	4500	3763	5291	1997	1412	-25,16%	6,56%
Total	17133	13921	19117	30432	21523	5,87%	100,00%

Nota: Principales destinos de los productos del sector artesanías Fuente: Banco Central del Ecuador, BCEPor:P.Vivero&A.García.

Principales destinos de los productos del sector artesanías

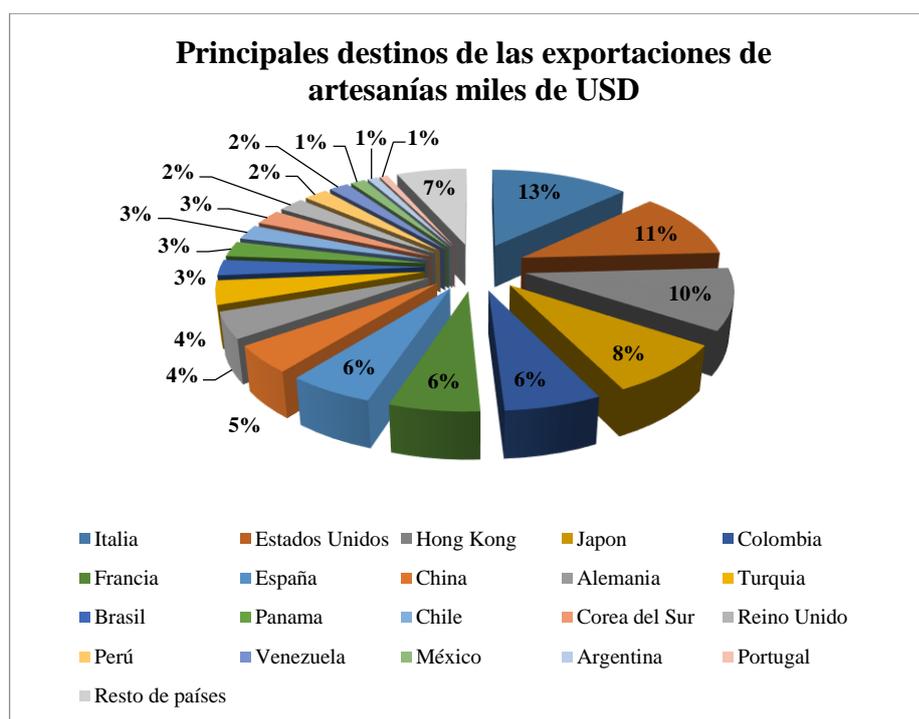


Figura 10: Principales destinos de los productos del sector artesanías. Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Al analizar la tabla y gráfico correspondiente se puede observar que entre los principales destinos de exportación de las artesanías ecuatorianas durante el año 2012 se destacan los países de Italia con un 13,01%, seguido de Estados Unidos con un 11,11% y en tercer lugar Hong Kong con una participación del 10,22%

Principales países importadores del mundo

El país de mayor demanda de las artesanías ecuatorianas, ha sido tradicionalmente Estados Unidos, pero en los últimos años ha existido una importante acogida de estos productos por países europeos como Suiza o el Reino Unido y en países asiáticos como los Emiratos Árabes Unidos y Hong Kong, tal y como se detalla a continuación:

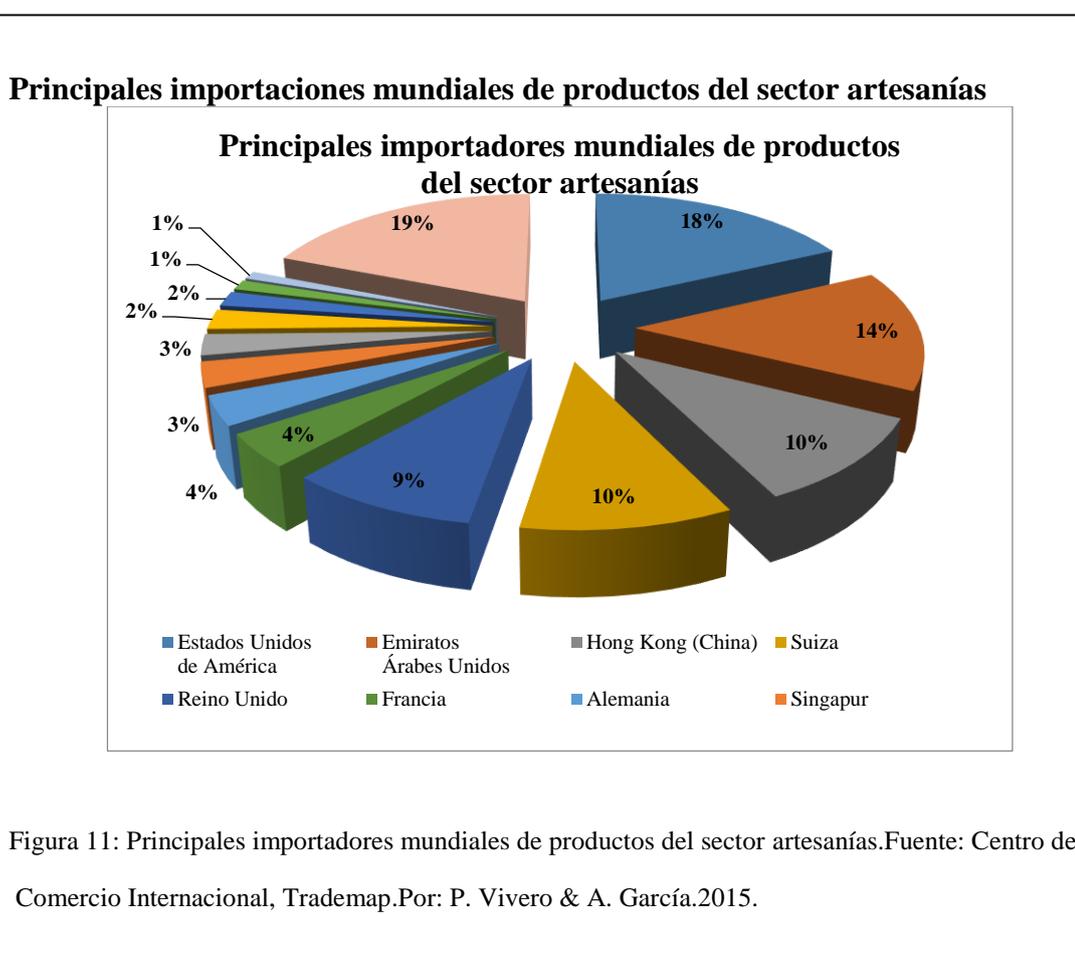
Tabla 10.

Principales importaciones mundiales de productos del sector artesanías

Principales importaciones mundiales de productos del sector artesanías							
Valos Miles USD							
Importaciones	2007	2008	2009	2010	2011	TCPA 2007 - 2011	% Participación 2011
Estados Unidos de América	23.032.729	19.358.290	14.926.035	17.937.657	19.536.259	-4%	17,90%
Emiratos Árabes Unidos	5.006.551	6.455.308	12.100.898	10.294.119	15.788.063	33,3%	14,47%
Hong Kong (China)	4.599.203	5.770.141	4.849.114	7.068.219	11.250.655	25,1%	10,31%
Suiza	5.278.224	6.124.453	5.200.890	8.420.403	10.835.679	19,7%	9,93%
Reino Unido	10.067.911	8.653.302	6.408.426	7.822.755	9.861.367	-0,5%	9,04%
Francia	3.174.996	3.462.889	3.004.070	3.476.556	4.342.981	8,1%	3,98%
Alemania	2.752.279	2.959.312	2.727.219	3.048.035	3.828.048	8,6%	3,51%
Singapur	1.718.987	2.434.663	1.959.806	2.939.076	3.280.285	17,5%	3,01%
Itlaia	2.200.697	2.193.936	1.691.045	2.198.534	2.745.702	5,7%	2,52%
Japón	2.603.618	2.786.909	2.090.537	2.397.341	2.612.397	0,1%	2,39%
Canadá	1.717.132	1.784.861	1.467.804	1.779.416	1.968.557	3,5%	1,80%
Australia	971.162	1.118.972	1.039.577	1.187.410	1.326.404	8,1%	1,22%
España	1.451.508	1.262.563	903.054	1.048.477	1.059.977	-7,6%	0,97%
Demaspáisies	15.558.466	17.351.946	14.456.358	17.145.205	20.694.382	7,4%	18,96%
Mundo	80.133.463	81.717.545	72.833.833	86.763.203	109.129.756	8,0%	100,00%

Nota: Principales importaciones mundiales de productos del sector artesanías.Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap.Por:P.Vivero& A.García.2015.

Al observar la (Tabla N° 17) se puede establecer que los Estados Unidos lidera la lista de los principales países importadores del sector artesanías durante el periodo 2008 – 2012, representando en el 2011 el 17,90%, seguido de los Emiratos Árabes Unidos con el 14,47%, en tercer lugar Hong Kong que estuvo con un 10,31% y Suiza 9,93%; entre otros países.



Al analizar la gráfica de los principales importadores mundiales de las artesanías ecuatorianas durante el año 2011, se puede observar que los países de mayor importación de estos productos están comprendidos por: Estados Unidos de América con un 18%, Emiratos Árabes Unidos con un 14%, Hong Kong (China) con un 10%, Suiza con un 10%, Reino Unido con un 9%, Francia con un 4%, Alemania con un 4% y Singapur con un 3%.

Principales países exportadores de América Latina y el Caribe

Entre los principales países exportadores de América Latina y el Caribe tradicionalmente tenemos a México en primer lugar, a Panamá en segundo lugar y República Dominicana en tercer lugar, tal y como se muestra en la siguiente a continuación:

Tabla 11.

Principales exportadores de América Latina y el Caribe del sector artesanías durante el año 2011.

Principales exportadores de América Latina y el Caribe del sector artesanías año 2011		
Valor Miles USD		
Exportaciones	2011	% Participación 2011
México	792.389	43,02%
Panamá	208.472	11,32%
República Dominicana	203.368	11,04%
Brasil	118.392	6,43%
Colombia	86.593	4,70%
Perú	84.847	4,61%
Islas Vírgenes Británicas	77.111	4,19%
Bolivia	53.234	2,89%
Costa Rica	39.790	2,16%
Ecuador	36.390	1,98%
Guatemala	30.391	1,65%
Islas Caymanes	22.488	1,22%
Chile	17.071	0,93%
Argentina	14.454	0,78%
Demás países	57.020	3,10%
Total	1.842.010	100,00%

Nota: Principales exportadores de América Latina y el Caribe del sector artesanías. Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Al observar la (Tabla N° 18), se puede determinar que durante el año 2011 que los países que más han exportado dentro del sector artesanías de América Latina y el Caribe de acuerdo a su monto (Valor Miles USD) han sido México con \$792.389, Panamá con \$208.472 y República Dominicana con \$203,368. Con respecto a los competidores directos de Ecuador, Colombia exporta \$86.593 y Perú 84, 847, a diferencia del país que para el año analizado alcanzó un volumen de exportaciones de \$36.390; lo que significa que el sector artesanal dentro de la región es poco competitivo.

Principales exportadores de América Latina y el Caribe del sector artesanías durante el año 2011.

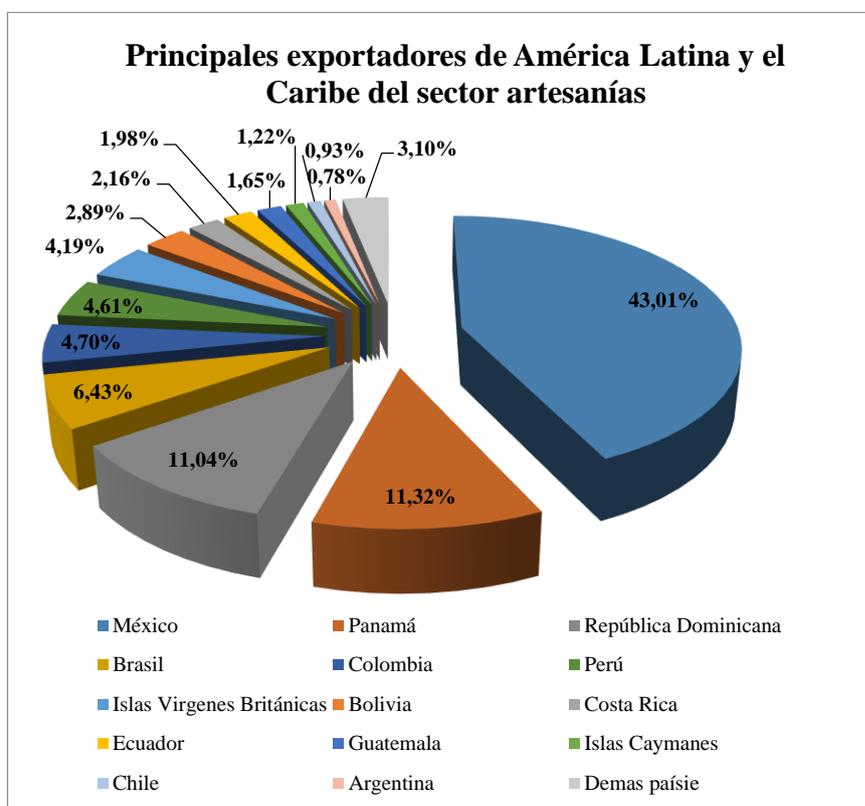


Figura 12: Principales exportadores de América Latina y el Caribe del sector artesanías. Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap. Por: P. Vivero & A. García. 2015

Al analizar el (Gráfico N° 17) se muestra que los principales exportadores de artesanías desde los países de América Latina y el Caribe, están en primer lugar México con un 43.02%, seguido por Panamá 11.32% y República Dominicana 11.04%.

3.2 Marco Legal

El Ecuador ha institucionalizado el Sistema de Economía Popular y Solidaria en la su Constitución (Asamblea Constituyente, 20 octubre 2008. RO 449), como lo establece el siguiente artículo:

“Artículo 38.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria... La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”

Como cumplir con el mandato de la Constitución, se aprobó el Código Orgánico de la Producción (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010), que establece varios incentivos para el fomento de la producción en relación al sistema económico social y solidario. En el artículo cuatro menciona lo siguiente:

“Artículo 4.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y eco eficiente
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas

- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales
- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores
- f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza.
- g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables
- h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo
- i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos
- j. Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- k. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad; las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico -institucional;
- l. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- m. Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador;

- n. Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
- o. Fomentar y diversificar las exportaciones;
- p. Facilitar las operaciones de comercio exterior;
- q. Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;
- r. Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades;
- s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente; y, t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia.

Incentivos para desarrollar el aparato productivo, mejorar el empleo y diversificar las exportaciones:

- a) Para el desarrollo de zonas de mayor pobreza, Mipymes y actores de la EPS crea un Sistema Nacional de Garantías (de hasta el 70% para financiamiento privado), un Fondo de Capital de Riesgo (inversión del Estado en empresas de alto valor agregado) y otros programas ministeriales de cofinanciamiento;
- b) se definen las ZEDES y se norma su desarrollo para transferencia tecnológica, diversificación industrial y servicios logísticos;
- c) Para empresas nuevas o existentes que abran su capital para los trabajadores (difieren 5 años el IR y su anticipo y los rendimientos de créditos a sus trabajadores no pagan IR), para empresas que inviertan sus utilidades en nuevos y mejores activos tecnológicos o de innovación (- 10% IR), para empresas con financiamiento externo menor a la tasa máxima del BCE (exoneración del ISC);

d) Para empresas nuevas que inviertan en los sectores priorizados (exoneración 5 años del IR y su anticipo) entre otros incentivos. Este Código define el salario digno (como el ingreso mínimo necesario para que una familia viva dignamente) y obliga a las empresas a compensar (al final de cada ejercicio fiscal) a los trabajadores que no lo perciban”

3.3 Marco conceptual

Asociatividad.- “La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. Constituyéndose por tanto la asociatividad en una estrategia colectiva y requisito básico para la sobrevivencia de las PYMES, así como en una posibilidad de desarrollar ventajas competitivas”. (Cerpa, 2011)

Cadenas de valor.- “La cadena de valor es un sistema de actividades interdependientes, que se conexionan mediante ciertos enlaces, lo cual permite describir los procesos de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa”. (Porter, 2007)

Competitividad.- “Es un estado final que resulta de la capacidad de las empresas para ser rentables en sus actividades productivas en mercados competitivos. Por lo tanto se lo asocia de forma muy cercana con: productividad de la empresa, métodos de producción eficiente, calidad de productos y su mejora a través del tiempo, Innovación en tecnología y gerencia empresarial y otros factores que promuevan la rentabilidad”. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2006)

Desarrollo local.- “El Banco Mundial define al desarrollo local como un fenómeno relacionado con personas trabajando juntas para alcanzar un crecimiento económico sustentable que traiga beneficios económicos y mejoras en calidad de vida para todos en la comunidad, siendo la comunidad una ciudad, pueblo o área”. Esta cita fue realizada por: (Reyes & Lopez, 2011).

Exportación.- “Se refiere simplemente a la salida de un producto de un determinado país con destino a otro, atravesando las deferentes fronteras o mares que separan las naciones. De acuerdo a las Aduanas las exportaciones se consideran como las salidas de mercancías del territorio aduanero nacional hacia una nación extranjera o hacia una zona franca industrial de bienes y/o servicios para permanecer en ella de manera definitiva”. (Castro Figuero, 2008)

CAPÍTULO 4

MARCO METODOLÓGICO

El capítulo correspondiente al marco metodológico está centrado en la recolección de información en el sector de Otavalo y posterior procesamiento de datos recabados para ser analizados y obtener los resultados relacionados con la producción de bolsos elaborados artesanalmente entre los productores otavaleños.

La presente investigación se fundamenta en el método deductivo que según Bernal (2009) menciona “este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares”. Ya que se toma en consideración cuestiones macro del sector de artesanías para explicar el comportamiento de las exportaciones de carteras textiles elaboradas de manera artesanal hacia los Estados Unidos.

La herramienta de investigación utilizada es el cuestionario que consiste, de acuerdo a Bernal (2009) “es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, con el propósito de alcanzar los objetivos de la investigación. Se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación”

4.1 Metodología

En la presente investigación enfocada en la creación de un centro de acopio para la exportación de bolsos de tela elaborados artesanalmente hacia los Estados Unidos, se desarrolló partiendo de la investigación Exploratoria y Descriptiva, para el posterior análisis, conocimiento y comprensión de los datos recolectados, referente a la exportación de bolsos de tela y su aceptación en el mercado estadounidense.

4.1.1 Investigación Exploratoria

La idea con esta investigación era de contar con los datos más precisos, que nos ayude a conocer los factores relevantes al problema de investigación, gracias a la gran flexibilidad que ofrece este tipo de investigación dentro de su metodología.

Es por esto que en base a la investigación exploratoria, en el presente proyecto se pudo recoger e identificar, datos sobre antecedentes generales respecto al problema de investigación, los cuales fueron investigados a profundidad; por lo tanto sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto de estudio; ya que gracias a este tipo de investigación se pudo conocer y examinar los temas y problemas que se han venido presentando y antes no abordados o sin solución o información necesaria para su ejecución, llegando a aumentar el grado de familiaridad durante el desarrollo de este centro de acopio.

4.1.2 Investigación Descriptiva

Para efectuar la presente investigación, se basó en la metodología de la investigación descriptiva, con la finalidad de que los datos recolectados en el presente proyecto de factibilidad, contribuyan eficazmente al conocimiento del problema en estudio y faciliten a la toma de decisiones.

Gracias a este tipo de investigación, los datos encontrados, están sujetos al análisis expresado tanto en términos cualitativos y cuantitativos; es así como se pudo obtener una gran cantidad de muestras representativas sujetos al análisis cuantitativo. Por tanto, los hallazgos en el presente proyecto, se consideran concluyentes en su naturaleza y por ello se utilizan como datos de entrada para la toma de decisiones, basados en la determinación, evaluación y selección del mejor curso de acción a seguir en una situación determinada.

4.1.3 Fuentes de Investigación

4.1.3.1 Primaria

Gracias a esta fuente de investigación, podremos obtener información referente al entorno social; el mismo que nos proporcionará la información básica, de primera mano, para ir recabando información en base a entrevistas y encuestas.

Entre las fuentes de información primaria se encuentran:

- Observación.
- Consulta con intermediarios.
- Productores.

4.1.3.2 Secundaria

Se refiere a las industrias e instituciones, las cuales nos aportarán con datos actualizados a través de publicaciones sobre el tema de investigación en el presente proyecto; siendo la característica fundamental de la investigación, el descubrimiento de principios generales.

Entre las fuentes de información secundaria se encuentran:

- Radio y Televisión.
- Publicaciones en prensa escrita.
- Folletos.
- Páginas de Internet relacionadas a procesos de elaboración del producto, competencia y tendencias del mercado.
- Bibliotecas.

4.1.3.3 Terciaria

Se refiere a la información obtenida a base de investigaciones hechas por terceras personas; las mismas que se encuentran recopiladas en informes, publicaciones, tesis, etc., a las cuales se recurrirá como guía para el desarrollo de la presente investigación.

4.1.3.4 Mixta

Esta fuente de investigación, hace referencia a todas las anteriores; incluyendo las empresas a las que se recurrirá para analizar la información recabada finalmente.

4.1.4 Técnicas de Investigación

4.1.4.1 Observación

Debido a que la observación constituye un elemento fundamental, en el cual se apoya el investigador durante todo el proceso investigativo, y gracias a que en gran parte del conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

Por lo tanto, es esencial poner en práctica esta valiosa técnica; la cual nos servirá de gran ayuda para el reclutamiento de la información, en lo que se refiere a la exportación de bolsos de tela, así como también los intermediarios que son los que imponen los precios de exportación; así como también los gustos y preferencias que demanda el cliente, etc.; ayudándonos de esta manera para incrementar nuestro conocimiento en el mercado objetivo, el cual se hace necesario e imprescindible para continuar con el desarrollo de este proyecto de investigación.

4.1.4.2 Estadística

Gracias a la ayuda de esta técnica, se podrá obtener información concerniente a datos actuales y reales del mercado, sirviéndonos como instrumento para poder posteriormente realizar proyecciones basadas en un alto grado y porcentaje de veracidad, con relación a los requerimientos que demande el proyecto.

4.1.4.3 Encuestas

Se podrá obtener datos que son de relevante interés e importancia, para el desarrollo del presente centro de acopio; en lo que respecta a los datos obtenidos referente a las opiniones y actitudes demostradas por parte de varios consumidores de bolsos de tema, los mismos que vendrán a ser los potenciales clientes del producto. Estas encuestas estarán dirigidas a los potenciales consumidores, empleando un cuestionario, el cual permitirá contar con un método ordenado y estructurado para la posterior recopilación de datos; y de esta manera poder determinar sus gustos, preferencias, atributos que buscan en el producto, y consecuentemente poder definir el precio de los bolsos de tela.

4.1.4.4 Entrevistas

Se recurrió a esta técnica de investigación, la misma que consiste en un diálogo entre dos personas: el entrevistador "investigador" y el entrevistado; con el fin de obtener datos e información más detallada por parte de éste; el cual tiene alguna relación con el problema de investigación. Por lo tanto, se realizarán entrevistas a productores de bolsos de tela, intermediarios y asociaciones interesadas.

Las etapas para aplicar el cuestionarios son las siguientes:

4.1 Etapa I: Recolección de información

La recolección de información en el sector de Otavalo, se realizó en el lugar conocido como la plaza de los ponchos, sitio donde se dan cita los pequeños productores con el

fin de exhibir sus productos elaborados artesanalmente tanto a los turistas nacionales como internacionales que visitan Otavalo.

4.2 Etapa II: Diseño de la encuesta

El grupo a evaluar lo constituye la población de los pequeños productores de bolsos elaborados artesanalmente en el sector de Otavalo; donde se busca obtener información con respecto a variables demográficas, sociales y productivas de acuerdo a las siguientes variables:

Tabla 12.

Indicadores

VARIABLE	INDICADORES
DEMOGRAFICA	Sector de residencia de los productores artesanales
	Genero
	Edad
SOCIAL	Educación
PRODUCCIÓN	Tipo de producción
	Frecuencia de producción
	Nivel de producción
	Costos de producción
	Lugares de comercialización
	Rentabilidad
	Lugar de comercialización
	Asociatividad

Nota: Variables, Indicadores. Fuente: Encuesta. Por: P. Vivero & A. García. 2015

Con esta información se busca conocer la estructura demográfica de la población que se dedica a la producción de bolsos artesanales, además de su situación educativa y lo concerniente a las variables propias del proceso de producción y comercialización. Finalmente, se establece indicadores con relación a la asociatividad de los productores y su disposición a formar parte de una asociación.

4.3 Etapa III: Cálculo de la muestra

En el presente trabajo de investigación, la población objeto de estudio estará constituida por los productores de bolsos elaborados artesanalmente del sector de Otavalo que venden sus productos en la Plaza de los Ponchos; según información

recabada el universo esta conformado por 52 productores del cantón Otavalo. Por lo tanto, la formula del cálculo de la muestra es la siguiente:

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

σ = desviación estándar de la población

Z = valor obtenido mediante niveles de confianza, es un valor constante que si no tiene su valor se toma en relación al 95% de confianza, este es un estándar de la ciencia estadística, este valor de confianza tiene un valor constante según las tablas estadísticas de 1,96.

e = límite aceptable de error muestral que para el caso de estudio es 5%.

Reemplazando la fórmula con los datos obtenidos de la población la muestra se calcula de la siguiente manera:

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = 52

σ = 0,5

Z = 1,96.

e = 0,05

$$n = \frac{52 * 0,5 * 0,5 * 1,96 * 1,96}{(52 - 1) * 0,05 * 0,05 + 0,5 * 0,5 * 1,96 * 1,96}$$

$$n = 40$$

Con este cálculo se determina que se deben realizar 40 encuestas dirigidas a los productores de bolsos artesanales del cantón Otavalo.

4.4 Etapa IV: Aplicación de la encuesta

La herramienta a ser aplicada en el presente proyecto, a fin de que atienda a la realidad de la productores del cantón Otavalo, tuvo que ser sometida a una etapa inicial de análisis y adaptación, trabajo que fue ejecutado en coordinación con los dirigentes gremiales de la Plaza de los Ponchos permitiendo identificar y modificar los términos de la encuesta que pudiesen dificultar su comprensión.

La etapa de socialización, esto se llevó a cabo en primera instancia mediante la comunicación de los dirigentes gremiales a los posibles encuestados, exponiendo los objetivos que perseguían este proceso y los métodos que se iban a utilizar.

Para el día de realización de la encuesta, se contó con el apoyo de los dirigentes gremiales en compañía de los investigadores, para obtener una mayor participación de los encuestados.

4.5 Etapa V: Análisis y presentación de los resultados

Una vez finalizada la recolección de información con los encuestados, se procedió a la tabulación de los resultados, utilizando las herramientas gráficas y analíticas de Excel. Se ordenó la información en base a dos criterios de información, estas son variables demográficas, sociales y productivas.

Pregunta N° 1

¿En qué sector de Otavalo vive?

Tabla 13.

Frecuencia

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Iluman	8	20%
Quinchuqui	5	13%
Peguiche	3	8%
Otros	24	60%
Total	40	100%

Nota: Frecuencia. Fuente: Investigación. Elaboración: P. Vivero & A. García. 2015

Análisis e interpretación de los resultados

La población encuestada no tiene una concentración definida según el sector de vivienda, ya que el 60% corresponde a diversos sectores del cantón Otavalo. El sector de residencia con mayor cantidad de encuestados corresponde a la parroquia Ilumán.

Pregunta N° 2

¿Cuál es su género?

Tabla 14.

Género

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Masculino	22	55%
Femenino	18	45%
Total	40	100%

Nota: Género. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015

Análisis e interpretación de los resultados

En la pregunta relacionada al género, la información encontrada a través de la encuesta, determina que existe una leve mayoría de población masculina. Es importante mencionar, que los porcentajes obtenidos en el cantón Otavalo se relacionan a los porcentajes de distribución poblacional nacional en cuestión de género.

Pregunta N° 3

¿Cuál es su nivel de estudios?

Tabla 15.

Nivel de estudios

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Primaria	19	48%
Secundaria	18	45%
Universidad Completa	0	0%
Universidad Incompleta	3	8%
Total	40	100%

Nota: Nivel de estudios. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A.García.2015

Análisis e interpretación de los resultados

El 92% de los encuestados tiene educación formal hasta el nivel de secundaria, lo que manifiesta que el acceso a educación universitaria es restringido para la población encuestada, ya que no existen personas con estudios universitarios completos.

Tabla 16.

Nivel de estudios según género.

	Masculino	Femenino	Total
Primaria	11	8	19
Secundaria	11	7	18
Universidad Completa	0	0	0
Universidad Incompleta	0	3	3
Total	22	18	40

Nota: Nivel de estudios. Fuente: Investigación. Por: P.Vivero & A.García.2015

Análisis e interpretación de los resultados

Al realizar un análisis cruzado entre las variables de género y estudios, se evidencia que la población femenina tiene un interés mayor por continuar con su proceso de educación en instituciones de tercer nivel, ya que de las tres personas que responden que tienen educación superior, todas pertenecen al género femenino.

Tabla 17.

Nivel de estudios según edad

	Menores de 18 años	Entre 18 - 35 años	Entre 36 - 50 años	Mayores de 51 años	Total
Primaria	1	3	4	11	19
Secundaria	0	10	7	1	18
Universidad Completa	0	0	0	0	0
Universidad Incompleta	0	2	1	0	3
Total	1	15	12	12	40

Nota: Nivel de estudios. Fuente: Investigación. Por: P.Vivero & A.García.2015

Análisis e interpretación de los resultados

De igual manera que la tabla anterior, se procede a realizar un análisis cruzado entre las variables de edad y estudios, se evidencia que la población de mayor edad alcanza un menor nivel de educación formal; esto evidencia, que las nuevas generaciones tienen un mayor acceso a las instituciones educativas.

Pregunta N° 4

¿Cuál es su edad?

Tabla 18.

Edad

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Menores de 18 años	1	2%
Entre 18 - 35 años	15	38%
Entre 36 - 50 años	12	30%
Mayores de 51 años	12	30%
Total	40	100%

Nota: Nivel de estudios. Fuente: Investigación. Por: P.Vivero & A.García.

Análisis e interpretación de los resultados

En lo relacionado a la edad, la población encuestada tiene una distribución proporcional entre los rangos de edad establecidos en la pregunta.

Pregunta N° 5

¿Qué tipo de artesanías produce?

Tabla 19.

Artesanías

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Ponchos	5	13%
Hamacas	1	3%
Bolsos de tela	26	65%
Artesanías	5	13%
Collares	2	5%
Cuadros artesanales	1	3%
Total	40	100%

Nota: Nivel de estudios. Fuente: Investigación. Por: Vivero & A.García.2015

Análisis e interpretación de los resultados

El producto con mayor preferencia en la producción son los bolsos y cartera elaboradas artesanalmente; por lo que 26 encuestados responden afirmativamente; seguido por la elaboración de artesanías y ponchos.

Pregunta N° 6

¿Con que frecuencia produce bolsos de tela?

Tabla 20.

Frecuencia de producción de bolsos de tela

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Semanal	18	69%
Quincenal	3	12%
Mensual	5	19%
Total	26	100%

Nota: Frecuencia de producción de bolsos. Fuente: Investigación. Por: P.Vivero & A.García.2015

Análisis e interpretación de los resultados

La frecuencia de producción preferida por los encuestados es semanal, esto se presenta porque a los comerciantes no les gusta mantener inventarios y prefieren elaborar los bolsos y carteras según las ventas de cada semana.

Pregunta N° 7

¿Qué cantidad de bolsos de tela elabora mensualmente?

Tabla 21.

Cantidad de bolsos de tela elaborados mensualmente

Producción mensual	Frecuencia	%	Producción mensual ponderada
20	3	11,54%	2,31
50	2	7,69%	3,85
80	1	3,85%	3,08
100	2	7,69%	7,69
120	1	3,85%	4,62
160	1	3,85%	6,15
200	6	23,08%	46,15
250	1	3,85%	9,62
300	1	3,85%	11,54
320	1	3,85%	12,31
400	4	15,38%	61,54
600	1	3,85%	23,08
800	1	3,85%	30,77
1000	1	3,85%	38,46
4.400	26	100,00%	261

Nota: Cantidad de bolsos. Fuente: Investigación. Por:P.Vivero& A.García.2015

Análisis e interpretación de los resultados

El volumen de producción de bolsos de tela tiene un rango entre 20 y 1.000 unidades elaboradas mensualmente. El volumen de producción con mayor porcentaje de res-

puestas es 200 unidades mensuales. Para determinar un volumen de producción mensual de los encuestados, se utiliza el promedio ponderado; de esta manera la producción mensual de los encuestados es 261 unidades de bolsos de tela.

Pregunta N° 8

¿En qué sector de Otavalo produce?

Tabla 22.

Sector de producción en Otavalo

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Norte	14	54%
Sur	3	12%
Centro	9	35%
Total	26	100%

Nota: Nivel Sector de producción. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015

Análisis e interpretación de los resultados

Los encuestados tienen preferencia por ubicarse en el sector norte del cantón Otavalo; esto debido a que, se encuentran cerca de los canales de comercialización de sus productos.

Pregunta N° 9

¿Cuánto le cuesta producir por unidad de bolso de tela?

Tabla 23.

Costo de producción por unidad de bolso de tela

Costo unitario	Frecuencia	Porcentaje	Costo unitario ponderado por productor
\$ 0,60	1	3,85%	\$ 0,02
\$ 1,00	1	3,85%	\$ 0,04
\$ 1,20	1	3,85%	\$ 0,05
\$ 1,30	1	3,85%	\$ 0,05
\$ 1,60	1	3,85%	\$ 0,06

\$ 3,33	1	3,85%	\$ 0,13
\$ 4,00	1	3,85%	\$ 0,15
\$ 6,00	1	3,85%	\$ 0,23
\$ 6,50	1	3,85%	\$ 0,25
\$ 7,00	1	3,85%	\$ 0,27
\$ 12,00	1	3,85%	\$ 0,46
\$ 14,00	1	3,85%	\$ 1,15
\$ 2,00	2	7,69%	\$ 0,15
\$ 1,50	3	11,54%	\$ 0,17
\$ 2,50	3	11,54%	\$ 0,29
\$ 5,00	3	11,54%	\$ 0,58
\$ 10,00	3	11,54%	\$ 1,15
Costo Promedio Ponderado Unitario			\$ 4,75

Nota: Costo de producción. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015

Análisis e interpretación de los resultados

El costo unitario de producción de bolsos de tela tiene un rango entre \$ 0,60 y \$ 14 dependiendo de la materia prima, diseño y otros factores que inciden en la producción. El costo unitario de producción con mayor porcentaje de respuestas es \$1,50, \$2,50, \$5,00 y \$ 10,00. Para determinar un costo promedio de los encuestados, se utiliza el promedio ponderado; de esta manera se determinó el costo de producción de cada unidad de bolso de tela es \$ 4,75.

Pregunta N° 10

¿En qué lugar comercializa los bolsos de tela?

Tabla 24. Lugares de comercialización de los bolsos de tela

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Otavalo	25	63%
Fuera de Otavalo	8	20%
Exporta	6	15%
Otra	1	3%
Total	40	100%

Nota: Lugares de comercialización. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015

Análisis e interpretación de los resultados

El lugar preferido para comercializar la producción de bolsos de tela es Otavalo, seguido de la comercialización en otras ciudades del país. En lo relacionado a la exportación se ubica en el tercer lugar con el 15% de preferencia por los productores de Otavalo.

Pregunta N° 11

¿Cuál es su forma de comercialización de bolsos de tela?

Tabla 25.

Forma de comercialización de bolsos de tela

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Puesto plaza	25	76%
Local comercial	2	6%
Distribuidores	5	15%
Otros	1	3%
Total	33	100%

Nota: Forma de comercialización. Fuente: Investigación. Por:P.Vivero& A.García.2015

Análisis e interpretación de los resultados

El canal de comercialización de la producción de bolsos de tela es la Plaza de los Ponchos, 76% de los encuestados respondió con esta opción; 15% utiliza el canal de comercialización a través de distribuidores.

Pregunta N° 12

¿A qué precio vende los bolsos de tela?

Tabla 26.

Precio de Venta de los bolsos de tela

Precio de venta unitario	Frecuencia	Porcentaje	Precio unitario ponderado
\$ 2,50	1	4%	\$ 0,10
\$ 3,00	1	4%	\$ 0,12
\$ 6,00	1	4%	\$ 0,23
\$ 8,50	1	4%	\$ 0,33
\$ 11,00	1	4%	\$ 0,42
\$ 12,00	1	4%	\$ 0,46
\$ 1,50	2	8%	\$ 0,12
\$ 2,00	2	8%	\$ 0,15
\$ 3,50	2	8%	\$ 0,27
\$ 4,00	2	8%	\$ 0,31
\$ 5,00	2	8%	\$ 0,38
\$ 16,00	2	8%	\$ 1,23
\$ 18,00	3	12%	\$ 2,08
\$ 10,00	5	19%	\$ 1,92
Precio de venta al público ponderado			\$ 8,12

Nota: Precio de Venta. Fuente: Investigación. Por:P.Vivero& A.García.2015

Análisis e interpretación de los resultados

El precio de venta al público de bolsos de tela tiene un rango entre \$ 1,50 y \$ 18 dependiendo de la materia prima, diseño y otros factores que inciden en la comercialización. El precio de venta con mayor porcentaje de respuestas es \$ 10. Para determinar un precio promedio de los encuestados, se utiliza el promedio ponderado; de esta manera se determinó el precio de venta al público de cada unidad de bolso de tela es \$ 8,12. En relación al costo de producción se puede mencionar que cada productor gana en promedio \$ 3,37 por cada bolso de tela vendido.

Pregunta N° 13

¿Forma parte de alguna asociación de productores o comercializadores?

Tabla 27.

Forma parte de alguna asociación de productores o comercializadores

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Si	1	4%
No	25	96%
Total	26	100%

Nota: Pertenece a alguna asociación. Fuente: Investigación. Por:P.Vivero& A.García.2015

Análisis e interpretación de los resultados

Mayoritariamente los encuestados no forman parte de una asociación de productores de bolsos de tela.

Pregunta N° 14

¿Le gustaría pertenecer a alguna asociación que le permita mejorar la comercialización de sus artesanías?

Tabla 28.

Gusto de pertenecer a alguna asociación que le permita mejorar la comercialización de sus artesanías

Opción de respuesta	Frecuencia	%
Si	19	76%
No	6	24%
Total	25	1

Nota: Gusto de pertenecer a alguna asociación. Fuente: Investigación. Por:P.Vivero& A.García.2015

Análisis e interpretación de los resultados

De los 25 encuestados que no pertenecen a una asociación, 76% manifiesta que si está interesado en pertenecer a una asociación. Como muestra el siguiente gráfico, las principales razones para hacerlo son competitividad y la posibilidad de poder exportar su producción.

CAPÍTULO 5

PROPUESTA

5.1 Propuesta de mecanismo asociativo

5.1.1 Título

“COMERCIALIZADORA ASOCIATIVA DE PEQUEÑOS Y MEDIANOS COMERCIANTES PARA LA EXPORTACIÓN DE BOLSOS DE TELA ELABORADOS ARTESANALMENTE EN OTAVALO HACIA NEW YORK- ESTADOS UNIDOS”

Los pequeños y medianos comerciantes de Otavalo tienen la posibilidad de acceder a mercados internacionales eliminando las posibles barreras de entrada y reduciendo costos de transacción, mediante mecanismos de asociatividad que les permita exportar los bolsos de tela elaborados artesanalmente hacia el mercado de los Estados Unidos.

El diseño del mecanismo de empresa asociativa tiene que estar basada en las expectativas de los comerciantes para gestionar, satisfacer y equilibrar sus necesidades internas y adaptarse a las circunstancias del mercado internacional.

5.1.2 Objetivos

Los objetivos que debe perseguir la empresa asociativa son los siguientes:

- La empresa asociativa de pequeños y medianos comerciantes fomentará la estrategia de comercio exterior con el fin culminar con éxito el proceso de comercialización de los bolsos de tela elaborados por los artesanos de Otavalo.
- La participación de todos los asociados es imprescindible en la vida de la empresa asociativa porque participar les permitirá aportar sus ideas, trabajo y recursos. La unidad de la gente constituye la fuerza de la empresa asociativa y solidaria.
- Determinará los compromisos de trabajo de los asociados basados en los siguientes atributos: calidad, cantidad, tiempo y espacio.

- Deberán estar en la capacidad de identificar aquellos aspectos que inciden en los altos costos de la comercialización y reducirlos con acciones estratégicas que permitan a los asociados llegar con el producto al mercado exterior con precios competitivos.

5.2 Estudio de Mercado

5.2.1 Mercado del proyecto

Los consumidores de los bolsos de tela elaborados artesanalmente se encuentran ubicados en el mercado de Estados Unidos de América. Se seleccionó este país como la mejor opción para exportar los bolsos de tela en consideración tanto al flujo de las exportaciones de los bolsos artesanales; así como, el tamaño de la economía, capacidad de compra del consumidor y acceso a mercado, por tanto es importante conocer información relativa al mercado de los Estados Unidos de América.

Tabla 29.

Datos de interés de los Estados Unidos

Capital	Washington, DC
Presidente	Barack Obama
Vicepresidente	Joe Biden
Ciudad más poblada	Nueva York
Población de Estados Unidos	316,668,567
PIB (nominal)	USD 13.790.000 millones
PIB per cápita	USD 43.594
Moneda	Dólar
Idioma	Inglés

Nota: Datos de interés. Fuente: Procuador, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones
Por: P.Vivero&A.García.p

5.2.1.1 Población urbana y las principales ciudades

Según el U.S. Census Bureau (actualizada al 2010), la población urbana corresponde al 79% de la población total. A continuación se presenta la población de las principales ciudades de ese país:

Tabla 30.
Ciudades de Estados Unidos

Principales Ciudades de Estados Unidos	
Ciudades	Población
Nueva York	8.405.837
Los Angeles, California	3.819.702
Chicago, Illinois	2.707.120
Houston, Texas	2.145.146
Philadelphia, Pensilvania	1.536.471
Phoenix, Arizona	1.469.471
San Antonio, Texas	1.359.758
San Diego, California	1.326.179
Dallas, Texas	1.223.229
San José, California	967.487
ESTADOS UNIDOS	316.000.001

Nota: Principales ciudades. Fuente: Proecuador Instituto de Promoción de Exportaciones e In-
versiones (2013). Por: P.Vivero&A.García.p

5.2.2 Investigación de mercado

“La investigación de mercado provee información sobre las características que debe reunir el producto para llegar al mercado, relaciona al consumidor, cliente y al público con el especialista de mercadeo a través de la información que se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de mercadeo para mejorar la comprensión del mercado como un proceso.” (Meneses Alvarez, 2004, pág. 41)

De acuerdo a lo mencionado anteriormente a continuación se describe todo lo relacionado con el producto, consumidor, demanda, oferta, demanda insatisfecha y estrategias comerciales.

5.2.3 Identificación del Producto

5.2.3.1 Bolsos de tela elaborados artesanalmente

Los bolsos de tela elaborados de forma artesanal, es un producto de calidad que cuenta con las características necesarias que un cliente busca como son: suavidad, diversidades de colores, versatilidad, resistencia y duración, acabados de calidad bajo los conceptos de elegancia, funcionalidad y calidad en el diseño ya que utiliza entre sus materiales (herrajes, hebillas, adornos, broches, etc.). A partir de las aplicaciones y el uso de materiales tipo rústico se pretende rescatar aspectos culturales locales y regionales del país que permitirán dar al producto ese toque artesanal. El producto busca servir de accesorio decorativo del vestuario femenino logrando adaptarse tanto a los estilos casuales así como estilos informales.

Los bolsos artesanales son muy apetecidos por los mercados internacionales, países como España, Italia, Holanda, Alemania, Estados Unidos y México tienen una alta demanda por este tipo de productos, el diseño de los bolsos que incluyen en su mayoría bordados y la combinación de los materiales hace que los usuarios especialmente extranjeros aprecien el trabajo realizado a mano por los artesanos ecuatorianos.

Los bolsos de tela son elaborados a mano por artesanos ecuatorianos del sector de Otavalo, quienes poseen una gran experiencia en la elaboración de bordados y apliques hechos a mano, esta razón es muy importante ya que sus elaborados a mano son muy apetecibles en el mercado internacional. Los materiales utilizados en la elaboración de los bolsos además de ofrecer una alta durabilidad dan al producto una buena textura y detalles que mejoran la apariencia.

Los bolsos de tela elaborados artesanalmente son más económicos comparados con el resto de bolsos existentes en el mercado.

Son diseños con bordados exclusivos y funcionales, sus acabados le otorgan un toque de distinción y realce además de seguir las tendencias de la moda. Los artesanos otavaleños ofrecen garantía del producto para el consumidor final.

Los modelos de bolsos de tela artesanales para la exportación tendrán un realce en el cocido además se usarán hebillas y broches, los botones le dan una característica propia a cada modelo. La calidad, el terminado, la novedad harán que cada consumidor tenga un modelo de su preferencia.

A continuación se aprecia los modelos de los bolsos de tela elaborados por los artesanos de Otavalo que servirán para la exportación hacia los Estados Unidos:

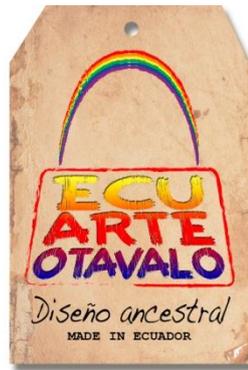


Peso cartera artesanal: 0,40 kg.

5.2.3.2 Usos de los bolsos de tela elaborados artesanalmente

Los bolsos de manera general son muy útiles, prácticos y sirven para introducir cualquier tipo de objetos para su fácil transportación, el objetivo de los bolsos de tela elaborados artesanalmente además de prestar la utilidad antes mencionada busca crear una identidad cultural a través de los bordados, apliques de material rústico que permita al cliente valorar los productos elaborados artesanalmente.

Logo carteras artesanales



Elaborado por: P. Vivero & A. García: 2015

5.2.3.3 Presentación y empaque del producto

Luego de que los bolsos de tela pasen por un control de calidad, estos tendrán un distintivo con la marca elaborado a mano, el mismo que será colocado en la tira de cargar del bolso.

De igual manera el bolso será envuelto en un papel de seda de color blanco o de colores vivos, el papel de seda viene cortado de acuerdo a la dimensión del bolso con el fin de darle un toque más sofisticado.

Peso: 0,06 kg

Peso de la bolsa con la

Bolso artesanal: 0,46 kg

Elaborado por: P. Vivero & A. García.

Bolso



Elabo-

El Costo del papel seda oscila entre los 10 y 50 centavos de dólar:

Papel de seda de color: 0,57 centavos cada uno.

Papel de seda blanco: 0,13 centavos cada uno.

El paquete de papel en color blanco tiene un precio de \$15 y en color \$28 tomando en cuenta que cada paquete de papel de seda contiene 500 unidades.

Empaque secundario del producto

Caja de cartón que contiene 60 bolsos de tela con su respectiva cartera artesanal

Peso: 0,40 Kg.

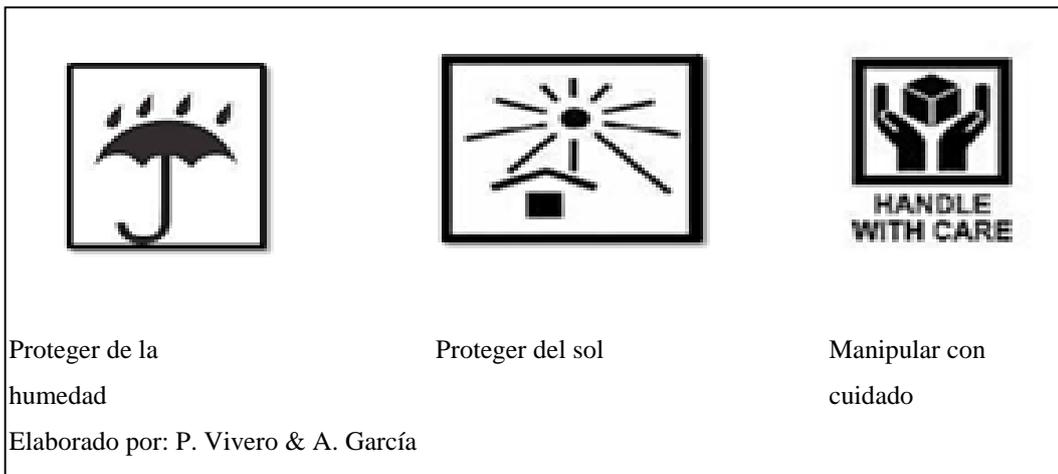
Peso caja cargada: 27,6 kg

Largo, ancho y alto: 50 cm

Marcas del empaque secundario



Las cajas estarán marcadas con los siguientes símbolos para el cuidado del producto.



5.2.3.4 Ventajas competitivas del producto

Los bolsos de tela artesanales a exportar poseen ciertas ventajas competitivas por las cuales los clientes aceptarán este tipo de producto:

5.2.4 Consumidor

Según MénesesAlvarez(2004), “el análisis del consumidor tiene por objeto caracterizar los tipos de consumidores actuales y potenciales, identificar preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc. De manera tal que se pueda obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial”.(pág. 53)

5.2.4.1 Mercado Seleccionado: Nueva York

Las ciudades preseleccionadas para exportar los bolsos de tela elaborados artesanalmente, son las tres principales ciudades de los Estados Unidos. Para estas tres ciudades se aplicó la calificación de los factores ponderados según el orden de importancia para el proyecto.

La mayor ponderación está asociada a factores políticos y económicos, porque son los que tienen mayor incidencia para el éxito o fracaso del emprendimiento. De esta manera, la ciudad con mayor puntaje obtenido fue New York.

5.2.5 Segmentación del mercado

Se puede definir como segmentación de mercados, según Bonta&Forber, como "el proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada características, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento"(Bonta & Farber, 2006, págs. 30-31).

5.2.5.1 Variable Geográfica

El mercado de la empresa asociativa para exportar los bolsos de tela elaborados artesanalmente estará dirigido a la población urbana de la ciudad de New York, Estados Unidos de América.

5.2.5.2 Variable Demográfica

Tabla 31.

Variable Demográfica

Edad	A partir de los 18 años hasta los 64 años.
Género	Femenino
Ciclo de Vida Familiar	Solteras, Casadas, Madres con o sin hijos
Religión	Sin restricción alguna
Raza	Sin restricción alguna
Nivel de ingresos	Medio – Medio Alto – Alto
Nivel de educación	Primaria, Secundaria o Superior

Nota: Variable Demográfica.Fuente: Investigación.Por:P.Vivero& A.García:2015

5.2.5.3 Variable Psicográfica

Tabla 32.

Variable Psicográfica

Clase social	Medio - Medio Alto - Alto
Estilo de vida	Mujeres contemporáneas preocupadas por su imagen personal y por utilizar accesorios de calidad.
Personalidad	Innovadoras, emprendedoras y curiosas
Gustos	Moda, uso de accesorios

Nota: Variable psicográfica.Fuente: Investigación .Por:P.Vivero& A.García.2015

5.2.5.4 Variable Conductual

Tabla 33.

Variable Conductual

Beneficios pretendidos	Innovación, precio, calidad
Actitud	Clientes que prefieren productos no-vedosos, utilitarios, originales diseñados y elaborados artesanalmente
Tipo de usuario	Opta por productos innovadores
Frecuencia de uso	Frecuencia media o alta

Nota: Variable Conductual. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015

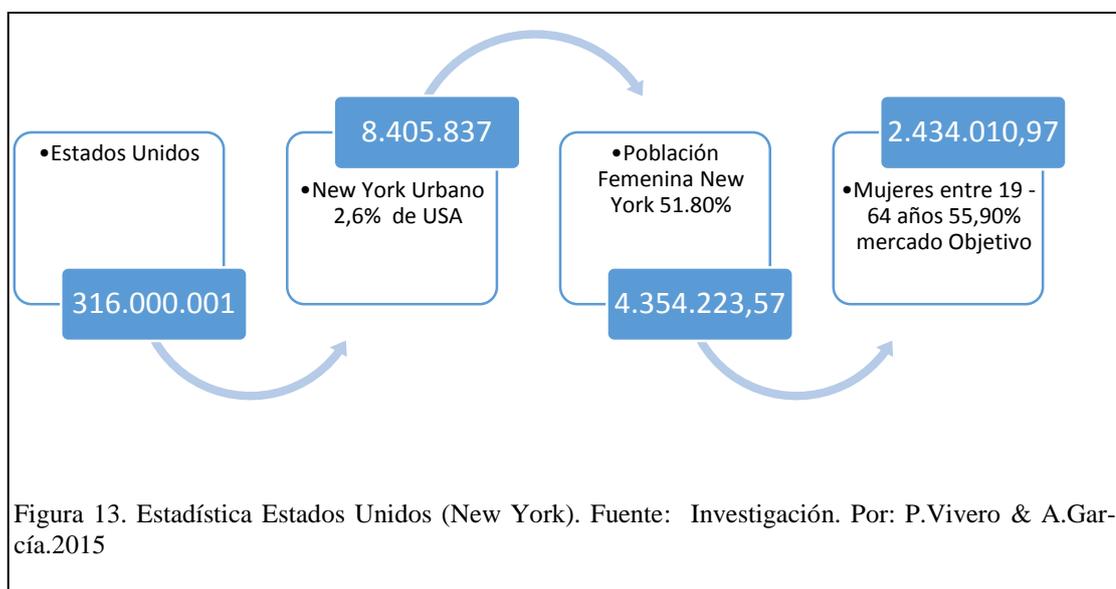


Tabla 34.

Porcentaje de mujeres que viven en Nueva York en edades Comprendida entre los 19 y 64 años

Población Nueva York	Porcentaje	Total
Población Nueva York	100%	8.405.837,00
Porcentaje mujeres	51,80%	4.354.223,57
Mujeres entre 19 y 64 años	55,90%	2.434.010,97

Nota: Porcentaje femenino de la población de Nueva York. Fuente: www.quickfacts.census.gov Por: P. Vivero & A. García. 2015

5.2.6 Demanda

Se conoce como demanda a una de las dos fuerzas que está presente en el mercado, “representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos”. (Koontz, 2006)

5.2.6.1 Determinación de la demanda

No cabe duda que los usuarios nuyorquino presentan gran variedad de gustos y preferencias en lo que respecta a compras de bolsos y carteras, ya sean estas por moda, vanidad o por uso de alguna actividad, sin embargo estas preferencias cada vez más llamativas es lo que ha permitido fortificar la oferta de los países proveedores de éste tipo de productos especialmente los elaborados de manera artesanal.

Estos tipos de productos que provienen de ser elaborados a través de procesos artesanales son muy demandados en el mercado Americano, debido a su variedad, creatividad y diseño. Este es un punto positivo y estratégico a considerar ya que se presenta como una oportunidad para el negocio de venta de bolsos de tela a un mercado donde el consumo es muy frecuente y considerado de gran escala.

Para determinar la demanda histórica de carteras en el mercado de los Estados Unidos, se utilizo la fórmula del consumo aparente (Meneses, 2007) :

$$\text{Consumo Aparente} = \text{Producción Nacional} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

En la siguiente tabla se presenta la información relacionada con la producción, importación y exportación de bolsos y carteras en el mercado estadounidense, en el período comprendido entre los años 2003 y 2013. En la última columna se detalle el cálculo correspondiente al consumo aparente con la fórmula antes mencionada.

Tabla 35.

Producción, importación y exportación de bolsos y Carteras en el mercado estadounidense

Años	Producción (p)	Importación (i)	Exportación (x)	Consumo Aparente (ca)
	valores en millones de dólares			
	ca = p + i - x			
2003	3.278	9.975	1.272	11.980
2004	3.349	10.049	1.265	12.133
2005	3.266	10.196	1.275	12.187
2006	3.295	10.446	1.303	12.437
2007	3.420	10.707	1.331	12.796
2008	3.798	10.265	1.227	12.835
2009	2.538	8.187	1.233	9.492
2010	3.778	10.495	1.221	13.052
2011	2.769	11.076	1.332	12.513
2012	3.464	11.946	1.477	13.933
2013	4.173	12.273	1.495	14.950

Nota: Mercado Estadounidense. Fuente: Mancilla Pinzón Liliana (2013). P. Vivero & A. García

5.2.6.2 Proyección de la demanda

Para el cálculo de la proyección de la demanda se utiliza la metodología de regresión lineal.

La ecuación de la regresión corresponde al modelo lineal representado por:

$$Y = a + b(x)$$

Aplicando las siguientes fórmulas para obtener los valores de la ecuación:

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \bar{y} - b \bar{x}$$

Donde la **variable independiente (x)** corresponde al número de años en la proyección y la **variable dependiente (y)** corresponde a los valores para cada rubro a

proyectar para calcular el consumo aparente, estos valores son: producción, importación y exportación (presentados en la tabla anterior), de esta manera se aplicó la regresión lineal utilizando la función análisis de datos del software Microsoft Excel, obteniendo los siguientes valores de proyección

Tabla 36.

Proyección de la producción de carteras y bolsos en los Estados Unidos

Proyección de la producción de bolsos y carteras (millones de dólares)		
Años	variable independiente	variable dependiente
	X	Y
2003	1	3.278
2004	2	3.349
2005	3	3.266
2006	4	3.295
2007	5	3.420
2008	6	3.798
2009	7	2.538
2010	8	3.778
2011	9	2.769
2012	10	3.464
2013	11	4.173
2014	12	4.305
2015	13	4.409
2016	14	4.513
2017	15	4.617
2018	16	4.721
2019	17	4.825

Nota: Proyección carteras y bolsos Estados Unidos. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Tabla 37.

Proyección de la importación de carteras y bolsos hacia los Estados Unidos

Proyección de la importación de bolsos y carteras de cuero (millones de dólares)			
años	variable independiente	variable dependiente	fuelle de los datos
	X	Y	
2003	1	9.975	datos tabla 42
2004	2	10.049	
2005	3	10.196	
2006	4	10.446	
2007	5	10.707	
2008	6	10.265	
2009	7	8.187	
2010	8	10.495	
2011	9	11.076	
2012	10	11.946	
2013	11	12.273	
2014	12	16.025	datos proyectados
2015	13	16.650	
2016	14	17.276	
2017	15	17.902	
2018	16	18.527	
2019	17	19.152	

Nota: Proyección de importación bolsos y carteras. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García

Tabla 38.

Proyección de la exportación de carteras y bolsos desde los Estados Unidos

Proyección de la exportación de bolsos y carteras (millones de dólares)			
Años	variable independiente	variable dependiente	fuelle de los datos
	X	Y	
2003	1	1.272	datos tabla 42

2004	2	1.265	
2005	3	1.275	
2006	4	1.303	
2007	5	1.331	
2008	6	1.227	
2009	7	1.233	
2010	8	1.221	
2011	9	1.332	
2012	10	1.477	
2013	11	1.495	
2014	12	1.861	
2015	13	1.923	
2016	14	1.986	
2017	15	2.048	
2018	16	2.111	
2019	17	2.174	

Nota: Proyección de exportación de bolsos y carteras. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García

Tabla 39.

Proyección de consumo aparente de bolsos y carteras en los Estados Unidos

Años	producción (p) tabla 43	importación (i) ta- bla 44	exportación (x) tabla 45	consumo aparente (ca) $ca = p + i - x$
	valores en millones de dólares			
2014	4.305	16.025	1.861	18.469
2015	4.409	16.650	1.923	19.136
2016	4.513	17.276	1.986	19.803
2017	4.617	17.902	2.048	20.471
2018	4.721	18.527	2.111	21.138
2019	4.825	19.197	2.174	21.805

Nota: Proyección de consumo aparente de bolsos y Carteras. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015

Tabla 40.

Demanda Futura

Años	Consumo Aparente en Dólares	Cosumo per capita en Dólares	Consumo Aparente en Unidades	Consumo New York 3%	Mercado Objetivo 29%
2014	18.469.000.000	86,5	213.514.451	6.405.434	1.857.576
2015	19.136.000.000	87,45	218.818.431	6.564.553	1.903.720
2016	19.803.000.000	88,41	223.981.717	6.719.451	1.948.641
2017	20.471.000.000	89,39	229.017.930	6.870.538	1.992.456
2018	21.138.000.000	90,37	233.906.970	7.017.209	2.034.991
2019	21.805.000.000	91,36	238.662.511	7.159.875	2.076.364

Nota: Demanda Futura. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015

5.2.7 Estudio de la Oferta

La oferta tiene relación con la conducta de los productores, o vendedores. Refleja “la práctica que tienen de ofrecer bienes o servicios a cambio de un pago o reconocimiento expresado en un precio”. (Herrscher, 2002)

Para el presente proyecto el tipo de oferta empleada será la oferta competitiva o de mercado libre, debido a que se encuentra en un mercado de libre competencia con los diferentes tipos de carteras y bolsos que se comercializan en el mercado de New York.

Para contar con la información para la oferta se ha considera también los precios de carteras al consumidor en la ciudad de Nueva York tomando en cuenta carteras con similares características y calidad a las carteras que van a ser exportadas, en las siguientes tiendas:

Gráfico. Precios Promedio Mercado Estadounidense

Ebay



- Vintage Banjara Bolsa Indio Gypsy Hecho A Mano Espejo trabajo Multi Color algodón Tote \$116.10
- Bolso Con Correa Y Flecos-M24 \$189.99
- Nuevo Con Etiquetas hechas a mano, Rebecca Ray grandes Hudson's Bay Cazador Bolso Tote \$475



Promedio: \$260.37

Seastra



- Hill Tribe, Legacy, Cotton Fabric Bag, BRB906 \$ 225
- Fair Trade, Thai, Hill Tribe, Repurposed Fabric Bag, BCH903 \$182.92
- Fair Trade, Hill Tribe, Recycled Fabric Bag, BCH814 \$210



Promedio: \$205.98

Handcraftsmexico.com



- Bolsa Ale \$ 190.91
- Bolsa Eutimia \$ 183.00
- Bolsa Estilo Fernanda \$ 165.76



Promedio: \$179.89

En el cuadro anterior se observa que los precios de las carteras oscilan entre \$116 y \$475 siendo este último valor muy alto por lo que no será tomado en cuenta para el cálculo del promedio sino para justificar que el precio de una cartera artesanal tiene precios variados y elevados, el precio promedio de la cartera en las tres tiendas es de **\$182.96**; con este precio referencial se puede establecer un precio razonable con el cual se pueda comercializar los bolsos o carteras en el mercado nuyorquino.

5.2.7.1 Determinación de la oferta

La oferta de bolsos y carteras está compuesta por la producción interna y las importaciones que realiza Estados Unidos provenientes de diversos países, especialmente de China, Francia y la India como consta en la siguiente tabla:

Tabla 41.

Principales exportadores de carteras a los Estados Unidos

PRINCIPALES EXPORTADORES DE CARTERAS A LOS ESTADOS UNIDOS (CIFRAS EN DOLARES)						Promedio Período	Participación Porcentual
Años	2013	2012	2011	2010	2009		
Total	1.472.620.324	1.489.819.930	1.462.315.550	1.362.061.824	1.305.445.605	1.418.452.647	100%
China	1.141.873.821	1.193.078.565	1.232.893.681	1.171.013.047	1.143.252.561	1.176.422.335	82,9%
Francia	85.625.535	53.422.038	40.037.004	47.338.675	37.480.913	52.780.833	3,7%
Italia	70.743.936	81.455.632	71.805.452	60.935.453	59.574.624	68.903.019	4,9%
Vietnam	61.100.479	60.350.187	41.875.794	21.407.636	10.839.159	39.114.651	2,8%
Filipinas	28.018.216	15.155.497	5.770.124	1.366.575	2.176.730	10.497.428	0,7%
India	20.978.805	26.237.174	21.068.250	15.424.061	14.560.750	19.653.808	1,4%
Indonesia	16.728.678	15.941.964	8.391.593	8.252.413	6.823.440	11.227.618	0,8%
España	9.954.301	10.623.846	9.695.680	6.909.273	6.315.322	8.699.684	0,6%
Mexico	8.896.021	7.107.774	5.759.264	5.238.567	4.581.948	6.316.715	0,4%
Otros	28.700.532	26.447.253	25.018.708	24.176.124	19.840.158	24.836.555	1,8%
TOTAL Nueva York						42.553.579,41	

Participación Nueva York	
Ciudades	Población
Nueva York	8.405.837
Total Estados Unidos	316.000.001
% Nueva York	3%

Nota: Principales exportadores de carteras a los Estados Unidos Fuente: <http://comtrade.un.org/>. Por : P. Vivero & A. García.2015.

Para poder identificar el porcentaje que representa Nueva York del total de las exportaciones de carteras a los Estados Unidos, se tomó como referencia la tabla 47 la columna de promedio del periodo y a la vez se obtuvo el porcentaje que representa Nueva York que corresponde al 3% de la población total, con estos dos valores se determinó el valor de exportaciones de carteras de Nueva York así:

Tabla 42.

Oferta Futura

Años	Oferta total en Dólares	Cosumo per capita en dólares	Consumo Aparente en Unidades	Consumo New York 3%	Mercado Objetivo 29%
2014	1.418.452.647	86,5	16.398.296	491.949	142.665
2015	1.502.141.353	87,45	17.176.851	515.306	149.439
2016	1.590.767.693	88,41	17.992.369	539.771	156.534
2017	1.684.622.987	89,39	18.846.606	565.398	163.965
2018	1.784.015.743	90,37	19.741.400	592.242	171.750
2019	1.889.272.672	91,36	20.678.677	620.360	179.904

Nota: Oferta Futura. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.2.8 Demanda Insatisfecha

Para iniciar con el cálculo de la proyección de la demanda insatisfecha en el mercado estadounidense de bolsos y carteras elaboradas artesanalmente, se detalla el consumo aparente calculado en la tabla 46; posteriormente en base a la información de la población de Nueva York se determinó el porcentaje de mujeres en general y a su vez se tomó el porcentaje de mujeres comprendidas en las edades de 19 a 64 años que es nuestro grupo objetivo, dando como resultado el 29% lo que permitió obtener una proyección tanto de la Demanda y de la oferta en unidades de bolsos, permitiendo determinar adecuadamente el valor de la demanda insatisfecha.

Tabla 43.

Exportación de carteras en la ciudad de Nueva York (dólares)

Detalle	Cantidad	Calculos	Total
Exportaciones de carteras a Nueva York	\$ 42.553.579,41	29% de mujeres de segmento 19-64	\$ 12.340.538,03
Cantidad de dólares en bolsos que pueden adquirir en Nueva York las mujeres entre 19 y 64 años en unidades	\$.86,5	12.340538,03/86,5	142.665,18 unidades
Mercado potencial de carteras artesanales en Nueva York en unidades	50%	142.665,18/2	71.332,59 unidades artesanales

Nota: Exportación de carteras en Nueva York. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García

Después de determinar el porcentaje de mujeres que viven en Nueva York en edades comprendidas entre 19 y 64 años multiplicamos por la cantidad en dólares que representa las exportaciones de Nueva York para identificar la cantidad en dólares de mercado objetivo global con el que contamos, posterior a esto lo multiplicamos por el valor en dólares que están dispuestos a gastar en carteras en el año y lo dividimos en 2 para sacar el valor en unidades de nuestro mercado potencial de carteras artesanales en Nueva York.

Tabla 44.

Producción propuesta de bolsos de tela elaborados artesanalmente

Producción mensual	Frecuencia	Total producción mensual en unidades
20	3	60
50	2	100
80	1	80
100	2	200
120	1	120
160	1	160
200	6	1200
250	1	250
300	1	300

Crecimiento de las exportaciones de los últimos 5 años	
5,90%	
Años	Producción propuesta
2014	81.480,00
2015	86.287,32
2016	91.378,27
2017	96.769,59
2018	102.479,00
2019	108.525,26

320	1	320
400	4	1600
600	1	600
800	1	800
1000	1	1000
4.400	26	6790

MESES	12	81.480,00
--------------	-----------	------------------

Nota: Producción propuesta de bolsos de tela elaborados artesanalmente. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Para poder determinar la producción propuesta de bolsos de tela elaborados artesanalmente en Otavalo se ha considerado la encuesta con los datos de la producción mensual de los 26 artesanos y se ha multiplicado por 12 meses para obtener el dato anual de la producción total, con la cual partimos el año 2014 y le proyectamos los demás años con el crecimiento de las exportaciones en los últimos 5 años que es de 5,9%, donde nos refleja una producción acorde a la necesidad de nuestro proyecto. Hay que tomar en cuenta que equitativamente todos los 26 productores tendría que producir para exportar 31.334 unidades cada uno con una cuota mensual de 261 unidades.

Tabla 45.

Proyección de la demanda insatisfecha

Años	Demanda Futura Unidades	Oferta Futura Unidades	Demanda Insatisfecha Unidades	Oferta Exportable Unidades	Demanda cautiva %
2014	1.857.575,72	142.665,18	1.714.910,54	81.480,00	4,75%
2015	1.903.720,35	149.438,60	1.754.281,75	86.287,32	4,92%
2016	1.948.640,93	156.533,61	1.792.107,33	91.378,27	5,10%
2017	1.992.455,99	163.965,47	1.828.490,52	96.769,59	5,29%
2018	2.034.990,64	171.750,18	1.863.240,46	102.479,00	5,50%
2019	2.076.363,85	179.904,49	1.896.459,35	108.525,26	5,72%

Nota: Proyección de la demanda Insatisfecha. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Con la información obtenida anteriormente para obtener la demanda insatisfecha se resta la demanda menos la oferta la cual esta última se determina por la tasa de crecimiento poblacional para obtener los intervalos de año a año.

5.2.9 Estrategias de Mercadeo

5.2.9.1 Marketing Mix

Según Muñiz (2009), Se denomina “marketing mix” a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de marketing para cumplir con los objetivos de la compañía. (Muñiz, 2009, pág. 141)

El concepto de marketing mix o mezcla de marketing, fue desarrollado en 1950 por Neil Bolden, quien listó 12 elementos, con las tareas y preocupaciones comunes del responsable del mercadeo. Esta lista original fue simplificada a los cuatro elementos clásicos, o "las cuatro Ps": Producto, Precio, Plaza (distribución) y Promoción, por McCarthy en 1960.

5.2.9.1.1 Producto

De acuerdo con Klothler & Armstrong (2008), “El producto es cualquier cosa que pueda ofrecerse a la atención del mercado para su adquisición, uso, consumo, y que satisfaga un deseo o una necesidad”. (Klothler & Armstrong, 2008, pág. 113)

Es importante recalcar que el proyecto plantea la comercialización de los bolsos de tela elaborados artesanalmente por los productores de Otavalo en el mercado objetivo New York.

El proyecto para exportar los bolsos de tela elaborados artesanalmente a través de la creación de una empresa asociativa propone las siguientes estrategias para resaltar el producto que se quiere ofrecer y comercializar.

El nombre del producto es ECUARTE Otavalo, ECU de nuestro país Ecuador, ARTE por ser la palabra que engloba todas las creaciones realizadas por el ser humano para expresar ideas, emociones, cultura y poderlo plasmar para este caso en una cartera.





Elaborado por: P. Vivero & A. García

Contaremos con dos tipos de carteras artesanales tomando como referencia los modelos más adquiridos por los extranjeros en la plaza del poncho, considerando tener los colores que representan a la cultura Otavaleña y la frecuencia de compra.

5.2.9.1.2 Precio

Según Muñiz (2009), “El precio es la estimación cuantitativa que se efectúa sobre un producto y que, traducido a unidades monetarias, expresa la aceptación o no del consumidor hacia el conjunto de atributos de dicho producto, atendiendo a la capacidad para satisfacer necesidades”. (Muñiz, 2009, pág. 143).

Estrategias genéricas

Para lograr una ventaja competitiva, la asociación debe definir una estrategia en el ámbito del negocio. (Meneses Alvarez, 2004, pág. 47).

Tabla 46.

Estrategias Genéricas

	Liderazgo en costos	Diferenciación	Concentración
Diferenciación del producto	Bajo (principalmente por precios)	Alto (principalmente por al exclusividad)	Bajo o Alto (precio o exclusividad)
Segmentación de mercado	Bajo (mercado masivo)	Alto (varios segmento de mercado)	Bajo (uno o pocos segmentos)
Habilidades distintivas	Fabricación y administración de materiales	Investigación y desarrollo, ventas y Marketing	Cualquier tipo de habilidad distintiva

Nota: Estrategias Genéricas. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Para lograr la ventaja competitiva de nuestro producto se ha tomado la estrategia de liderazgo en costos como diferenciación de nuestro producto, considerando que estaremos por debajo del precio de la competencia de manera que el margen de beneficio de la venta sea mayor, esto se logra con la economía a escala que utilizaremos para la producción de las carteras artesanales gracias al aporte de la asociación de los productores de Otavalo.

La estrategia fijada para el precio de las carteras artesanales será estar por debajo de la competencia en un 10% menos que el promedio de las carteras que se puede encontrar en la ciudad de Nueva York.

5.2.9.1.3 Plaza

Al respecto Gandolfo (2007), manifiesta que “son los diferentes canales de distribución por los cuales tiene que pasar el producto para llegar al consumidor final. Así también es el conjunto de individuos que participan en su transferencia de un bien servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario final”. (pág. 195)

Para el presente proyecto se determina la estrategia de distribución mediante la siguiente cadena de comercialización considerando el canal para productos industriales o de negocio a negocio con la siguiente opción:

Canal de distribución

En este tipo de canal de un nivel de intermediario, los agentes intermediarios facilitan las ventas a los productores o fabricantes encontrando clientes industriales y ayudando a establecer tratos comerciales. (Diccionario de Marketing, de Cultural, S.A., Edición 1999.)



Considerando el grafico anterior se inicia el proceso con los productores otavaleños que realizan carteras artesanales, que han sido previamente comunicados sobre la necesidad requerida, estos a su vez deben entregar las carteras en el centro de acopio donde se acumulará lo solicitado luego se trasladará en un camión para ser llevado al aeropuerto para los tramites respectivos y ser enviado a su destino final que es Nueva York.

5.2.9.1.4 *Publicidad y promoción*

Los mercados internacionales y en especial el mercado estadounidense exige en sus importaciones diferentes condiciones y varios requisitos que requieren ser tomados en consideración a la hora de tomar una decisión de si es o no factible vender los bolsos de tela artesanales y si la calidad de los bolsos es la requerida en el mercado, por tal

razón es importante considerar algunas estrategias que permitan difundir el producto y que éste alcance una aceptación razonable en el mercado internacional.

Una estrategia que la empresa asociativa para la exportación de bolsos de tela elaborados artesanalmente deberá utilizar para mantener contactos con posibles clientes en los Estados Unidos es a través de una página web.

Página Web

La idea es diseñar una página web, como un canal de comunicación e intercambio de datos, con el fin de atraer cada vez más visitantes a la página web, posibles compradores, usuarios, seguidores, los cuales podrán recibir información sobre el producto y sus múltiples beneficios, interactuar, intercambiar opiniones acerca del producto, realizar comentarios y sugerencias, que servirán de soporte para lograr un buen posicionamiento en el mercado.

Otra opción considerada es poder participar en las principales ferias y eventos que se realizan en Estados Unidos a los cuales se deberá asistir con el fin de dar a conocer el producto, estas son:

Tabla 47.

Ferias y Eventos en Estados Unidos

Actividad	Fechas	Sector	Lugar
-----------	--------	--------	-------

New York Now International Gift Show	16 al 20 de Agosto	Manufacturero	New York, USA
MagicProject	20 al 23 de Agosto	Textil, confecciones, cuero y calzado	Las Vegas, USA
The Seattle Gift Show	28 al 02 de septiembre	Textil, confecciones, cuero y calzado	Seattle, USA
International Fashion Jewelry and Accesories Fair	3 al 07 de septiembre	Accesorios	Warwick, USA

Nota: Feria y eventos en Estados Unidos.Fuente:(Procuador - Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013).Por: P. Vivero & A. García.2015

Desde la perspectiva de la estrategia de publicidad se obtiene los valores resumidos en la siguiente tabla que determina los costos totales de este rubro:

Tabla 48.

Gastos de Publicidad y Promoción

GASTOS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Visitas previas a ferias comercializaci	\$ 1	\$ 15.000	\$ 15.000
Pagina Web y mantenimiento	\$ 1	\$ 2.500	\$ 2.500
TOTAL GASTOS DE PROMOCIÓN			\$ 17.500

Nota: Gastos de Publicida y Promoción.Fuente:Investigación.Por: P.Vivero& A. García.2015.

5.3 Estudio Técnico

El estudio técnico permite determinar el tamaño de una nueva unidad productiva, el sitio donde debe ubicársela y los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y talento humano requeridos para su operación. Además, determinará aspectos indispensables del proyecto como la correcta localización de la empresa productora

y comercializadora de carteras artesanales, distribución correcta del espacio físico, infraestructura y equipos requeridos para el servicio de la empresa (Meneses Alvarez, 2004)

5.3.1 Determinación del Tamaño del Proyecto

La tecnología y los equipos tienden a limitar el tamaño del proyecto al mínimo de producción necesario para ser aplicables. Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo es claro que la realización del proyecto no es factible. Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para producciones similares entre los cuales existe una gran diferencia de costos y de rendimiento económico, la prudencia aconsejará escoger aquel que se financie con mayor comodidad y seguridad, y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital. Es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos dentro de la empresa. El tamaño del proyecto el centro de acopio y comercialización de los bolsos de tela está dado por la capacidad de acopiar la cantidad necesaria para la exportación, detallada en el siguiente cuadro.

El proceso producto influirá directamente sobre la inversión, costos e ingresos del proyecto, por lo que es importante considerar cual será el proceso a utilizar el cual se adjunta.





SOPORTE

Figura 14. Cadena de Valor. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015



En el gráfico de la Cadena de Valor, en la Gestión de la Gerencia se realizan los procesos desde que ingresan los bolsos hasta la exportación del producto terminado.

En el proceso productivo como podemos observar, se recibe los bolsos, se procede al etiquetado de los bolsos, se los prepara con el empaque para ser enviado y posteriormente se realiza el proceso de exportación.

5.3.2 Capacidad Instalada

Tabla 49.

Capacidad Instalada

Año	DEMANDA QUE CAPTARA EL PROYECTO EN BOLSOS	PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN	CAPACIDAD INSTALADA	PLAN DE ACOPIO PODUCCIÓN EXPORTABLE			
				TRIMESTRAL	MENSUAL	SEMANTAL	DIARIO
2014	81.480						
2015	86.287	50%	43.144	10.786	3595	830	166
2016	91.378	50%	45.689	11.422	3807	879	176
2017	96.770	80%	77.416	19.354	6451	1489	298
2018	102.479	90%	92.231	23.058	7686	1774	355
2019	108.525	100%	108.525	27.131	9044	2087	417

Nota: Determinación de la capacidad productiva del centro de acopio para exportación, de acuerdo a información extraída por la producción propuesta por los productores de Otavalo de bolsos artesanales, (26).Fuente: Investigación. Por: P. Vivero&A.García.2015

Tabla 50.

Capacidad Instalada por cajas y peso

Año	Cajas de 60 Unidades	Peso Kg (28 kg caja)
	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL
2014		
2015	180	5.033
2016	190	5.330
2017	323	9.032
2018	384	10.760
2019	452	12.661

NOTA: Determinación de la capacidad productiva del centro de acopio para exportación por caja y peso, de acuerdo a información extraída por la producción propuesta por los productores de Otavalo de bolsos artesanales, (26), Fuente: Investigación. Por: P. Vivero& A.García.2015

Como se puede observar en la tabla anterior el centro de acopio tiene una capacidad de bodegaje de 108525 unidades de bolsos de tela por año, 9044 unidades máximo al mes; es decir 57 cajas de 28 kg por hora(417max /8 horas).

5.3.3 Capacidad Utilizada

Inicialmente la empresa va a acopiar 21 bolsos de tela por hora; es decir 42 cajas de 0,4kg por hora, y va a trabajar un turno de ocho horas al día, cinco días a la semana, cincuenta y dos semanas al año, utilizando así el 50% de la capacidad instalada para el primer y segundo año, lo cual representa 43144 cajas de 28 kg en el año 2015, llegando al quinto año con el 100% de la capacidad instalada.

5.3.3.1 Factores para determinar la capacidad del proyecto:

5.3.3.1.1 Mercado

Para determinar la capacidad del proyecto se consideró como primer factor el mercado, la demanda de los bolsos de tela en la ciudad de Otavalo, presenta un camino viable para la creación de un centro de acopio dedicada a este tipo de negocio, debido a que el mercado estadounidense es altamente atractivo; ya que de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo se determinó para el año 2014, existe una demanda insatisfecha de 1.714.910 unidades y la propuesta de los productores es de 81.480 unidades, situación que muestra claramente que el producto que va a ofertar la nueva empresa tiene un amplio mercado por abarcar. El porcentaje a cubrir para el año 2014 de la demanda insatisfecha es el 5% como demanda cautiva aproximadamente.

5.3.3.1.2 Disponibilidad de Materia Prima

Los productores de las artesanías en este caso los bolsos de tela constituyen unos de los factores más importantes dentro de la cadena de abastecimiento de una comercializadora; pues desde aquí se empieza a dar cumplimiento a las condiciones de recolección de los bolsos para la exportación hay que procurar que sea el manejo equitativo es decir que todos los productores manejen una producción exportable idéntica así se consideró como promedio por productor mensual 261 bolsos y así abastece lo suficiente para la oferta exportable que podrá posteriormente crecer si necesita ampliar el mercado objetivo o el segmento geográfico de la propuesta.

5.3.4 Localización óptima del proyecto

La localización es un factor determinante dentro del proyecto, ya que será la pauta para el éxito o fracaso del mismo, para lo cual se debe analizar una serie de factores como: mano de obra, materia prima, servicios básicos, cercanía, logística, entre otros antes de tomar una decisión. Para determinar la localización se ha considerado la macro localización y micro localización.

5.3.4.1 Macrolocalización

La localización del proyecto irá acorde a la disponibilidad de los insumos y de todos los elementos necesarios para la comercialización de los bolsos artesanales como es la materia prima, mano de obra, infraestructura, costo de transporte.

Se ha considerado al cantón Otavalo que está situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura, siendo una de la zonas de mayor producción y crecimiento artesanal, adicional por su cercanía a los productores, por la mano de obra, ahorro de combustible y cuenta con todos servicios básicos necesarios para su funcionamiento

Mapa de Macro Localización

Ubicación del cantón Otavalo

		CALIF.	PON- DE- RAC.	CALIF.	PONDE- RAC.	CA- LIF.	PONDE- RAC.
Cercanía de productores	0,2	10	2	8	1,6	5	1
Costo de transporte	0,1	7	0,7	6	0,6	6	0,6
Infraestructura	0,2	7	1,4	6	1,2	6	1,2
Costo insumos	0,2	8	1,6	7	1,4	7	1,4
Mano de obra disponible	0,2	7	1,4	7	1,4	6	1,2
Materia prima disponible	0,1	8	0,8	7	0,7	5	0,5
TOTALES	1		7,9		6,9		5,9

Nota: Evaluación de la Macro localización. Fuente: Investigación. Por :P.Vivero& A. García.2015.

En base a los resultados obtenidos, el centro de acopio y comercialización de bolsos de tela elaborados artesanalmente, se ubicará en el cantón de Otavalo en el sector sur, ya que es la localización más idónea para el funcionamiento del centro de acopio, considerando que en la tabla a través del método cualitativo de puntos su mayor puntuación fue en el sector Sur, dando mayor calificación a la cercanía de los productores artesanales que es la fuente principal de abastecimiento de la materia prima.

5.3.4.2 Microlocalización

Con la finalidad de definir la micro localización más óptima, se analizarán los siguientes criterios:

5.3.4.2.1 Criterios de Selección de Alternativas

✓ Transporte

Al ubicarse el centro de acopio y comercialización de bolsos de tela, dentro del sector urbano, ésta cuenta con vías de fácil acceso y comunicación, para que los productores puedan acceder con rapidez a las entregas de los bolsos de tela y se pueda recolectar de la mayoría de productores la cantidad necesaria para la exportación.

✓ Cercanía a las fuentes de abastecimiento

Con la finalidad de abastecernos de los bolsos de tela, es importante considerar la cercanía de los productores que serán los que abastezcan el centro de acopio.

✓ **Cercanía del centro de acopio**

Al estar ubicado el centro de acopio en el sur de la ciudad de Otavalo nos da una gran ventaja de la cercanía de los productores de bolsos de tela que se encuentran ubicados en los alrededores y a su vez la cercanía reduce tiempos de traslado y de manipulación del producto para mantener su calidad adicional que las vías son rápidas y de fácil acceso hacia los productores.

✓ **Disponibilidad de Servicios Básicos**

Para una adecuada producción y comercialización del producto, se hace indispensable contar con una buena disponibilidad y accesibilidad de servicios básicos, ya que para el correcto funcionamiento del centro de acopio se necesitará de agua, luz eléctrica y una línea telefónica.

✓ **Disponibilidad y Precio del Terreno**

Con la finalidad de que el centro de acopio y comercialización de los bolsos de tela pueda trabajar normalmente, se ha decidido arrendar una bodega con oficinas, el mismo que ayudará para que la recolección y abastecimiento de los bolsos de tela y equipos necesarios para la operación, puedan funcionar con normalidad.

El presente estudio, se respaldará en la aplicación del método cualitativo por puntos, para definir la micro localización más óptima que brinde las mejores condiciones para el funcionamiento del centro de acopio de los bolsos de tela. La escala para la calificación de las opciones, será de 0 a 10, siendo 0 la más baja y 10 la más alta.

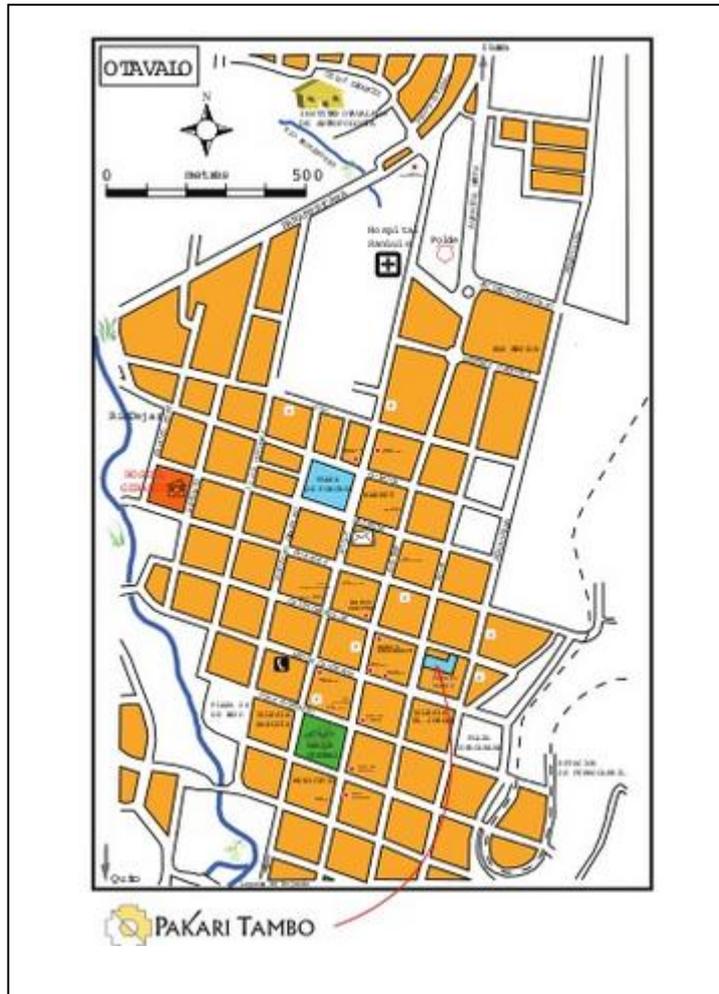
Tabla 52.

Evaluación de la Micro localización

MICRO LOCALIZACIÓN							
FACTORES	PESO %	SECTOR DE OTAVALO (SUR)		PLAZA DEL PONCHO (NORTE)		FUERA DE OTAVALO AFUERAS	
		CALIF.	PON-DE-RAC.	CALIF.	PON-DE-RAC.	CALIF.	PONDE-RAC.
Transporte	0,14	7	0,98	6	0,84	6	0,84
Cercanía Fuentes Abastecimiento	0,24	9	2,16	7	1,68	6	1,44
Cercanía al centro de acopio	0,2	8	1,6	6	1,2	7	1,4
Disponibilidad de Servicios Básicos	0,12	10	1,2	10	1,2	6	0,72
Disponibilidad y arrendamiento de la bodega	0,18	9	1,62	6	1,08	5	2
TOTALES	0,88		7,56		6		6,4

Nota: Evaluación de la Micro localización. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015

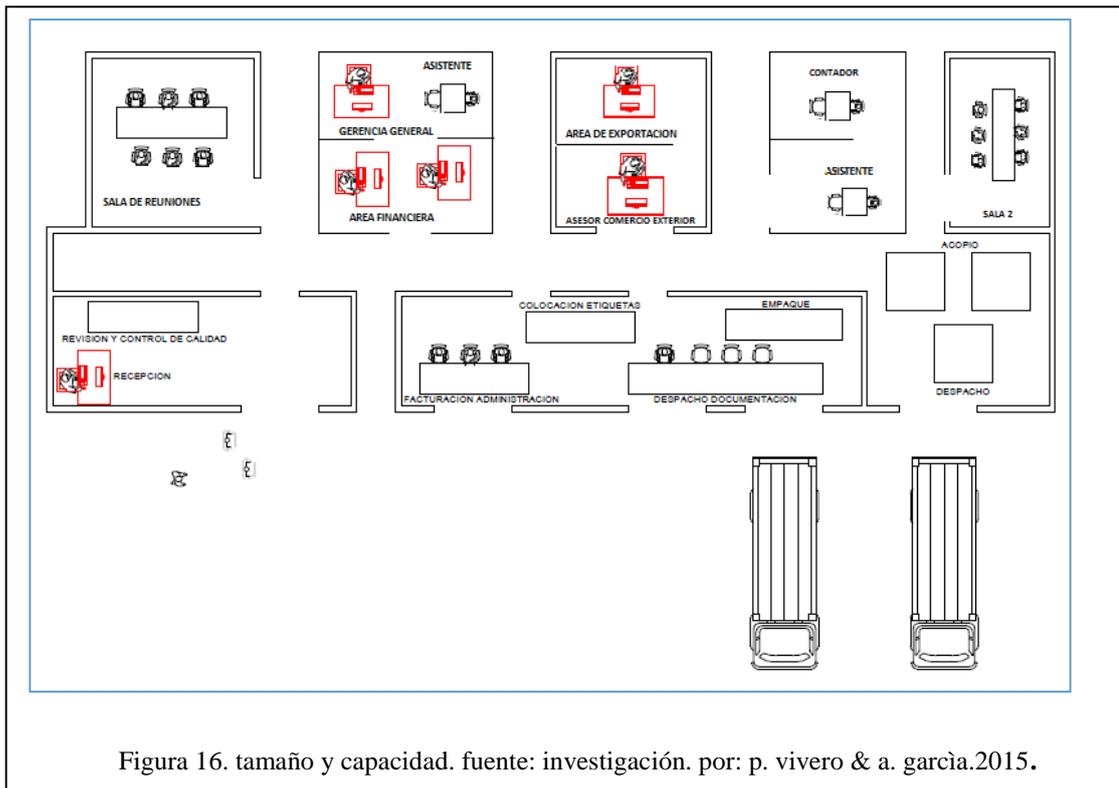
Por los factores analizados anteriormente y en base a los resultados obtenidos, el centro de acopio se llevará a cabo en la ciudad de Otavalo, ubicado en la calle Roca y Colón, en un terreno de 600 m², con una planta de construcción de 500 m², conforme a las especificaciones necesarias para el centro de acopio.



5.3.5 Ingeniería del proyecto

Considerando los datos del tamaño y la capacidad instalada se propone establecer ls diferentes inversiones y determinar el capital de trabajo adecuado para el proyecto asi se requiere de un local de aproximadamente de 100 metros cuadrados mismo que se arrendará en el sitio establecido en la microlocalización al cual se debe realizar adecuaciones. La distribución de la comercilizadora se establece de la siguiente forma:

Tamaño y Capacidad instalada



La inversión propuesta para obtener un adecuado funcionamiento de la comercializadora en la forma física se establece en la siguiente tabla:

Tabla 53.

Adecuaciones y Arreglo de Planta.

ADECUACIONES Y ARREGLO DE PLANTA			
Descripción	Cantidad (M2)	Valor Unitario	Total
INSTALACIONES ELECTRICAS	100	2	\$ 200,00
OBRA CIVIL	100	10	\$ 1.000,00
ADECUACION Y PINTURA	100	8	\$ 800,00
TOTAL			\$ 2.000,00

Nota: Adecuaciones y Arreglo de Planta. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. Garcia. 2015.

Respecto a la maquinaria y equipo necesario para la operación se considera algunos implementos que servirá para la movilización y carga del producto exportable, así también para el pesaje de los mismos como se detalla a continuación.

Tabla 54.

Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Balanza Electronica Industrial	1	550	550
Carretilla Elevadora	1	2000	2000
Mesas de trabajo en acero inoxidable	2	400	800
Palets	10	25	250
Estanterias	10	120	1200
TOTAL			\$ 5.010,00

Nota: Maquinaria y Equipo. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Como la mayor parte de la parte operativa es en el área administrativa y ventas es necesario el equipamiento de estas áreas comenzando con los equipos de cómputo necesarios para las actividades.

Tabla 55.

Equipos Y Computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Computador	5	850	4250
Impresora	2	180	360
Fax	1	210	210
TOTAL			\$ 4.820,00

Nota: Equipos y Computación. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015

Una central telefónica se considera lo más elemental para una comercializadora así que se considera como equipo de oficina fundamental.

Tabla 56.

Equipos de Oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Teléfono	5	100	500
Central Telefonica	1	1500	1500
TOTAL			\$ 2.000,00

Nota: Equipos de Ofina.Fuente:Investigaciòn.Por:P.Vivero& A. Garcia. 2015.

El organizar con toda la comodidad y operatividad de las áreas es otra inversión re-querida sobre todo en muebles de oficina con centros de trabajo independiente y funcional y que permitan atender a clientes y personeros de la organización:

Tabla 57.

Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Archivadores	5	190	950
Estaciones de trabajo	5	350	1750
Mobiliario complementario	5	250	1250
Sillas	10	90	900
TOTAL			\$ 4.850,00

Nota:Muebles y Enseres.Fuente:Investigaciòn.Por:P.Vivero& A. Garcia.2015.

Se vio procedente proponer una inversión de un pequeño camión que permita la re-colección de los bolsos de los productores como también el transporte al aero-puerto.

Tabla 58.

Vehículo

VEHÍCULO			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Camión	1	25000	25000
TOTAL			\$ 25.000,00

Nota:Vehiculo.Fuente:Investigaciòn.Por:P.Vivero& A. Garcia.2015.

5.3.6 Estudio Administrativo Legal de la Empresa Asociativa

De las Organizaciones del Sector Asociativo

Según la ley orgánica de economía popular y solidaria(2012) en el art. 18 menciona que el sector asociativo; es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.(pág. 23)

El artículo 19 manifiesta que la estructura interna, la forma de gobierno y administración de las asociaciones constarán en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.(Ministerio Coordinador de Desarrollo Social , 2012)

La integración y funcionamiento de los órganos directivos y de control de las organizaciones del sector asociativo, se normará en el Reglamento de la presente Ley, considerando las características y naturaleza propias de este sector.

El Artículo 20 de la Ley de Economía Popular y Solidaria (2012) menciona que “el capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico.En el caso de bienes inmuebles obtenidos mediante donación, no podrán ser objeto de reparto en caso de disolución y se mantendrán con el fin social materia de la donación. (pág. 23)

5.3.6.1 Estructura organizacional de la Empresa Asociativa

Responde a la organización de cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros de una organización; en este caso las responsabilidades que deben recaer en

los miembros de la empresa asociativa para trabajar en equipo, de forma óptima y alcanzar los objetivos propuestos por los socios de la empresa asociativa.

La empresa asociativa exportadora de bolsos de tela artesanales se constituye con el aporte de los socios (artesanos) del sector de Otavalo, se adaptará al tipo de compañía de sociedad anónima, por lo cual se registrará por la legislación y condiciones que rigen a este tipo de compañías, considerando lo dispuesto en los artículos mencionados anteriormente por la Ley de Economía Popular y Solidaria.

Para realizar la constitución y operación de la comercializadora se resume una tabla de costos que se los considera pre operativos:

Tabla 59.

Gastos Pre Operativos

GASTOS PRE OPERATIVOS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Trámite legal constitución empresa	\$ 1	\$ 1.500	\$ 1.500
Inscripción Registro Mercantil	\$ 1	\$ 100	\$ 100
Permisos Operación	\$ 1	\$ 30	\$ 30
Escritura Publica	\$ 1	\$ 150	\$ 150
Publicación Extracto	\$ 1	\$ 200	\$ 200
Tramites Notaria	\$ 1	\$ 100	\$ 100
Afiliación Cámara Comercio	\$ 1	\$ 130	\$ 130
Patente Municipal	\$ 1	\$ 150	\$ 150
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN			\$ 2.360

Nota:Gastos Pre Operativos.Fuente:Investigación.Por:P.Vivero& A. García. 2015.

5.3.6.2 Organigrama

“Toda empresa debe seleccionar la forma de organización que requiere, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales” (Hernández, 2007, pág. 86).

De acuerdo a (Hernández, 2007) el organigrama es un mecanismo de representación de toda la estructura organizacional de una empresa designando la acción de cada elemento.

El Organigrama de la empresa asociativa exportadora de bolsos de tela elaborados artesanalmente, sigue una estructura vertical, según se muestra en el siguiente gráfico

Organigrama Funcional de la empresa asociativa

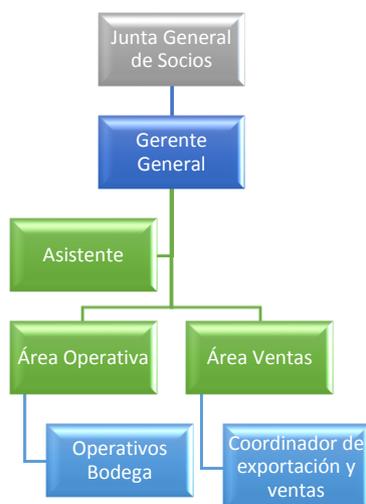


Figura 17. Organigrama Funcional. Fuente: Investigación. Por: P.Vivero& A. García.2015

Junta General de Socios

La Junta General de Socios es el órgano supremo de la empresa asociativa exportadora de bolsos de tela elaborados artesanalmente y está conformada por todos los socios aportantes (artesanos de Otavalo), tiene existencia legal por medio del acta constitutiva en la que se confiere autoridad para ejercer las funciones de acuerdo a los estatutos.

Área operativa

Termina en esta todo lo referente a el manejo de la parte de recepción y embodegaje del producto exportable así como su embalaje y adecuación para ser vendido, considerando que se requiere de 2 operarios que se considera como asistentes de bodega.

Así mismo un Jefe de Bodega/Transportista que será el que realice el transporte y control del stock de mercadería.

Área Administrativa

El área administrativa está formado por el Gerente General y un Asistente, ésta área será el responsable de la total gestión de la empresa asociativa como administración, seguimiento y control de la misma y generador de insumos para el contador.

El Contador quien será el responsable de la parte financiera y contable de la empresa asociativa, es el encargado de mantener actualizados los registros contables de la empresa pero no tiene una relación de dependencia directa por ello nose le considera como parte de la estructura.

Área de Ventas

El área de exportaciones está conformada por 1 Coordinador de exportación y ventas quien se encargará de todo el proceso de exportación de los productos que comercializa la empresa asociativa así mismo el de buscar mercados posteriormente.

5.3.6.3 Estructura operacional

Requerimiento de Recursos Humanos

Tabla 60.

Recursos Humanos

Empresa Asociativa Exportadora de bolsos de tela	
Gerente General	(1)
Asistente de Gerencia	(1)
Contador	(1)
Asesor Comercio Exterior	(1)
Jefe de Bodega /Transporte	(1)
Asistentes de bodega	(2)
Total Recurso Humano:	(7)

Nota: Recursos Humanos.Fuente: Investigación Aplicada.Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Para determinar los costos de mano de Obra o como la llamaremos Salarios operativos se hace una explicación de la forma como se generan cada uno de ellos distribuidos en cada centro de costos así un ejemplo:

Tabla 61.
Área operativa

Presupuesto de Salario Operativo									
AÑOS	% INCREMENTO	SALARIO DIGNO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
2015	10,00%	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 708,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.166,40	\$ 2.674,40	\$ 12.274,40
2016	10,00%	\$ 10.560,00	\$ 880,00	\$ 778,80	\$ 440,00	\$ 880,00	\$ 1.283,04	\$ 4.261,84	\$ 14.821,84
2017	10,00%	\$ 11.616,00	\$ 968,00	\$ 856,68	\$ 484,00	\$ 968,00	\$ 1.411,34	\$ 4.688,02	\$ 16.304,02
2018	10,00%	\$ 12.777,60	\$ 1.064,80	\$ 942,35	\$ 532,40	\$ 1.064,80	\$ 1.552,48	\$ 5.156,83	\$ 17.934,43
2019	10,00%	\$ 14.055,36	\$ 1.171,28	\$ 1.036,58	\$ 585,64	\$ 1.171,28	\$ 1.707,73	\$ 5.672,51	\$ 19.727,87

Nota: Área Operativa. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Tabla 62.
Presupuesto de Mano de Obra Indirecta

Presupuesto de Mano de Obra Indirecta									
AÑOS	% INCREMENTO	SALARIO DIGNO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
2015	10,00%	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 874,80	\$ 1.828,80	\$ 9.028,80
2016	10,00%	\$ 7.920,00	\$ 660,00	\$ 389,40	\$ 330,00	\$ 660,00	\$ 962,28	\$ 3.001,68	\$ 10.921,68
2017	10,00%	\$ 8.712,00	\$ 726,00	\$ 428,34	\$ 363,00	\$ 726,00	\$ 1.058,51	\$ 3.301,85	\$ 12.013,85
2018	10,00%	\$ 9.583,20	\$ 798,60	\$ 471,17	\$ 399,30	\$ 798,60	\$ 1.164,36	\$ 3.632,03	\$ 13.215,23
2019	10,00%	\$ 10.541,52	\$ 878,46	\$ 518,29	\$ 439,23	\$ 878,46	\$ 1.280,79	\$ 3.995,24	\$ 14.536,76

Nota: Presupuesto de Mano de Obra Indirecta. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Del resto de valores se puede observar más claramente la mitología en el AnexoXXX donde están explicados todos los cuadros y su forma de cálculo. Solo se mostrará en esta parte un cuadro resumen de los costos del recurso Humano en todas las áreas.

Tabla 63. Resultados

AÑO 2015	
TOTAL M.O.D	12.274,40
TOTAL M.O.I	9.028,80
TOTAL ADM.	35.624,00
TOTAL VENTAS	19.149,40
TOTAL GENERAL	76.076,60

Nota: Resultados. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.3.6.4 Acceso al mercado de exportación

La búsqueda de un nuevo mercado especialmente un mercado en el exterior exige que el exportador sea muy cuidadoso pero a la vez decidido y arriesgado, midiendo siempre los beneficios o desventajas de adentrarse a un nuevo mercado.

La exportación de bolsos de tela elaborados artesanalmente requiere de planeación, dinamismo, calidad, compromiso y mucha responsabilidad de parte del artesano y comercializador, por tanto es importante permanecer atentos a cualquier cambio generado en los mercados del mundo, por la aparición de productos de similares características y de menor costo.

El entorno empresarial y del mercado será la pauta inicial y necesaria para tomar las mejores decisiones y acceder al mercado externo tomando en cuenta los siguientes puntos:(Servicio de Asesoría al Exportador (SAE), Informe de Primer Nivel, 2013)

- ✓ Determinar el precio de exportación atractivo para ambas partes.
- ✓ Tener un sitio web.
- ✓ Promocionar el producto a través de página web, ferias, catálogos, etc.
- ✓ Enviar de acuerdo a la situación, muestras del producto.
- ✓ Realizar viajes oportunos y mantener siempre contactos directos de clientes.
- ✓ Participación en ferias, misiones comerciales, citas de negocios, etc.
- ✓ En lo posible buscar y mantener representantes o distribuidores de su producto.
- ✓ Elegir el embalaje más adecuado de exportación.
- ✓ En lo posible disminuir los costos operativos sin dañar la calidad.
- ✓ Analizar el entorno nacional e internacional para la toma de decisiones oportunas y acertadas.

Tabla 64.

Presupuesto de material de exportación

PRESUPUESTO DE MATERIAL DE EXPORTACIÓN			
Insumo	Cantidad	Unidad	Valor
Bolsos y carteras	1	Unidad	\$ 17,8500
TOTAL	1		\$ 17,85

Nota: Presupuesto de Mano de Material: Investigación.Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Tabla 65.Presupuesto anual de material exportable

PRESUPUESTO ANUAL DE MATERIAL EXPORTABLE			
Período	Demanda a cubrir (Unidades Carteras y bolsos)	Valor de MPD	Valor Total
2015	43144	\$ 17,85	\$ 770.114,33
2016	45689	\$ 18,56	\$ 848.173,10
2017	77416	\$ 19,31	\$ 1.494.630,32
2018	92231	\$ 20,08	\$ 1.851.891,88
2019	108525	\$ 20,88	\$ 2.266.221,80

Nota: Presupuesto anual de material. Fuente: Investigación.Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Tabla 66.

Presupuesto de materiales indirectos

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS				
Insumo	Cantidad	Unidad	VALOR	Por unidad
Papel seda Blanco	1	UNIDAD	\$ 0,13	0,13
Etiqueta de exportación	1	UNIDAD	\$ 0,08	0,08
Papel seda color	1	UNIDAD	\$ 0,57	0,57
Cinta de embalaje	1	ROLLO	\$ 4,00	0,08
Caja de carton	1	UNIDAD	\$ 1,00	0,02
TOTAL				0,88

Nota: Presupuesto de Materiales Indirectos.Fuente: Investigación.Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Tabla 67.

Presupuesto anual de materiales indirectos

PRESUPUESTO ANUAL DE MATERIALES INDIRECTOS			
Período	Demanda a cubrir (Unidades Carteras y Bolsos)	Valor de MI	Valor Total
2015	43144	\$ 0,88	\$ 37.822,61
2016	45689	\$ 0,92	\$ 42.056,85
2017	77416	\$ 0,97	\$ 74.824,18
2018	92231	\$ 1,01	\$ 93.600,85
2019	108525	\$ 1,07	\$ 115.643,85

Nota: Presupuesto anual de materiales Indirectos. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.3.6.4.1 Negociación

La globalización y la eliminación de barreras comerciales a hecho posible que la negociación entre productores, comercializadores y compradores en el exterior sean más eficientes, logrando condiciones en las cuales los actores de la negociación ganen mutuamente generando confianza y fortificando una relación de negocios a largo plazo.

El alto nivel de competitividad de la cultura norteamericana determina que el ritmo de una negociación sea muy rápida y los negociadores tratan de ceder lo menos posible pues el punto de partida inicia no muy lejos de lo que desean conseguir, la conciencia del tiempo es muy valiosa y un recurso limitado por lo que tienden a cuidarlo y a optimizarlo de la mejor manera, los compradores norteamericanos requieren saber a ciencia cierta fechas de entrega las cuales deben respetarse y sobre todo cumplirse, para ellos el tiempo es dinero.

5.3.6.4.2 Términos de negociación internacional (Incoterms)

Las Incoterms fueron diseñadas por la Cámara Internacional de Comercio (ICC) y son cláusulas de precio que se utilizan con frecuencia en los contratos internacionales de exportaciones e importaciones, estos términos permiten determinar los elementos que

lo componen, así dividen los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimita las responsabilidades entre el comprador y el vendedor.

A través de las Incoterms se determina:

- ✓ El precio
- ✓ En dónde y cuándo se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador
- ✓ El lugar de entrega de la mercadería
- ✓ El responsable por contratar y pagar tanto el transporte como el seguro
- ✓ Trámites de cada parte y el costo que asume cada parte

Los últimos cambios realizados a los Incoterms señalan una reducción en el número de términos de 13 a 11 los cuales reflejan una variación en el grupo “D”, así se eliminan:

- DAF (Delivered at Frontier)
- DES (Delivered ExShip)
- DEQ (Delivered ExQuay)
- DDU (Delivered Duty Unpaid)

El término del grupo “D” que aún se mantiene es el “DDP” (DeliveredDutyPaid) y se crean los siguientes:

- DAP (Delivered at Place/Point)
- DAT (Delivered at Terminal)

Los Incoterms de otros grupos que se mantienen son los siguientes:

Grupo E: Entrega directa a la salida

- EXW (Ex-Works)

Grupo F: Entrega indirecta, sin pago del transporte principal

- FCA (Free Carrier)
- FAS (Free Alongside Ship)
- FOB (Free on Bord)

Grupo C: Entrega indirecta, con pago del transporte principal

- CFR (Cost and Freight)
- CIF (Cost, Insurance and Freight)
- CPT (Carriage Paid To)
- CIP (Carriage and Insurance paid To)

Una vez que se ha analizado las ventajas y desventajas de cada uno de los incoterms, la empresa asociativa que exportará los bolso de tela elaborados artesanalmente determinó que para la exportación de sus productos vía aérea se lo realizará bajo el incoterm DAT (Delivered at Terminal), por medio de este término de negociación el vendedor tiene la responsabilidad de realizar la entrega del producto en la terminal de carga elegida por el comprador en el lugar del destino.

5.3.6.4.3 Documentos necesarios para una negociación internacional

- * **Cotización de Exportación.**- La cotización es el documento en el cual se establecen derechos y obligaciones tanto del exportador como del importador con la finalidad de evitar riesgos en una operación comercial. La cotización debe contemplar lo siguiente:



* **Orden de compra o nota de pedido**

Este documento será emitido por la empresa asociativa exportadora de bolsos de tela elaborados artesanalmente para recaudar datos importantes para la operación comercial como mercadería requerida, cantidad, precio, condiciones de pago, datos del cliente para la emisión de la posterior facturación. Este documento no reemplaza a la factura comercial.

* **Factura Comercial**

La denominada factura comercial, nota de venta o recibo debe contener suficiente información para que el oficial del USCBP pueda determinar si la mercancía objeto de importación son admisibles y proceder a la correcta clasificación en el Sistema Arancelario Armonizado de Estados Unidos y determinar el arancel que debe ser cancelado. No existe un formato específico de factura, pero como mínimo una factura comercial debería contener lo siguiente:

- ✓ Descripción clara del artículo
- ✓ Cantidad
- ✓ Valor (precio pagado en dólares de Estados Unidos)
- ✓ País de origen
- ✓ Lugar de compra
- ✓ Nombre de la empresa o persona que vende la mercancía
- ✓ Ubicación de la empresa o persona que vende la mercancía.

* **DAE (Declaración aduanera de exportación)**

Es el formulario mediante el cual se registrará la exportación que la empresa asociativa exportadora de bolsos de tela elaborados artesanalmente realizará para su presentación en el distrito por el cual se desee enviar la misma. El distrito por el cual será embarcada la mercadería es 055 – Quito.

La exportación debe ser presentada junto con los documentos de acompañamiento y soporte que sean necesarios. El pago a través de tarjetas de crédito es usado en la mayoría de los países del mundo ya que ha demostrado ser confiable y el pago se refleja inmediatamente.

* **Certificado de Origen**

El Certificado de Origen que será presentado para la exportación de los productos es emitido por el Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO; éste permite la exoneración de impuestos en destino y es conocido como forma “A” para el propósito del sistema generalizado SGP.

Para acogerse al beneficio de esta preferencia, las mercancías deben cumplir las siguientes condiciones:

- ✓ Que la descripción de la mercadería corresponda a uno de los productos de preferencia en el país de destino.
- ✓ Cumplir con las reglas encomendadas por el país de destino.
- ✓ La exportación debe ser realizada desde el país de origen, no a través de terceros.

Para obtener el certificado de origen, en el sitio web de ProEcuador, se deben seguir tres pasos básicamente:

1. **Registro en el Ecuapass.** El primer paso que debe realizar el exportador para obtener el certificado de origen es registrarse en el Ecuapass, a través del sitio web portal.aduana.gob.ec, en la opción “Solicitud de uso”, o registrarse en los sitios web de Fedexpor o en las Cámaras autorizadas por el Mipro para la emisión del documento.
2. **Generación de la declaración juramentada de origen DJO.** En el Ecuapass, en el menú “Ventanilla única”, opción “Elaboración de DJO”, el exportador debe generar la respectiva Declaración Juramentada de Origen del producto a exportar, requisito mínimo para la obtención de todo certificado de origen. La DJO tiene como objetivo determinar si el producto cumplió con los requisitos para gozar de origen ecuatoriano.
3. **Generación de certificado de origen.** En el Ecuapass, menú “Ventanilla única”, opción “Elaboración de CO”, el exportador debe llenar el formulario en línea, para luego retirarlo físicamente en el Mipro, a menos que lo haya hecho a través de Fedexpor o alguna Cámara.

* **Póliza de seguro**

El seguro de transporte internacional permite la cobertura de los posibles riesgos acaecidos a las mercancías durante su transporte. Existen dos tipos de aplicación de seguro:

- ✓ **Todo Riesgo.**-cubre todos los eventos y riesgos a los que está expuesta la mercadería asegurada durante su transporte, excepto los expresamente excluidos y determinados en las condiciones generales de toda póliza de transporte.
- ✓ **Cobertura L.A.P.**- cubre única y exclusivamente los eventos que están expresamente considerados y detallados en la póliza. Es una cobertura más restringida que se otorga para mercadería usada, sobre cubierta o de características específicas.

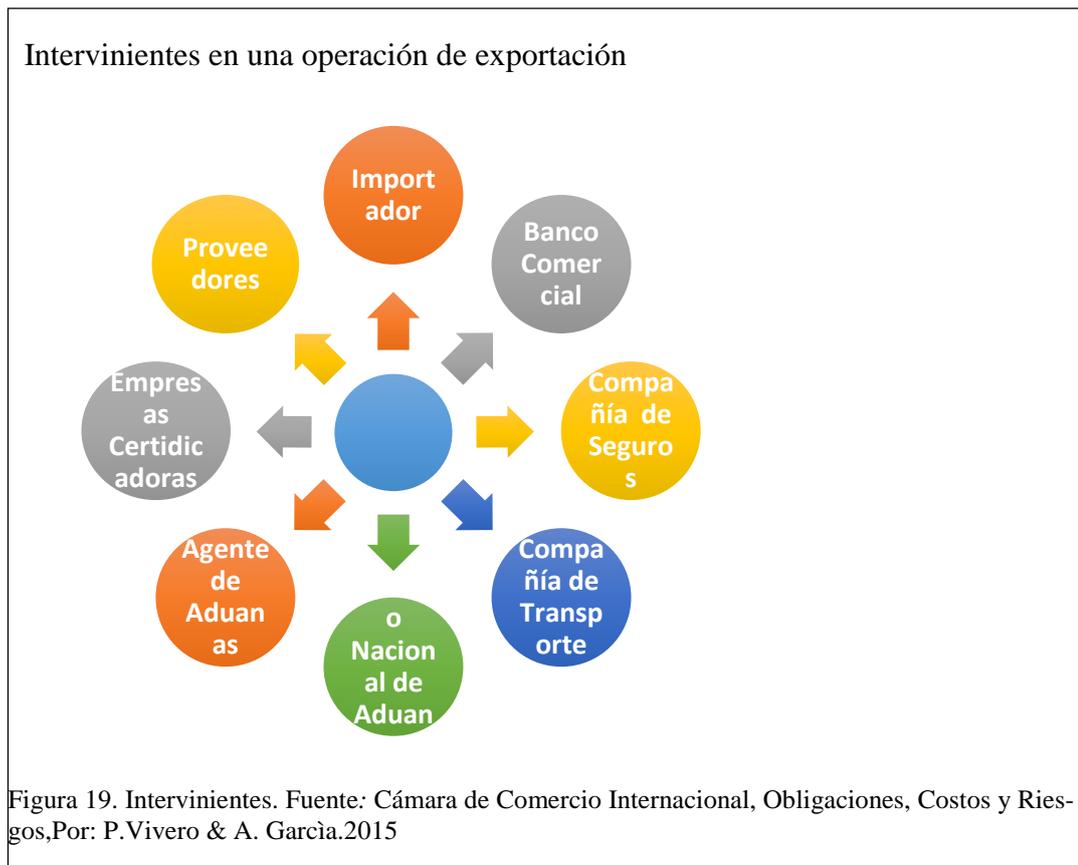
La empresa asociativa exportadora de bolsos de tela elaborados artesanalmente contratará para sus exportaciones un seguro contra Todo Riesgo que ofrece la Aseguradora ACE SEGUROS; ya que es uno de los mayores proveedores mundiales de seguros y reaseguros en todos los países.

La cobertura Todo Riesgo de la póliza de seguro cubre la totalidad de la mercadería ante posibles pérdidas, robo o destrucción; además se tomará las precauciones debidas con un porcentaje de prima del 0.06% por tipo de producto.

5.3.6.4.4 Consideraciones previas para exportar

De acuerdo con (Proecuador - Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013), es importante tener en cuenta que el mercado de Estados Unidos es muy complejo y el proceso de exportación de un producto representa un trámite que está en función de muchas variables como el tipo de producto, inspecciones necesarias, sin embargo una vez que se han cumplido con todos los requerimientos formales, la correcta asesoría y experiencia en los trámites, el proceso puede cumplir con un tiempo ideal de importación.

Organismos que intervienen en una operación de exportación



¿Quién puede exportar?

Las exportaciones pueden ser realizadas tanto por ecuatorianos como por extranjeros residentes en el país, así como personas naturales o jurídicas.

Requisitos para ser Exportador:

1. Obtener el RUC, Registro Único del Contribuyente que otorga el Servicio de Rentas Internas (SRI), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. (Servicio de Rentas Internas, 2010)

2. Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades y seguir los siguientes pasos:

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

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

Paso previo solo para empresas o compañías: Se debe ingresar al sitio web del Banco Central del Ecuador www.bce.fin.ec; y, seleccionar el menú “Certificación Electrónica”, opción “Firma Electrónica”, dar clic en “Registro Empresa u Organización”. Completar los campos solicitados y adjuntar los archivos requeridos en formato PDF. Posteriormente el usuario recibirá dos correos electrónicos, uno de recepción de registro y otro de aprobación del mismo. (Proecuador - Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2013)

PASO 1:

Verificar el listado de los documentos en formato PDF que se deberán adjuntar posteriormente. Escoger la opción “Ingresar la Solicitud”, completar los datos, enviar la Solicitud de Certificado e imprimirla.

PERSONA JURÍDICA:

- Conocer el número de RUC de la empresa.
- Copia de cédula o pasaporte a color.
- Copia de papeleta de votación actualizada.
- Copia del nombramiento o certificado laboral firmado por el Representante Legal.
- Autorización firmada por el Representante Legal. (Descargar y completar modelo de oficio).

PERSONA NATURAL:

- Copia de cédula o pasaporte a color.
- Copia de papeleta de votación actualizada.
- Copia de la última factura de pago de luz, agua o teléfono.

PASO 2:

El usuario recibirá un correo electrónico de aprobación de la Solicitud de Certificado, para lo cual deberá acercarse a las oficinas del Banco Central de Ecuador (Quito, Guayaquil, Cuenca), para efectuar el pago de \$65 + IVA (\$30 Emisión del Certificado + \$35 Dispositivo portable o Token).

PASO 3:

Presentar la Solicitud de Certificado, el comprobante de pago y el oficio de autorización del Representante Legal (solo para personas jurídicas), para que el asesor del Banco Central proceda a la entrega del Token y la clave al solicitante.

PASO 4:

Presentar la Solicitud de Certificado, el comprobante de pago y el oficio de autorización del Representante Legal (solo para personas jurídicas), para que el asesor del Banco Central proceda a la entrega del Token y la clave al solicitante.

Se deberán registrar como Exportador en Ecuapass (<https://portal.aduana.gob.ec/>), donde se puede:

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

Registro de exportador en el Ecuapass

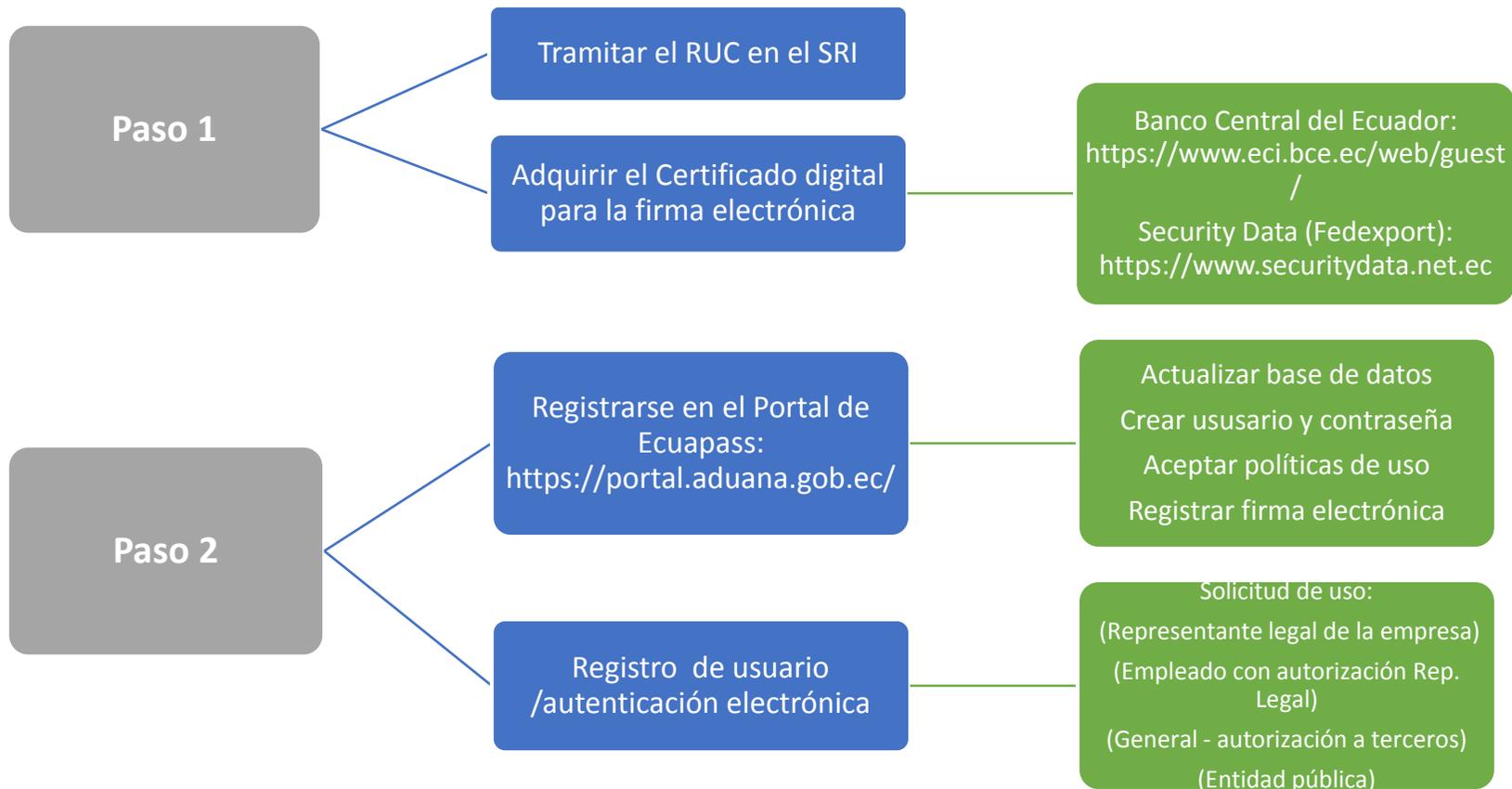


Figura 20. Registro de exportador. Fuente: Guía del Exportador, Proecuador. Por: P.Vivero & A. García.2015

El detalle del costo de exportación debe ser en conformidad con la normativa vigente en el país, la cual, mantiene los siguientes valores:

Tabla 68.

Detalles costos de exportación

Detalle costos exportación			
Ítem	valor por envío	número envíos anuales	valor total
Marcado	\$ 47,50	4	\$ 190,00
Factura comercial	\$ 1,50	4	\$ 6,00
Lista empaque	\$ 1,25	4	\$ 5,00
Certificado origen	\$ 5,00	4	\$ 20,00
Unitarización	\$ 9,00	4	\$ 36,00
Almacenaje	\$ 6,00	4	\$ 24,00
Declaración aduanera	\$ 15,00	4	\$ 60,00
Inspección anti narcóticos	\$ 25,00	4	\$ 100,00
Documentos transporte	\$ 32,50	4	\$ 130,00
Manipulación embarque aeropuerto	\$ 60,00	4	\$ 240,00
Estiba del contenedor	\$ 37,50	4	\$ 150,00
Carta de crédito exportación	\$ 250,00	4	\$ 1.000,00
Cobranzas enviadas al exterior	\$ 40,00	4	\$ 160,00
Embalaje de la mercadería	\$ 550,00	4	\$ 2.200,00
Agentes aduana	\$ 100,00	4	\$ 400,00
Tránsito internacional	\$ 750,00	4	\$ 3.000,00
Seguro	\$ 276,50	4	\$ 1.106,00
Total	\$ 1.656,75		\$ 8.827,00

Nota: Detalle de costo. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Para que sea funcional la comercializadora se requiere de inversiones en capital de trabajo que permitirá una operatividad continua por ello se requiere otro tipo de costos y gastos que son necesarios tanto en el área operativa, administrativa y ventas.

Costos indirectos de operación:

Aunque se debería prorratear para cada centro de costos considerando que el proyecto está relacionado a un proceso netamente comercial cargar estos valores a la parte

operativa ya que no es tan grande la envergadura de la organización y permite en cierta manera obtener una separación de los costos por unidad de la organización.

Comenzando con los servicios básicos como valores imprescindibles para tener una total operatividad y efectividad del proyecto.

Tabla 69.

Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	RECIO UNITARI	MENSUAL	ANUAL
LUZ	300	KW	0,12	36	432
AGUA	30	m3	0,89	26,7	320,4
TOTAL				62,7	752,4

Nota: Servicios básicos. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

El mantenimiento, limpieza, sanidad de oficinas y bodega necesario recordando que el producto en si requiere de un tratamiento adecuado sobre este puesto así mismo los lugares de trabajo del personal.

Tabla 70.

Suministros De Aseo

SUMINISTROS DE ASEO					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	RECIO UNITARI	MENSUAL	ANUAL
Escobas	4	UNIDADES	6	4	48
Trapeadores	4	UNIDADES	10	6,67	80
Basureros	8	UNIDADES	25	16,67	200
Palas de basura	10	UNIDADES	4,5	3,75	45
Paquete Fundas de basura x10	100	UNIDADES	0,06	6	72
TOTAL				37,1	445

Nota: Suministros de aseo. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

La protección del personal operativo sobre todo se considera esencial para el mejor desarrollo de la propuesta así los rubros de la siguiente tabla se considera para 3 operativos de la bodega directos e indirectos.

Tabla 71.

Equipos de Seguridad Industrial

EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	RECIO UNITARI	MENSUAL	ANUAL
Uniforme	6	UNIDADES	50	25	300
Mascarilla	6	UNIDADES	15	7,5	90
Casco	3	UNIDADES	45	11,25	135
Mandiles	6	UNIDADES	30	15	180
Guantes	6	UNIDADES	1,5	0,75	9
TOTAL				59,5	714

Nota: Equipos de seguridad industrial. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Los siguientes rubros contemplados en las tablas posteriores evidencia un compromiso de la administración de mantener siempre la operatividad y efectividad de los procesos destinando rubros para el mantenimiento de maquinarias , equipos, infraestructura, y un seguro que promete mitigar el riesgo presente en toda actividad.

Tabla 72.

Reparación y Mantenimiento Maquinaria y Equipo

REPARACION Y MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO		
DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
2% MAQUINARIA Y EQUIPO	8	96
TOTAL	8	96

Nota: Reparación Y Mantenimiento. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Tabla 73.

Seguro Planta Maquinaria y Equipo

SEGURO PLANTA MAQUINARIA Y EQUIPO		
DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
POLIZA	50	600
TOTAL	50	600

Nota: Seguro Planta Maquinaria y Equipo. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Tabla 74.

Mantenimiento y Reparación Planta

MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN PLANTA			
Descripción	Cantidad (M2)	Valor Unitario	Total
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN	100	0,32	\$ 32,00
TOTAL			\$ 32,00

Nota: Mantenimiento y Reparación Planta. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

La misma consideración que se realizó anteriormente el cargar el costo total de el arriendo del local que se pretende poner en funcionamiento de acuerdo al requerimiento de la capacidad instalada que se calculó, es más por asunto de perspectiva técnica de considerar que la mayor parte del espacio está en la parte operativa (bodegas y área de procesamiento y carga).

Tabla 75.

Arriendo Comercializadora

ARRIENDO COMERCIALIZADORA		
DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
COMERCIALIZADORA	500	6000
TOTAL	500	\$ 6.000

Nota: Arriendo Comercializadora. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Para obtener el permiso de los bomberos es requisito mantener extintores en sitios establecidos como de alto riesgo y se ha complementado con la utilización de un tanque de reserva que permitirá tener una suficiente cantidad de agua por cualquier evento que se pueda ofrecer.

Tabla 76.

Equipos Contra Incendios

EQUIPOS CONTRA INCENDIOS					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	RECIO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Tanque de reserva 2000 litros	1	UNIDADES	230	19,17	230
Extintores	3	UNIDADES	45	11,25	135
TOTAL				30,4	365

Nota: Equipos Contra Incendios. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Gastos administrativos y de ventas

Las comunicaciones y el internet son valores que se deben considerar para la operatividad de la comercializadora así un resumen de los rubros en forma mensual y anual.

Tabla 77.

Teléfono e Internet

TELEFONO E INTERNET					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	RECIO UNITARI	MENSUAL	ANUAL
TELEFONO	1	Tarifa	50	50	600
INTERNET	1	Tarifa	20	20	240
TOTAL				70	840

Nota: Teléfono e Internet. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Tanto en ventas como administración es recomendable mantener un stock de suministros de oficina necesarios para que se pueda realizar las actividades normalmente.

Tabla 78.

Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	RECIO UNITARI	MENSUAL	ANUAL
Kit de oficina	UNIDADES	UNIDADES	25	25,0	300
TOTAL				25,0	300

Nota: Suministros de Oficina. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

El mantenimiento, combustible, llantas entre otros valores que son necesarios para el día a día de camión en sus actividades cotidianas para la que fue adquirido.

Tabla 79.

Mantenimiento y Combustible Vehículo

MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE VEHICULO					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	RECIO UNITARI	MENSUAL	ANUAL
COMBUSTIBLE	1	UNIDADES	150	150,00	1800
MANTENIMIENTO Y LLANTAS	1	UNIDADES	100	50,00	600
TOTAL				260,8	2400

Nota: Mantenimiento y combustible. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Otro de los rubros que se considera muy importante contemplarlo para que se pueda enfocar un manejo adecuado de los costos y gastos es las depreciaciones de la propiedad planta y equipo misma que se ha realizado un resumen de las mismas y se ubicarán en la estructura de costos a los distintos centros de costos que le concierne.

Tabla 80.

Cuadro de Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES						
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACION	DEPRECIACION ANUAL
OBRA CIVIL Y ADECUACIONES	100 M2	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 100,00	5%	\$ 95,00
MAQUINARIA Y EQUIPO						
Balanza Electronica Industrial	1	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 55,00	10%	\$ 49,50
Carretilla Elevadora	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 200,00	10%	\$ 180,00
Mesas de trabajo en acero inoxidable	2	\$ 400,00	\$ 800,00	\$ 80,00	10%	\$ 72,00
Palets	10	\$ 25,00	\$ 250,00	\$ 25,00	10%	\$ 22,50
Estanterias	10	\$ 120,00	\$ 1.200,00	\$ 120,00	10%	\$ 108,00
TOTAL			\$ 4.800,00	\$ 480,00		\$ 432,00
EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN						
MUEBLES Y ENSERES	1	\$ 4.850,00	\$ 4.850,00	\$ 485,00	10%	\$ 436,50
EQUIPOS DE OFICINA	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 200,00	10%	\$ 180,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	1	\$ 4.820,00	\$ 4.820,00	\$ 1.606,67	33%	\$ 1.071,11
TOTAL			\$ 11.670,00	\$ 2.291,67		\$ 1.687,61
VEHICULO						
CAMIÓN	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	\$ 5.000,00	20%	\$ 4.000,00
TOTAL			\$ 25.000,00	\$ 5.000,00		\$ 4.000,00
TOTAL GENERAL			\$ 43.470,00	\$ 7.871,67		\$ 6.214,61

Nota: Cuadro de Depreciaciones. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.4 Estudio Financiero

5.4.1 Presupuesto de inversión

El presupuesto de inversión determina la cantidad de recursos financieros que se deben utilizar para la puesta en marcha de la empresa asociativa y es la fuente de información para que los socios puedan determinar la cantidad de recursos financieros necesarios para iniciar el proyecto.

5.4.1.1 Activos no corrientes

Las inversiones en activos fijos comprenden todas aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles necesarios para la actividad del negocio o que sirven de apoyo

en la operación del mismo. Para el caso del proyecto constituyen activos fijos los equipos de oficina, muebles y enseres y vehículos necesarios para la operatividad del emprendimiento. De acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 81.

Activos Fijos

COMERCIALIZADORA ECUARTE OTAVALO			
EN DOLARES			
DESCRIPCIÓN		SUB TOTAL	TOTAL
ACTIVOS NO CORRIENTES			
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			
OBRA CIVIL Y ADECUACIONES		\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS DE OPERACIÓN			\$ 4.800,00
Balanza Electronica Industrial		\$ 550,00	
Carretilla Elevadora		\$ 2.000,00	
Mesas de trabajo en acero inoxidable		\$ 800,00	
Palets		\$ 250,00	
Estanterías		\$ 1.200,00	
MUEBLES Y ENSERES		\$ 4.850,00	\$ 4.850,00
EQUIPOS DE OFICINA		\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
VEHICULO		\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
EQUIPOS DE COMPUTACION		\$ 4.820,00	\$ 4.820,00
TOTAL INVERSIONES PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			\$ 43.470,00

Nota: Activos Fijos. Fuente: Investigación . Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.4.1.2 Capital de trabajo

En el caso de la empresa asociativa de exportación de bolsos de tela elaborados artesanalmente, es necesario contar con un valor de dinero en la cuenta bancos para solventar los gastos de administración y ventas en los primeros meses de funcionamiento de la empresa. Además se debe tomar en cuenta la compra de materia prima necesaria para el inventario inicial estimado, conservando un equilibrio entre liquidez e inventario.

El capital de trabajo inicial del proyecto es \$ 231.936,26, se tiene en consideración un tiempo de tres meses de desfase, hasta que el proyecto tenga la aceptación en los potenciales clientes, con la aplicación de las herramientas de publicidad y promoción, surtan el efecto planificado, para de esta forma cumplir con las expectativas de ingreso del proyecto y sobre todo que las exportaciones se van a realizar cada tres meses.

Tabla 82.

Capital de Trabajo

COMERCIALIZADORA ECUARTE OTAVALO					
EN DOLARES					
ACTIVOS CORRIENTES			ANUAL	MENSUAL	TRIMESTRAL
CAPITAL DE TRABAJO					
COSTO PRIMO			\$ 782.388,73	\$ 65.199,06	\$ 195.597,18
MATERIALES DIRECTOS		\$ 770.114,33			
CARTERAS Y BOLSOS	\$ 770.114,33				
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 12.274,40			
COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN			\$ 55.855,81	\$ 4.654,65	\$ 13.963,95
MATERIALES INDIRECTOS		\$ 37.822,61			
MATERIALES COMPLEMENTARIOS PARA EXPORTAR	\$ 37.822,61				
MANO DE OBRA INDIRECTA		\$ 9.028,80			
SERVICIOS BASICOS		\$ 752,40			
SUMINISTROS DE ASEO		\$ 445,00			
EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL		\$ 714,00			
REPARACION Y MANTENIMIENTO MAQUINARIA		\$ 96,00			
SEGURO PLANTA MAQUINARIA Y EQUIPO		\$ 600,00			
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE PLANTA		\$ 32,00			
ARRIENDO		\$ 6.000,00			
EQUIPOS CONTRA INCENDIOS		\$ 365,00			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 39.124,00	\$ 3.260,33	\$ 9.781,00
SUELDO ADMINISTRATIVOS		\$ 29.624,00			
HONORARIOS CONTADOR		\$ 6.000,00			
TELEFONO INTERNET		\$ 840,00			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 2.360,00			
SUMINISTRO DE OFICINA		\$ 300,00			
GASTOS DE VENTAS			\$ 50.376,40	\$ 4.198,03	\$ 12.594,10
SUELDO VENDEDOR		\$ 19.149,40			
GASTOS DE EXPORTACIÓN		\$ 8.827,00			
MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE VEHICULO		\$ 2.400,00			
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN		\$ 20.000,00			
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL			\$ 927.744,94	\$ 77.312,08	\$ 231.936,23

Nota: Capital de Trabajo.Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Tabla 83.

Resumen Capital de Trabajo

Resumen Capital de Trabajo (Año 2015, en dólares)		
Detalle		Valor
MATERIALES DIRECTOS		\$ 770.114,33
MANO DE OBRA DIRECTA		\$ 12.274,40
COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN		\$ 55.855,81
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 39.124,00
GASTOS DE VENTAS		\$ 50.376,40
Total		\$ 927.744,94

Nota: Resumen Capital de Trabajo. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Tabla 84.

Inversión Inicial del Proyecto

Inversión Inicial del Proyecto		
Detalle		Valor
Inversión en Activos Fijos		\$ 43.470,00
Inversión Capital de Trabajo		\$ 231.936,23
Total		\$ 275.406,23

Nota: Inversión Inicial del Proyecto. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.4.2 Estructura de financiamiento

La inversión inicial que se requiere para el arranque del proyecto en base a la inversión en activos fijos y capital de trabajo requerido es de \$ 275.406,23, valor que será cubierto por fondos propios de los socios y por financiamiento con un préstamo solicitado a una institución financiera local que se propone el banco Nacional de Fomento.

Tabla 85.

Financiamiento Inversión Inicial

FINANCIAMIENTO			
TIPO DE CAPITAL		CANTIDAD	PORCENTAJE
Capital Propio		195.000,00	71%
Capital Externo (Banco de Fomento)		80.406,23	29%
TOTAL DE FINANCIAMIENTOS		275.406,23	100%

Nota: Financiamiento. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

El monto de financiamiento \$ 80.406,23 será cubierto por préstamo bancario solicitado al banco de Fomento a una tasa de interés fijada del 11% nominal, la garantía solicitada por la Institución Financiera es hipotecaria para lo cual los socios entregarán un bien común que tiene la asociación y el plazo es cinco años con pagos y capitalización de los intereses mensuales (60 meses).

Para determinar la cuota de pago del crédito se utilizó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

C = Cuota Fija

A = Capital Solicitado

m = Número de pagos que se realiza en el año (5 años plazo)

i = Tasa de interés anual

I = Interés

Cuota a pagar = \$ 1.756,26 mensual / 21075,08 al año

Tabla 86.

Pago Capital e Interés

RESUMEN AMOTIZACION DE CRÉDITO				
AÑO		CAPITAL	INTERÉS	TOTAL
2015		12708,84	8366,24	21075,08
2016		14207,62	6867,46	21075,08
2017		15883,16	5191,93	21075,08
2018		17756,29	3318,79	21075,08
2019		19850,32	1224,76	21075,08
TOTAL GENERAL		80406,2349	24969,18	105375,42

Nota: Pago Capital e Interés. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.4.3 Presupuesto de operación

5.4.3.1 Presupuesto de ingresos

La validez de los resultados de la proyección está íntimamente relacionada con la calidad de los datos de entrada que sirvieron de base para el pronóstico. Las fuentes de información de uso más frecuente son las series históricas oficiales de organismos públicos y privados, las opiniones de expertos y el resultado de encuestas especiales. (Sapag, 2008)

La proyección de ingresos del proyecto fue realizada en base a los datos obtenidos del estudio de mercado e inicia con la proyección de la demanda insatisfecha, de acuerdo al siguiente cuadro:

Tabla 87.

Proyección de Ingresos

TOTAL INGRESOS	
AÑO	VENTAS
	ANUAL
2015	\$ 1.078.591,50
2016	\$ 1.142.228,38
2017	\$ 1.935.391,80
2018	\$ 2.421.066,38
2019	\$ 2.848.788,08

Nota: Proyección de Ingresos. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

El porcentaje que el proyecto busca captar del mercado objetivo en base a las estrategias comerciales y financieras, en el primer año (2014) es 50% hasta incrementarse hasta 100% para el quinto año (2019) de la proyección. De esta manera se obtiene el valor de la venta del proyecto a precio del cliente final que se encuentra ubicado en la ciudad de Nueva York. La proyección de ingresos en base a unidades de bolsos vendidos y el mercado objetivo es el siguiente:

Tabla 88.

Proyección de Ingresos en Unidades de Carteras Vendidas

Año	DEMANDA QUE CAPTARA EL PROYECTO EN BOLSOS	PORCENTAJE DE PRODUCCIÓN	CAPACIDAD INSTALADA	PLAN DE ACOPIO PODUCCIÓN EXPORTABLE			
				TRIMESTRAL	MENSUAL	SEMANAL	DIARIO
2014	81.480						
2015	86.287	50%	43.144	10.786	3595	830	166
2016	91.378	50%	45.689	11.422	3807	879	176
2017	96.770	80%	77.416	19.354	6451	1489	298
2018	102.479	90%	92.231	23.058	7686	1774	355
2019	108.525	100%	108.525	27.131	9044	2087	417

Nota: Proyección de Ingresos. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Resumiendo lo presentado anteriormente, el monto exportable cajas y número de unidades vendidas por peso el proyecto de exportación en el periodo 2015 – 2019 es el siguiente:

Tabla 89.

Monto Cajas y Número de Unidades Vendidas en peso

Año	Cajas de 60 Unidades	Peso Kg (28 kg caja)
	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL
2014		
2015	180	5.033
2016	190	5.330
2017	323	9.032
2018	384	10.760
2019	452	12.661

Nota: Monto Cajas y Número de Unidades Vendidas. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.4.3.2 Presupuesto de egresos

5.4.3.2.1 Costo de Venta

Los costos de venta son aquellos costos que dependen del nivel de producción o actividad comercial de una empresa. (Weston, 2010).

En el caso del proyecto los costos de venta corresponden a dos rubros, estos son el costo de elaboración y compra de los bolsos de tela y el costo asociado al proceso total de exportación.

Tabla 90.

Costos De Producción

COMERCIALIZADORA ECUARTE OTAVALO															
(DÓLARES)															
DESCRIPCIÓN	AÑO 2015			AÑO 2016			AÑO 2017			AÑO 2018			AÑO 2019		
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN															
Costo Primo		782388,73	782388,73		862994,94	862994,94		1510934,34	1510934,34		1869826,30	1869826,30		2285949,67	2285949,67
MATERIALES DIRECTOS		770114,33	770114,33	0,00	848173,10	848173,10	0,00	1494630,32	1494630,32	0,00	1851891,88	1851891,88	0,00	2266221,80	2266221,80
CARTERAS Y BOLSOS		770114,33	770114,33		848173,10	848173,10		1494630,32	1494630,32		1851891,88	1851891,88		2266221,80	2266221,80
MANO DE OBRA DIRECTA		12274,40	12274,40		14821,84	14821,84		16304,02	16304,02		17934,43	17934,43		19727,87	19727,87
Costos Indirectos de Fabricación	8779,00	47603,81	56382,81	9191,60	53768,55	62960,15	9624,83	87667,55	97292,38	10079,72	107687,08	117766,80	10557,36	131095,15	141652,51
MATERIALES INDIRECTOS		37822,61	37822,61		42056,85	42056,85		74824,18	74824,18		93600,85	93600,85		115643,85	115643,85
MANO DE OBRA INDIRECTA		9028,80	9028,80		10921,68	10921,68		12013,85	12013,85		13215,23	13215,23		14536,76	14536,76
DEPRECIACIONES PLANTA	95,00		95,00	95,00		95,00	95,00		95,00	95,00		95,00	95,00		95,00
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	432,00		432,00	432,00		432,00	432,00		432,00	432,00		432,00	432,00		432,00
SERVICIOS BASICOS		752,40	752,40		790,02	790,02		829,52	829,52		871,00	871,00		914,55	914,55
SUMINISTROS DE ASEO	445		445,00	467,25		467,25	490,61		490,61	515,14		515,14	540,90		540,90
EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	714		714,00	749,70		749,70	787,19		787,19	826,54		826,54	867,87		867,87
REPARACION Y MANTENIMIENTO MAQUINARIA	96		96,00	100,80		100,80	105,84		105,84	111,13		111,13	116,69		116,69
SEGURO PLANTA MAQUINARIA Y EQUIPO	600		600,00	630,00		630,00	661,50		661,50	694,58		694,58	729,30		729,30
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE PLANTA	32		32,00	33,60		33,60	35,28		35,28	37,04		37,04	38,90		38,90
ARRIENDO	6000		6000,00	6300,00		6300,00	6615,00		6615,00	6945,75		6945,75	7293,04		7293,04
EQUIPOS CONTRA INCENDIOS	365		365,00	383,25		383,25	402,41		402,41	422,53		422,53	443,66		443,66
COSTOS DE PRODUCCIÓN	8779,00	829992,54	838771,54	9191,60	916763,49	925955,09	9624,83	1598601,89	1608226,72	10079,72	1977513,38	1987593,10	10557,36	2417044,82	2427602,17

COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y FINANCIEROS															
GASTOS ADMINISTRATIVOS	40811,61	0,00	40811,61	45371,01	0,00	45371,01	49679,50	0,00	49679,50	53344,74	0,00	53344,74	58551,58	0,00	58551,58
SUELDO ADMINISTRATIVOS	29624,00		29624,00	35886,40		35886,40	39475,04		39475,04	43422,54		43422,54	47764,80		47764,80
HONORARIOS CONTADOR	6000,00		6000,00	6600,00		6600,00	7260,00		7260,00	7986,00		7986,00	8784,60		8784,60
TELEFONO INTERNET	840,00		840,00	882		882,00	926,10		926,10	972,4		972,41	1021,03		1021,03
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	2360,00		2360,00	0		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
SUMINISTRO DE OFICINA	300,00		300,00	315		315,00	330,75		330,75	347,3		347,29	364,65		364,65
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	436,50		436,50	436,50		436,50	436,50		436,50	436,50		436,50	436,50		436,50
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA	180,00		180,00	180,00		180,00	180,00		180,00	180,00		180,00	180,00		180,00
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1071,11		1071,11	1071,11		1071,11	1071,11		1071,11	0		0,00	0		0,00
GASTOS DE VENTAS	54376,40	0,00	54376,40	59997,69	0,00	59997,69	63958,04	0,00	63958,04	40149,16	0,00	40149,16	41956,61	0,00	41956,61
SUELDO VENDEDOR	19149,40		19149,40	23209,34		23209,34	25530,27		25530,27	0,00		0,00	0,00		0,00
GASTOS DE EXPORTACIÓN	8827,00		8827,00	9268,35		9268,35	9731,77		9731,77	10218,356		10218,36	10729,27		10729,27
MANTENIMIENTO Y COMBUSTIBLE VEHICULO	2400,00		2400,00	2520		2520,00	2646,00		2646,00	2778,3		2778,30	2917,22		2917,22
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	20000,00		20000,00	21000		21000,00	22050,00		22050,00	23152,5		23152,50	24310,13		24310,13
DEPRECIACIÓN VEHÍCULO	4000,00		4000,00	4000,00		4000,00	4000,00		4000,00	4000,00		4000,00	4000,00		4000,00
GASTOS FINANCIEROS	8366,24	0,00	8366,24	6867,46	0,00	6867,46	5191,93	0,00	5191,93	3318,79	0,00	3318,79	1224,76	0,00	1224,76
INTERÉS PRESTAMO	8366,24		8366,24	6867,46		6867,46	5191,93		5191,93	3318,79		3318,79	1224,76		1224,76
SUB TOTAL	103554,25	0,00	103554,25	112236,16	0,00	112236,16	118829,47	0,00	118829,47	96812,69	0,00	96812,69	101732,95	0,00	101732,95
TO TAL	112333,25	829992,54	942325,79	121427,76	916763,49	1038191,25	128454,30	1598601,89	1727056,19	106892,41	1977513,38	2084405,79	112290,31	2417044,82	2529335,12

Nota: Costos de producción. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.4.3.2.2 Costo unitario

Determinando el costo unitario por bolso exportado se obtiene valores proyectados para los años propuestos en este proyecto.

Tabla 91.

Costo Unitario Del Producto Exportado

	COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO EXPORTADO					
	Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
BOLSOS Y CARTERAS	Costo Total	\$ 942.325,79	\$ 1.038.191,25	\$ 1.727.056,19	\$ 2.084.405,79	\$ 2.529.335,12
	Unidades Producidas	43.144	45.689	77.416	92.231	108.525
	COSTO UNITARIO	21,84	22,72	22,31	22,60	23,31

Nota: Costo Unitario. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.5 Estados Financieros

5.5.1 Estado de resultados proyectado

El Estado de Pérdidas y Ganancias se construye con las proyecciones de ingresos y egresos mencionados anteriormente del estudio financiero, de esta manera se tiene una perspectiva de las utilidades posibles que genere el proyecto.

Tabla 92.

Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS										
PERIODOS	2015		2016		2017		2018		2019	
	MONTO	%								
Ingresos Operacionales										
<i>Ingresos</i>										
Ventas	1078591,50	100,00	1142228,38	100,00	1935391,80	100,00	2421066,38	100,00	2848788,08	100,00
BOLSOS Y CARTERAS	1078591,50		1142228,38		1935391,80		2421066,38		2848788,08	
Costos y Gastos										
<i>Costos</i>										
CARTERAS Y BOLSOS	770114,33		848173,10		1494630,32		1851891,88		2266221,80	
(-) Inventario Final de materia Prima	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	
Mano de Obra Directa	12274,40		14821,84		16304,02		17934,43		19727,87	
Costos Indirectos de Fabricación	56382,81		62960,15		97292,38		117766,80		141652,51	
Costo de operación	838771,54	77,77	925955,09	81,07	1608226,72	83,10	1987593,10	82,10	2427602,17	85,22
(-) Inventario Final producto terminado	83277,15		91965,51		160161,17		198064,74		217871,21	
Costo de Ventas	755494,39	70,04	833989,58	73,01	1448065,55	74,82	1789528,37	73,91	2209730,96	77,57
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	323097,11	29,96	308238,79	26,99	487326,25	25,18	631538,01	26,09	639057,11	22,43
<i>Gastos Operacionales</i>										
Gastos de administración	40811,61	3,78	45371,01	3,97	49679,50	2,57	53344,74	2,20	58551,58	2,06
Gastos de Ventas	54376,40	5,04	59997,69	5,25	63958,04	3,30	40149,16	1,66	41956,61	1,47
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	227909,10	21,13	202870,09	17,76	373688,71	19,31	538044,12	22,22	538548,92	18,90
<i>Gastos no Operacionales</i>										
Gastos financieros	8366,24	0,78	6867,46	0,60	5191,93	0,27	3318,79	0,14	1224,76	0,04
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILID (PERD) ANTES PARTICIPACION	219542,86	20,35	196002,63	17,16	368496,78	19,04	534725,32	22,09	537324,16	18,86
15% Participación utilidades	32931,43	3,05	29400,39	2,57	55274,52	2,86	80208,80	3,31	80598,62	2,83
UTILD (PERD) ANTES IMPUESTOS	186611,43	17,30	166602,24	14,59	313222,26	16,18	454516,52	18,77	456725,54	16,03
Impuesto a la renta 22%	41054,52	3,81	36652,49	3,21	68908,90	3,56	99993,64	4,13	100479,62	3,53
UTILIDAD PARA DISTRIBUCIÓN	145556,92	13,50	129949,74	11,38	244313,37	12,62	354522,89	14,64	356245,92	12,51
Reserva legal 5%	7277,85		6497,49		12215,67		17726,14		17812,30	
UTILIDAD NETA SOCIOS	138.279,07	12,8	123.452,26	10,8	232.097,70	12,0	336.796,74	13,9	338.433,62	11,9

Nota: Estado de Pérdidas y Ganancias. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.5.2 Flujo de Caja

El flujo de caja se construye en base a la proyección de ingresos y egresos, es la acumulación neta de activos líquidos en base a un periodo o períodos determinados, es más que nada, un indicador de liquidez del proyecto y sirve para la toma de decisiones en la evaluación financiera en base al cálculo del Valor Actual Neto, que se lo revisará más adelante. El flujo de efectivo se basa fundamentalmente en la información proporcionada por el estado de pérdidas y ganancias más los datos correspondientes a la depreciación, amortización, valor residual e inversión inicial.

El flujo de efectivo proyectado para cinco años es el siguiente:

Tabla 93.

Flujo de caja proyectado con financiamiento

FLUJO CON FINANCIAMIENTO							
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	
INGRESOS		\$ 1.078.591,50	\$ 1.142.228,38	\$ 1.935.391,80	\$ 2.421.066,38	\$ 2.848.788,08	
(-) COSTOS		\$ 755.494,39	\$ 833.989,58	\$ 1.448.065,55	\$ 1.789.528,37	\$ 2.209.730,96	
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$ 95.188,01	\$ 105.368,70	\$ 113.637,54	\$ 93.493,89	\$ 100.508,19	
(-) GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 8.366,24	\$ 6.867,46	\$ 5.191,93	\$ 3.318,79	\$ 1.224,76	
TOTAL COSTOS Y GASTOS		\$ 859.048,64	\$ 946.225,74	\$ 1.566.895,02	\$ 1.886.341,05	\$ 2.311.463,91	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 219.542,86	\$ 196.002,63	\$ 368.496,78	\$ 534.725,32	\$ 537.324,16	
(-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES		\$ 32.931,43	\$ 29.400,39	\$ 55.274,52	\$ 80.208,80	\$ 80.598,62	
UTILIDAD GRAVABLE		\$ 186.611,43	\$ 166.602,24	\$ 313.222,26	\$ 454.516,52	\$ 456.725,54	
% IMPUESTO A LA RENTA CODIGO DE PRODUCCION		22%	22%	22%	22%	22%	
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 41.054,52	\$ 36.652,49	\$ 68.908,90	\$ 99.993,64	\$ 100.479,62	
= UTILIDAD NETA		\$ 145.556,92	\$ 129.949,74	\$ 244.313,37	\$ 354.522,89	\$ 356.245,92	
(+) DEPRECIACIÓN		\$ 6.214,61	\$ 6.214,61	\$ 6.214,61	\$ 5.143,50	\$ 5.143,50	
(-) INVERSIÓN INICIAL	\$ (275.406,23)						
(+) RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 231.936,23	
(+) PRÉSTAMO	\$ 80.406,23						
(-) PAGO CAPITAL DE PRESTAMO		\$ 12.708,84	\$ 14.207,62	\$ 15.883,16	\$ 17.756,29	\$ 19.850,32	
(+) VALOR DE SALVAMENTO					\$ 1.606,67	\$ -	
FLUJO NETO	-\$ 195.000,00	\$ 139.062,69	\$ 121.956,73	\$ 234.644,82	\$ 343.516,77	\$ 573.475,33	
(+)	GASTOS NO PAGADOS		\$ 73.985,94	\$ 66.052,89	\$ 124.183,42	\$ 180.202,43	\$ 181.078,24
			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	(-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES		32.931,43	29.400,39	55.274,52	80.208,80	80.598,62
	(-) IMPUESTO A LA RENTA		41.054,52	36.652,49	68.908,90	99.993,64	100.479,62
(=)	FLUJO DE CAJA TOTAL DEL INVERSIONISTA		\$ 213.048,63	\$ 188.009,62	\$ 358.828,24	\$ 523.719,20	\$ 754.553,57
(+)	Saldo Inicial		231.936,23	444.984,87	559.008,54	851.783,89	1.251.319,67
(-)	Gastos pagados años anteriores			73.985,94	66.052,89	124.183,42	180.202,43
(-)	Recuperación del Capital de Trabajo						231.936,23
(=)	TOTAL EN EFECTIVO Y EQUIVALENTES		\$ 444.984,87	\$ 559.008,54	\$ 851.783,89	\$ 1.251.319,67	\$ 1.593.734,58
(-)	Inventarios		\$ 361.707,71	\$ 467.043,03	\$ 691.622,72	\$ 1.053.254,94	\$ 1.375.863,37

Nota: Flujo de caja proyectado con financiamiento. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

El flujo anterior muestra claramente valores adecuados que van a permitir descontarlos y ofrecer flujos reales, el siguiente flujo se lo considera desde el punto de vista y con el supuesto técnico que los socios de la Comercializadora entreguen el 100% de los recursos en la estructura de capital y del cual se obtiene los siguientes valores:

Tabla 94.

Flujo de Caja proyectado sin financiamiento

CONCEPTO	FLUJO SIN FINANCIAMIENTO					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$ 1.078.591,50	\$ 1.142.228,38	\$ 1.935.391,80	\$ 2.421.066,38	\$ 2.848.788,08
(-) COSTOS		\$ 755.494,39	\$ 833.989,58	\$ 1.448.065,55	\$ 1.789.528,37	\$ 2.209.730,96
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$ 95.188,01	\$ 105.368,70	\$ 113.637,54	\$ 93.493,89	\$ 100.508,19
(-) GASTOS NO OPERACIONALES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL COSTOS Y GASTOS		\$ 850.682,40	\$ 939.358,28	\$ 1.561.703,09	\$ 1.883.022,26	\$ 2.310.239,15
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 227.909,10	\$ 202.870,09	\$ 373.688,71	\$ 538.044,12	\$ 538.548,92
(-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES		\$ 34.186,37	\$ 30.430,51	\$ 56.053,31	\$ 80.706,62	\$ 80.782,34
UTILIDAD GRAVABLE		\$ 193.722,74	\$ 172.439,58	\$ 317.635,40	\$ 457.337,50	\$ 457.766,58
% IMPUESTO A LA RENTA CODIGO DE PRODUCCION		22%	22%	22%	22%	22%
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 42.619,00	\$ 37.936,71	\$ 69.879,79	\$ 100.614,25	\$ 100.708,65
= UTILIDAD NETA		\$ 151.103,74	\$ 134.502,87	\$ 247.755,61	\$ 356.723,25	\$ 357.057,93
(+) DEPRECIACIÓN		\$ 6.214,61	\$ 6.214,61	\$ 6.214,61	\$ 5.143,50	\$ 5.143,50
(-) INVERSION INICIAL	\$ (275.406,23)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 231.936,23
(+) VALOR DE SALVAMENTO					\$ 1.606,67	\$ -
FLUJO NETO	-\$ 275.406,23	\$ 157.318,35	\$ 140.717,48	\$ 253.970,22	\$ 363.473,42	\$ 594.137,67

Nota: Flujo de caja proyectado sin financiamiento. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.5.3 Balance general proyectado

El balance general proyectado es un estado contable indispensable para la gestión financiera del proyecto, porque mostrará de forma anticipada el comportamiento de las cuentas de patrimonio, activo y pasivo.

Se presenta a continuación el Balance General del proyecto desde el año 0 hasta año 5, de esta forma se conoce de mejor manera la situación contable y financiera de las cuentas de activo, pasivo y patrimonio.

Tabla 95.

Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
CONCEPTO	OPERACION	2015	2016	2017	2018	2019
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo y Equivalente	231.936,2	361.707,7	467.043,0	691.622,7	1.053.254,9	1.375.863,4
Inventario de Materia Prima		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Inventario de Producto terminado		83.277,2	91.965,5	160.161,2	198.064,7	217.871,2
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	231.936,2	444.984,9	559.008,5	851.783,9	1.251.319,7	1.593.734,6
ACTIVOS NO CORRIENTES						
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OBRA CIVIL Y ADECUACIONES	2.000,0	2.000,0	2.000,0	2.000,0	2.000,0	2.000,0
Depreciación Adecuaciones y arreglos de planta		95,0	190,0	285,0	380,0	475,0
MAQUINARIA Y EQUIPOS DE OPERACIÓN	4.800,0	4.800,0	4.800,0	4.800,0	4.800,0	4.800,0
Depreciación Maquinaria		432,0	864,0	1.296,0	1.728,0	2.160,0
MUEBLES Y ENSERES	4.850,0	4.850,0	4.850,0	4.850,0	4.850,0	4.850,0
Depreciación Muebles y Enseres		436,5	873,0	1.309,5	1.746,0	2.182,5
EQUIPOS DE OFICINA	2.000,0	2.000,0	2.000,0	2.000,0	2.000,0	2.000,0
Depreciación Oficina		180,0	360,0	540,0	720,0	900,0
EQUIPOS DE COMPUTACION	4.820,0	4.820,0	4.820,0	4.820,0	0,0	0,0
Depreciación Equipo de Computación		1.071,1	2.142,2	3.213,3	0,0	0,0
VEHICULO	25.000,0	25.000,0	25.000,0	25.000,0	25.000,0	25.000,0
Depreciación Vehículo		4.000,0	8.000,0	12.000,0	16.000,0	20.000,0
SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS	43.470,0	43.470,0	43.470,0	43.470,0	38.650,0	38.650,0
(-) depreciaciones		6.214,6	12.429,2	18.643,8	20.574,0	25.717,5
TOTAL ACTIVOS FIJOS	43.470,0	37.255,4	31.040,8	24.826,2	18.076,0	12.932,5
ACTIVO DIFERIDO NETO	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OTROS ACTIVOS	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL DE ACTIVOS	275.406,2	482.240,3	590.049,3	876.610,1	1.269.395,7	1.606.667,1

PASIVO CORRIENTE						
Obligaciones bancarias	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Porción corriente deuda de Largo Plazo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos acumulados por pagar (utilidades e impuestos)	0,0	73.985,9	66.052,9	124.183,4	180.202,4	181.078,2
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	0,0	73.985,9	66.052,9	124.183,4	180.202,4	181.078,2
PASIVO NO CORRIENTE	80.406,2	67.697,4	53.489,8	37.606,6	19.850,3	0,0
TOTAL DE PASIVOS	80.406,2	141.683,3	119.542,7	161.790,0	200.052,8	181.078,2
PATRIMONIO						
Capital Social pagado	195.000,0	195.000,0	195.000,0	195.000,0	195.000,0	195.000,0
Reserva Legal	0,0	7.277,8	13.775,3	25.991,0	43.717,1	61.529,4
Futuras capitalizaciones	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Utilidad (pérdida) retenida	0,0	0,0	138.279,1	261.731,3	493.829,0	830.625,8
Utilidad (pérdida) neta	0,0	138.279,1	123.452,3	232.097,7	336.796,7	338.433,6
TOTAL DE PATRIMONIO	195.000,0	340.556,9	470.506,7	714.820,0	1.069.342,9	1.425.588,8
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	275.406,2	482.240,3	590.049,3	876.610,1	1.269.395,7	1.606.667,1
COMPROBACION DEL BALANCE	0,0	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Nota: Balance General Proyectado. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

5.6 Evaluación Financiera

5.6.1 Criterios de evaluación

Los aspectos relativos a la preparación de la información que posibilitará evaluar a un proyecto en función de las oportunidades opcionales disponibles en el mercado. En éste sentido, la evaluación comparará los beneficios proyectados asociados a una decisión de inversión correspondiente flujo de desembolsos proyectados. Para esto se utilizará las principales técnicas de medición de rentabilidad de un proyecto individual. (Sapag, 2008)

Los inversionistas deben tomar decisiones relativas a la ejecución del proyecto exigiendo que la inversión rinda en una tasa al gasto promedio ponderado de las fuentes de financiamiento; estas pueden ser de los inversionistas y de las instituciones de crédito, cualquiera que sea la forma de aportar cada uno de los participantes tendrá un costo asociado al capital aportado y la empresa formada asumirá un costo de capital propio. La tasa mínima aceptable de rendimiento o tasa descuento se aplica para llevar a valor presente los flujos netos de efectivo al final del período n . Esta tasa

es primordial previo al cálculo de la tasa interna de retorno (TIR) y VAN. (Miranda, 2007)

5.6.1.1 Tasa de descuento

La tasa de descuento del inversionista , así como el Costo promedio ponderado que son medidas para determinar una adecuada tasa de descuento la primera contable y la segunda financiera tanto con financiamiento como sin financiamiento o llamadas del inversionista y del proyecto respectivamente se calcula con la siguiente fórmula:

Tabla 96.

Cálculo de la Tasa de Descuento con Financiamiento

COSTO CAPITAL PROMEDIO PONDERADO (WACC)			
INVERSIONISTA= Ke	TASA DE INFLACIÓN PROMEDIO +RIESGO PAIS+ PREMIO DE RIESGO		
INVERSIONISTA= Ke	4,22%	5,68%	11,13%
INVERSIONISTA= Ke	21,03%		
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento			
FINANCIAMIENTO :	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
APORTE PROPIO	71%	21,0%	14,89%
CREDITO	29%	11,2%	3,27%
TMAR GLOBAL			18,16%
WACC	17,06%		
$WACC = Kd (1 - T) * \frac{D}{D + E} + Ke * \frac{E}{D + E}$			
Kd=	11,2%		
T=	33,70%	PROMEDIO DE IMPUESTOS	
D=	29%		
E=	71%		
Ke=	21,0%		

Nota: Cálculo de la tasa de Descuento. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Con el reemplazo en la fórmula el valor de la tasa de descuento y considerando la TMAR:

Tasa descuento = 18,16

Tabla 97.

Cálculo de la tasa de descuento sin financiamiento

COSTO PROMEDIO PONDERADO (WACC)			
INVERSIONISTA= Ke	TASA DE INFLACIÓN +RIESGO PAIS+ PREMIO DE RIESGO		
INVERSIONISTA= Ke	4,22%	5,68%	11,13%
INVERSIONISTA= Ke	21,0%		
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento			
FINANCIAMIENTO :	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
APORTE DE ACCIONISTAS/EMPRESARIOS	100%	21,0%	21%
CREDITO	0%	0,0%	0%
TMAR GLOBAL			21%
WACC 21,03%			
$WACC = Kd (1 - T) * \frac{D}{D + E} + Ke * \frac{E}{D + E}$			
Kd=	0%		
T=	33,70%	PROMEDIO DE IMPUESTOS	
D=	0%		
E=	100%		
Ke=	21,03%		

Nota: Cálculo de la tasa de descuento sin financiamiento. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Con el reemplazo en la fórmula el valor de la tasa de descuento y considerando la TMAR sin financiamiento asumiendo que todos los valores requeridos esta dados por los socios tenemos:

Tasa descuento = 21%

Estas tasas de descuento serán utilizadas para calcular el valor presente de los flujos con evaluadores financieros.

5.6.1.2 Calculo Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto establece la rentabilidad monetaria que trae a valor presente una serie de flujos, es decir, que contribuyen a la rentabilidad del proyecto luego de la recuperación de la inversión, para el cálculo de los flujos a valor presente se utiliza la tasa de descuento. (Weston, 2010). La fórmula del Valor Actual Neto es la siguiente:

$$VAN = \sum \frac{FNC}{(1+i)^n} - Inversion\ Inicial$$

Tabla 98.

Cálculo del Valor Actual Neto con financiamiento

VALOR ACTUAL NETO						
$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$						
		2015	2016	2017	2018	2019
VAN=	-195.000,0	139062,7 $(1+0,1816)^1$	121956,7 $(1+0,1816)^2$	234644,8 $(1+0,1816)^3$	343516,8 $(1+0,1816)^4$	573475,3 $(1+1816)^5$
VAN=	-195.000,0	139062,7 1,1816	121956,7 1,39617856	234644,8 1,64972459	343516,8 1,94931457	573475,3 2,3033101
VAN=	-195.000,0	117.690,2	87.350,4	142.232,7	176.224,4	248.978,8
VAN=	-195.000,0	772.476,4				
VAN=	577.476,4					

Nota: Cálculo del valor actual. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

VAN > 0 = PROYECTO VIABLE
VAN < 0 = PROYECTO NO VIABLE

Para el proyecto evaluado con flujos con financiamiento se obtiene un VAN \$ **577.476,4** este valor es mayor a cero por lo tanto el proyecto es viable porque permite recuperar la inversión inicial y genera rentabilidad.

Tabla 99.

Cálculo del valor actual neto sin financiamiento

VALOR ACTUAL NETO SIN FINANCIAMIENTO						
$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$						
		2015	2016	2017	2018	2019
VAN=	-275.406,2	$\frac{157318,3}{(1+0,21)^1}$	$\frac{140717,5}{(1+0,21)^2}$	$\frac{253970,2}{(1+0,21)^3}$	$\frac{363473,4}{(1+0,21)^4}$	$\frac{594137,7}{(1+0,21)^5}$
VAN=	-275.406,2	$\frac{157318,3}{1,21}$	$\frac{140717,5}{1,4641}$	$\frac{253970,2}{1,771561}$	$\frac{363473,4}{2,14358881}$	$\frac{594137,7}{2,59374246}$
VAN=	-275.406,2	130.015,2	96.111,9	143.359,6	169.563,0	229.065,8
VAN=	-275.406,2	768.115,5				
VAN=	492.709,3					

Nota: Cálculo del Valor actual sin Financiamiento. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

Para el proyecto evaluado con flujos sin financiamiento se obtiene un VAN \$ **492.709,3** este valor es mayor a cero por lo tanto el proyecto es viable porque permite recuperar la inversión inicial y genera rentabilidad.

5.6.1.3 Calculo Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados de la inversión inicial, es la rentabilidad de un proyecto cuando el VAN es igual a cero.

Tabla 100.

Cálculo Tasa Interna de Retorno con financiamiento

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FNC	FACTOR DE ACT. 50%	VAN MENOR	FACTOR DE ACT. 95%	VAN MAYOR
0	-195000,0		-195000,0		-195000,0
2015	139062,7	0,666667	92708,5	0,512821	71314,2
2016	121956,7	0,444444	54203,0	0,262985	32072,8
2017	234644,8	0,296296	69524,4	0,134864	31645,1
2018	343516,8	0,197531	67855,2	0,069161	23758,0
2019	573475,3	0,131687	75519,4	0,035467	20339,6
	88%		164810,4		-15870,3
TIR=	50+(95-50)		164810,4		164810,4 15870,3
TIR=	95		164810,4		180680,7
TIR=	95	0,91			
TIR=	87 %				

Nota: Cálculo de la tasa interna de retorno con financiamiento. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

El resultado de la TIR con financiamiento obtenido es 87 %, por lo que éste valor es mayor a la tasa de descuento de 18,16 % con crédito, por lo tanto el proyecto se acepta. El retorno del proyecto es suficiente para compensar la tasa de descuento y ofrece sustentabilidad financiera a los flujos financieros.

Tabla 101.

Cálculo Tasa Interna de Retorno sin financiamiento

TASA INTERNA DE RETORNO SIN FINANCIAMIENTO					
AÑOS	FNC	FACTOR DE ACT. 35%	VAN MENOR	FACTOR DE ACT. 75%	VAN MAYOR
0	-275406,2		-275406,2		-275406,2
2013	157318,3	0,740741	116532,1	0,571429	89896,2
2014	140717,5	0,548697	77211,2	0,326531	45948,6
2015	253970,2	0,406442	103224,2	0,186589	47388,0
2016	363473,4	0,301068	109430,3	0,106622	38754,4
2017	594137,7	0,223014	132500,7	0,060927	36199,0
	71%		263492,3		-17220,1
TIR=	50+(75-50)		263492,3		
			263492,3	17220,1	
TIR=	75		263492,3		
			280712,4		
TIR=	75	0,94			
TIR=	70 %				

Nota: Tasa interna de retorno sin financiamiento. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

El resultado de la TIR sin financiamiento obtenido es 70 %, por lo que éste valor es mayor a la tasa de descuento de 21 % solo recursos propios de los socios, por lo tanto el proyecto se acepta.

5.6.1.4 Relación Beneficio/Costo

La relación beneficio costo, indica la utilidad que se lograría con el costo que representa la inversión, es decir, por cada unidad de costo cuando se recibe por beneficio. Se calcula dividiendo el valor actualizado del flujo de ingresos para el valor

actualizado del flujo de egresos. Para descontar los flujos es conveniente hacerlo a la tasa de descuento fijada para el cálculo del VAN.

La fórmula de la relación Beneficio / Costo:

$$\frac{\Sigma \text{Valor Actual Ingresos}}{\Sigma \text{Valor Actual Egresos}}$$

Tabla 102.

Cálculo de la relación beneficio costo

RELACION BENEFICIO COSTO						
AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION DE INGRESOS		
	COSTO TOTAL	FACTOR DE ACT. 18,16%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO TOTAL	FACTOR DE ACT. 18,16%	INGRESO ACTUALIZADO
2015	942326	0,846310	797499	1078592	0,846310	912822
2016	1038191	0,716240	743594	1142228	0,716240	818109
2017	1727056	0,606161	1046873	1935392	0,606161	1173158
2018	2084406	0,512999	1069299	2421066	0,512999	1242006
2019	2529335	0,434156	1098127	2848788	0,434156	1236819
			4755392			5382915
RELACION BENEFICIO COSTO=			INGRESO ACTUALIZADO			
			COSTO ACTUALIZADO			
			5382915			
RELACION BENEFICIO COSTO=			4755392			
RELACION BENEFICIO COSTO=			1,13			

Nota: Cálculo de la Relación Beneficio Costo. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

La relación Beneficio / Costo es 1,13 esto indica que por cada dólar invertido se obtiene 13 centavos de beneficio, por lo tanto el proyecto es atractivo financieramente.

5.6.1.5 Periodo de Recuperación de Capital

Es un método de evaluación que permite determinar el número de períodos que se requieren para recuperar la inversión total desde que se pone en marcha el proyecto. (Leon, 2008)

El cálculo del período de recuperación de la inversión se realiza de la siguiente forma:

Tabla 103.

Periodo Recuperación Inversión

PERIODO REAL DE RECUPERACION O PAYBACK DESCONTADO			
AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO DESCONTADO	FLUJO NETO DESCONTADO ACUMULADO
	195000,00		
2015		117690,2	117690,2
2016		87350,4	205040,5
2017		142232,7	347273,3
2018		176224,4	523497,6
2019		248978,8	772476,4
TOTAL		772476,4	
PERIODO DE RECUPERACION=			$\frac{\text{FLUJO NETO} - (\text{FLUJO NETO} - \text{INVERSION})}{\text{FLUJO NETO (ULTIMO AÑO RECUPERADO)}}$
PERIODO DE RECUPERACION=			$\frac{205040,2 - (205040,2 - 195000)}{117690,2}$
PERIODO DE RECUPERACION=			$\frac{195000,00}{117690,2}$
PERIODO DE RECUPERACION=			1,66 AÑOS
0,61 X 12			7,32 MESES
0,32 X 30			9,60 DIAS
LA INVERSION SE RECUPERARA EN 1 AÑOS 7 MESES Y 9 DIAS			

Nota: Periodo Recuperación Inversión. Fuente: Investigación. Por: P. Vivero & A. García. 2015.

CONCLUSIONES

- Los principales destinos de las exportaciones ecuatorianas de productos elaborados artesanalmente son Italia, Estados Unidos y China. Estos países suman el 34% de las exportaciones totales. Esto demuestra que los mercados de las exportaciones están diversificadas y no tienen una alta concentración por destino, de esta manera, se minimiza los riesgos asociados al país de destino.
- La tasa de crecimiento de las exportaciones ecuatorianas en el período comprendido entre los años 2008 y 2012 fue 5,9%; este valor refleja un crecimiento similar al crecimiento de la economía ecuatoriana en el mismo período, esto refleja que el sector tiene una alta correlación con la economía nacional.
- Los mercados receptores de las exportaciones de artesanías que mayor porcentaje de crecimiento tuvieron el período comprendido entre los años 2008 – 2012, fueron Turquía, Japón y Francia.
- Los principales competidores de los productos artesanales ecuatorianos a nivel mundial son China e India, países que tienen una gran tradición en la elaboración de este tipo de productos, además el tamaño de su economía es muy superior a la ecuatoriana y tienen mayor acceso a mercados internacionales, sobre todo en Europa.
- En el caso específico de Latinoamérica, los competidores del Ecuador son México, Perú y Colombia; que venden sus productos principalmente en Estados Unidos, beneficiándose de la vigencia de los Tratados de Libre Comercio entre los países mencionados y el mercado estadounidense.
- El modelo de empresas asociativas para la exportación fomenta la generación de economías a escala, ya que, la producción se intensifica y se obtienen mejores condiciones de negociación con los proveedores de materias primas.
- El cantón Otavalo tiene una fuerte ventaja competitiva como productor de artesanías, especialmente bolsos y carteras de tela; ya que, cuenta con la mano

de obra calificada y el conocimiento de los mercados internacionales debido al carácter emprendedor de su comunidad.

- El punto de débil de los productores artesanales es su falta de unión y la escasa formulación de planteamientos estratégicos que les permita mantener una posición competitiva como comunidad; existen esfuerzos aislados por unificar los criterios de producción y comercialización pero no han tenido el resultado esperado.
- Otro factor en contra de la producción artesanal del cantón Otavalo, es su bajo nivel de incorporación de la tecnología en sus procesos productivos y el mínimo nivel de uso de indicadores de gestión que les permita conocer su situación operativa, comercial y financiera.
- En lo relacionado a las políticas públicas que provienen del gobierno central, existen intenciones de generar mecanismos de asociación, pero que son frenados por la excesiva burocracia y los componentes políticos que traban cualquier tipo de asociación en beneficio de la comunidad.

RECOMENDACIONES

- Intensificar la presencia de Oficinas Comerciales en los principales destinos de las exportaciones, para que se fomente la generación de información de inteligencia de mercado y participación activa en ferias internacionales para la apertura nuevos destinos de las exportaciones.
- El gobierno nacional impulsa la diversificación de las exportaciones, con el fin de minimizar la dependencia del petróleo; por lo que, las exportaciones de artesanías se constituyen en un producto con alto potencial de crecimiento, si es que se ejecutan las políticas públicas adecuadas para su inserción en los mercados internacionales.
- Para el fomento de las exportaciones, es fundamental la generación de acuerdos comerciales con los países destinos de los productos ecuatorianos; especialmente Estados Unidos y Europa, de esta manera se garantiza la vigencia de acuerdos comerciales en el largo plazo y no depender de acuerdos unilaterales que pueden terminar en cualquier momento, debido a factores políticos.
- Generar mecanismos de apoyo y capacitación para los productores del cantón Otavalo es necesario para la actualización de conocimientos técnicos de sus habitantes; los programas de capacitación deben enfocarse en temas administrativos, tecnológicos y comerciales.
- Descentralizar los procesos de exportación con la apertura de una oficina de ProEcuador en la ciudad de Otavalo y comunicar a los productores los beneficios para la comunidad y el país de generar nuevas exportaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Acevedo, M., & Buitrago, V. (2009). *Asociatividad empresarial, crecimiento productivo e innovación*. Bogotá: 2009.

Antonorsi, M. (2012). *Política de los Estados Unidos*. Estados Unidos: Artículo.

Asamblea Constituyente. (20 octubre 2008. RO 449). *Constitución Política del Ecuador*. Quito, Ecuador.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Código Orgánico de la Producción*. RO No. 351. Quito.

Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. 6ª Edición. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

BANCO MUNDIAL. (2014). *Los indicadores del desarrollo mundial*. Obtenido de Banco Mundial Web site: http://datos.bancomundial.org/indice/ios-indicadores-del-desarrollo-mundial?cid=GPDes_WDI

Bonta, P., & Farber, M. (2006). *199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad* (Tercera Edición ed.). (B. Armando, Ed.) Mexico, Bogotá: Grupo Editorial Norma.

Castro Figuero, A. M. (2008). *Manual de Exportaciones de Colombia*. Bogota: Universidad del Rosario.

Cerpa, K. L. (2011). *Elaborar una propuesta generadora de grupos asociativos para fortalecer la producción y la comercialización de los productos alternativos en Cotacachi*. Ibarra: PUCE-Ibarra.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2006). *Definiendo Competitividad*. Santiago Chile: CEPAL.

De la Torre, A. L. (2011). *Análisis de los factores que influyen en el desarrollo del espíritu exportador y diseño de estrategias de fortalecimiento organizacional y comercial de los indígenas del cantón otavalo*. Ibarra : Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ibarra .

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PROECUADOR. (2013). *Guía Comercial Estados Unidos*. Oficina Comercial en Nueva York, Los Angeles, Miami, Chicago: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

Gandolfo, J. (2007). *Los seis pasos del planteamiento estratégico*.

Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo. (2010). *Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Canton Otavalo*. Otavalo: Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo.

Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo. (2010). *Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Canton de Otavalo*. Otavalo: Gobierno Autonomo Decentralizado de Otavalo.

Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo. (2010). *Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Canton de Otavalo*. Otavalo: Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo.

Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo. (2010). *Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón de Otavalo*. Otavalo: Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo.

Gobierno Autonomo Descentralizado de Otavalo. (2010). *Plan de Desarrollo y Formulación del Plan de Ordenamiento Territorial del Canton Otavalo*. Otavalo: Gobierno Autonomo Decentralizado de Otavalo.

Grijalva, M. B. (02 de Noviembre de 2012). *Grupos Etnicos del Ecuador*. Obtenido de <http://gruposetnicosecuador.blogspot.com/2012/11/otavalos.html>

Guerrero, C. (2006). *El poder de la asociatividad*. Bogota: CCB.

Hernández, A. (2007). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México D.F.: ECAFSA.

Herrscher, E. (2002). *Introducción de la Administración de Empresas*. Uruguay: Granica .

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, PRO ECUADOR. (2013). *Análisis del sector artesanías 2013*. Quito: PRO ECUADOR.

Klothler, & Armstrong. (2008). *Fundamentos De Marketing, 8va. Edición*. Pearson Prentice Hall .

Koontz, H. (2006). *Administración*. McGraw Hill.

Leon, O. (2008). *Administracion Financiera*. Cali: Prensa Moderna.

Mancilla Pinzón, L. (2010). *Estudio de factibilidad de exportación de bolsos de cuero hacia los Estados Unidos*. Bogota: Universidad de la Sabana.

Meneses Alvarez, E. (2004). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito: Qualityprint.

Ministerio Coordinador de Desarrollo Social . (2012). *Ley orgánica de economía popular y solidaria y su reglamento* . Quito: Asamblea Nacional .

Miranda, J. J. (2007). *Gestión de Proyectos*. Bogota: MM Editores.

Muñiz, R. (2009). *Marketing en el siglo XXI*.

Pallares, Z. (2006). *Asociatividad empresarial*. Bogota: Fondo editoria para la nueva empresa.

Porter, M. E. (2007). *Ser Competitivo Nuevas aportaciones y Conclusiones*. Madrid: Ediciones Deusto S.A. .

Proecuador - Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (2013). *Servicio de Asesoría al Exportador (SAE), Informe de Primer Nivel*. Nueva York, EEUU.

Reyes, A., & Lopez, L. F. (2011). *Desarrollo Local Definiciones*. Nueva York: Organización de Las Naciones Unidas.

Rosales, R. (2007). *La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las Pymes*. Bogotá: Sela.

Sapag, N. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Santiago de Chile: McGraw Hill.

Sarabino, Z. (2008). *El proceso de constitucion de las elites indigenas en la ciudad de Otavalo* . Quito : Flacso .

Weston, F. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico DF: McGraw Hill.

Weston, F. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México, DF: McGraw Hill.

Whelsch, G. (2005). *Presupuestos planificación y control*. Mexico DF: Pearson.

ANEXOS

Anexo 1

Título: Encuesta En Otavalo A Mujeres Nuyorquinas En Edades Comprendidas De 16 A 44 Años Que Visitan La Ciudad

EDAD	LE GUSTAN LAS CARTERAS ARTESANALES		CUANTAS CARTERAS COMPRAS EN EL AÑO			CADA CUANTO COMPRA UNA CARTERA ARTESANAL			SI HUBIERA CARTERAS ARTESANALES EN TU PAIS COMPRARIAS		CUANTO ESTARIAS DISPUESTA A PAGAR POR UNA CARTERA ARTESANAL EN TU PAIS		QUE OTRO MATERIAL DE CARTERAS COMPRAS		
	SI	NO	2 al año	de 3 a 5 al año	de 6 a 8 al año	1 al año	2 al año	3 o mas	SI	NO	10 A 20	30 O MAS	CUERO	TELA	SINTETICAS
23	1			1		1			SI		16				1
29	1		1			1			SI		15		1		
30	1		1			1			1		15		1		
44		1	1			0				1	0		1		
16	1		1			1			1		12		1		
20	1				1	1			1		20		1		
22	1			1		1			1		16		1		
40		1	1			1			1		12		1		
35	1		1				1			1	14		1		
22	1				1	1			1		10		1		
25	1		1			1			1		15		1		
17	1				1	1			1		17				1
22	1			1		1			1		12		1		
31	1		1			1			1			35	1		
36	1		1				1		1		12		1		
23	1			1		1			1		10				1
29		1	1			1			1		15		1		
35		1	1				1		1		15		1		
30	1		1			1			1		15		1		
31		1	1			1				1	20		1		
TOTAL	15	5	13	4	3	16	3	0	15	3			17	0	3
%	75%	25%	65%	20%	15%	80%	15%	0%	75%	15%	13,74	35,00	85%	0%	15%

Elaboración: Paulina Vivero y Andres García

Anexo 2

Título: Presupuesto para Creación Pagina Web



PRESUPUESTO No. 394

ATENCIÓN : SRA. PAULNA VIVERO
ASUNTO : PRODUCCIÓN PÁGINA WEB
FECHA : 10 DE DICIEMBRE DE 2014

Con mucho agrado y en respuesta a su solicitud, le presentamos la siguiente propuesta económica para la realización de una página web promocional para su línea de productos, de acuerdo a las siguientes características:

Portal interactivo con:

1. Navegación lógica o secuencial, esto significa que las categorías podrán ser presentadas según temas y el desarrollo de cada categoría o tema tendrá toda la información según la secuencia pre-establecida.
2. Herramienta para ampliación de fotos por medio de una lupa, es decir, esta lupa se colocará en secciones escogidas por el expositor y ampliará puntos específicos de la misma.
3. En la página constarán también videos, de ser el caso, y éstos se cargarán según la secuencia o temas que los navegantes requieran.
4. Diseño gráfico amigable, claro y trabajado según la imagen corporativa de la empresa.
5. Efectos de sonido para transiciones y música de fondo durante toda la exposición (opcional).

Para el desarrollo del sitio web, se realizará:

1. Análisis, Diseño Gráfico, animaciones multimedia y desarrollo del sitio web.
2. Retoque fotográfico, según requerimientos.
3. Estructuración de la información, para la presentación en un orden lógico que permita la fácil navegación.

Requerimientos para el desarrollo del sitio web:

1. Fotografías de productos en alta resolución (se cotizarán por separado).
2. Videos en formato Quick Time.
3. Esquema tentativo del contenido del sitio web para que sea factible la realización de la estructura general.
4. Imagen corporativa en ilustrador
5. Textos y/o toda la información que será ingresada en el sitio web, dicha información debe ser corregida y revisada por el cliente.

Inversión: 750.00 USD +IVA
Son: Setecientos cincuenta dólares



Esta inversión incluye:

- Análisis del contenido
- Diseño Gráfico y Multimedia
- Retoque fotográfico.
- Hasta 10 páginas con programación en Flash
- Pruebas antes del lanzamiento oficial
- Compra de dominio .COM y hosting por dos años.

Tiempo de trabajo: 20 días laborables.

Nº de Personas a cargo:

- 1 programador en flash
- 1 diseñador y editor de video
- 1 productor y coordinador del proyecto

Forma de Pago:

50% a la firma del contrato y 50% a la entrega del proyecto

Sin otro particular y esperando sus gratas noticias, se suscribe de usted.

Muy atentamente,

Mario Alejandra Tapia
DIRECTOR MATG Producciones

Campaña Publicitaria			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR U.	VALOR T.
Diseño	Diseño y conceptualización web Incluye: - Diseño gráfico para activación - Asesoramiento, seguimiento y planificación	\$ 750	\$ 750
Validez: 15 días Pedro Frías 1234 y Hugo Reyes paulina.v@estudioar.com Cel: 0999 007 278 Tel: (02) 608026		SUBTOTAL	\$ 750,00
		IVA	\$ 90,00
		TOTAL	\$ 840,00

Anexo 3

Título: Salarios Operativos

SALARIOS OPERATIVO									
Año: 2015									
(cifras en dólares)									
CARGO	SALARIO DIGNO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios	
		13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal			
Auxiliar de Bodega2	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 48,60	\$ 111,43	\$ 511,43	
Auxiliar de Bodega1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 48,60	\$ 111,43	\$ 511,43	
MENSUAL	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 59,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 97,20	\$ 222,87	\$ 1.022,87	
Año: 2015	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 708,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.166,40	\$ 2.674,40	\$ 12.274,40	
Presupuesto de Salario Operativo									
AÑOS	% INCREMENTO	SALARIO DIGNO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
2015	10,00%	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 708,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.166,40	\$ 2.674,40	\$ 12.274,40
2016	10,00%	\$ 10.560,00	\$ 880,00	\$ 778,80	\$ 440,00	\$ 880,00	\$ 1.283,04	\$ 4.261,84	\$ 14.821,84
2017	10,00%	\$ 11.616,00	\$ 968,00	\$ 856,68	\$ 484,00	\$ 968,00	\$ 1.411,34	\$ 4.688,02	\$ 16.304,02
2018	10,00%	\$ 12.777,60	\$ 1.064,80	\$ 942,35	\$ 532,40	\$ 1.064,80	\$ 1.552,48	\$ 5.156,83	\$ 17.934,43
2019	10,00%	\$ 14.055,36	\$ 1.171,28	\$ 1.036,58	\$ 585,64	\$ 1.171,28	\$ 1.707,73	\$ 5.672,51	\$ 19.727,87

Anexo 4

Título: Salarios Administrativos

SUELDOS ADMINISTRATIVOS									
Año: 2015									
(cifras en dólares)									
CARGO	SUELDO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios	
		13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal			
Gerente General	\$ 1.500,00	\$ 125,00	\$ 29,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 182,25	\$ 336,75	\$ 1.836,75	
Asistente de Gerencia	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 29,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 60,75	\$ 131,92	\$ 631,92	
MENSUAL	\$ 2.000,00	\$ 166,67	\$ 59,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 243,00	\$ 468,67	\$ 2.468,67	
Año: 2015	\$ 24.000,00	\$ 2.000,00	\$ 708,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 2.916,00	\$ 5.624,00	\$ 29.624,00	
Presupuesto Administrativos									
AÑOS	% INCREMENTO	SUELDO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
2015	10,00%	\$ 24.000,00	\$ 2.000,00	\$ 708,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 2.916,00	\$ 5.624,00	\$ 29.624,00
2016	10,00%	\$ 26.400,00	\$ 2.200,00	\$ 778,80	\$ 1.100,00	\$ 2.200,00	\$ 3.207,60	\$ 9.486,40	\$ 35.886,40
2017	10,00%	\$ 29.040,00	\$ 2.420,00	\$ 856,68	\$ 1.210,00	\$ 2.420,00	\$ 3.528,36	\$ 10.435,04	\$ 39.475,04
2018	10,00%	\$ 31.944,00	\$ 2.662,00	\$ 942,35	\$ 1.331,00	\$ 2.662,00	\$ 3.881,20	\$ 11.478,54	\$ 43.422,54
2019	10,00%	\$ 35.138,40	\$ 2.928,20	\$ 1.036,58	\$ 1.464,10	\$ 2.928,20	\$ 4.269,32	\$ 12.626,40	\$ 47.764,80
Presupuesto Honorarios Contador									
AÑOS	% INCREMENTO	HONORARIOS	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
2015	10,00%	\$ 6.000,00							\$ 6.000,00
2016	10,00%	\$ 6.600,00							\$ 6.600,00
2017	10,00%	\$ 7.260,00							\$ 7.260,00
2018	10,00%	\$ 7.986,00							\$ 7.986,00
2019	10,00%	\$ 8.784,60							\$ 8.784,60

Anexo 5

Título: Salarios Ventas

SUELDOS VENTAS								
Año: 2015								
(cifras en dólares)								
CARGO	SUELDO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
Coordinador de Exportación y Ventas	\$ 1.300,00	\$ 108,33	\$ 29,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 157,95	\$ 295,78	\$ 1.595,78
MENSUAL	\$ 1.300,00	\$ 108,33	\$ 29,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 157,95	\$ 295,78	\$ 1.595,78
Año: 2015	\$ 15.600,00	\$ 1.300,00	\$ 354,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.895,40	\$ 3.549,40	\$ 19.149,40

Presupuesto Sueldo Ventas									
AÑOS	% INCREMENTO	SUELDO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
2015	10,00%	\$ 15.600,00	\$ 1.300,00	\$ 354,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.895,40	\$ 3.549,40	\$ 19.149,40
2016	10,00%	\$ 17.160,00	\$ 1.430,00	\$ 389,40	\$ 715,00	\$ 1.430,00	\$ 2.084,94	\$ 6.049,34	\$ 23.209,34
2017	10,00%	\$ 18.876,00	\$ 1.573,00	\$ 428,34	\$ 786,50	\$ 1.573,00	\$ 2.293,43	\$ 6.654,27	\$ 25.530,27
2018	10,00%	\$ 20.763,60	\$ 1.730,30	\$ 471,17	\$ 865,15	\$ 1.730,30	\$ 2.522,78	\$ 7.319,70	\$ 28.083,30
2019	10,00%	\$ 22.839,96	\$ 1.903,33	\$ 518,29	\$ 951,67	\$ 1.903,33	\$ 2.775,06	\$ 8.051,67	\$ 30.891,63

SUELDO MANO DE OBRA INDIRECTA								
Año: 2015								
(cifras en dólares)								
CARGO	SALARIO DIGNO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
Jefe de Bodega/transportista	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 72,90	\$ 152,40	\$ 752,40
MENSUAL	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 29,50	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 72,90	\$ 152,40	\$ 752,40
Año: 2015	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 874,80	\$ 1.828,80	\$ 9.028,80

Presupuestode Mano de Obra Indirecta									
AÑOS	% INCREMENTO	SALARIO DIGNO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
2015	10,00%	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 354,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 874,80	\$ 1.828,80	\$ 9.028,80
2016	10,00%	\$ 7.920,00	\$ 660,00	\$ 389,40	\$ 330,00	\$ 660,00	\$ 962,28	\$ 3.001,68	\$ 10.921,68
2017	10,00%	\$ 8.712,00	\$ 726,00	\$ 428,34	\$ 363,00	\$ 726,00	\$ 1.058,51	\$ 3.301,85	\$ 12.013,85
2018	10,00%	\$ 9.583,20	\$ 798,60	\$ 471,17	\$ 399,30	\$ 798,60	\$ 1.164,36	\$ 3.632,03	\$ 13.215,23
2019	10,00%	\$ 10.541,52	\$ 878,46	\$ 518,29	\$ 439,23	\$ 878,46	\$ 1.280,79	\$ 3.995,24	\$ 14.536,76

Anexo 6

Título: Financiamiento Del Proyecto

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO							
	Monto Credito	80406,23					
	Tasa Efectiva	11,20%	anual				
	Tasa Interés	0,9333%	mensual				A
	Plazo	5	años				
	Príodos	12	meses				
	Cuotas	60	meses				
Periodo	Periodo	Cuotas	Interés	Capital	Saldo	INTERES	CAPITAL
AÑO	Mes	USD \$	Sobre Saldo	USD \$	USD \$	ANUAL	ANUAL
	0				\$ 80.406,23		
AÑO 1	1	\$ 1.756,26	\$ 750,46	\$ 1.005,80	\$ 79.400,44		
	2	\$ 1.756,26	\$ 741,07	\$ 1.015,19	\$ 78.385,25		
	3	\$ 1.756,26	\$ 731,60	\$ 1.024,66	\$ 77.360,59		
	4	\$ 1.756,26	\$ 722,03	\$ 1.034,22	\$ 76.326,36		
	5	\$ 1.756,26	\$ 712,38	\$ 1.043,88	\$ 75.282,49		
	6	\$ 1.756,26	\$ 702,64	\$ 1.053,62	\$ 74.228,87		
	7	\$ 1.756,26	\$ 692,80	\$ 1.063,45	\$ 73.165,41		
	8	\$ 1.756,26	\$ 682,88	\$ 1.073,38	\$ 72.092,03		
	9	\$ 1.756,26	\$ 672,86	\$ 1.083,40	\$ 71.008,63		
	10	\$ 1.756,26	\$ 662,75	\$ 1.093,51	\$ 69.915,12		
	11	\$ 1.756,26	\$ 652,54	\$ 1.103,72	\$ 68.811,41		
	12	\$ 1.756,26	\$ 642,24	\$ 1.114,02	\$ 67.697,39	\$ 8.366,24	\$ 12.708,84
AÑO 2	13	\$ 1.756,26	\$ 631,84	\$ 1.124,41	\$ 66.572,98		
	14	\$ 1.756,26	\$ 621,35	\$ 1.134,91	\$ 65.438,07		
	15	\$ 1.756,26	\$ 610,76	\$ 1.145,50	\$ 64.292,57		
	16	\$ 1.756,26	\$ 600,06	\$ 1.156,19	\$ 63.136,37		
	17	\$ 1.756,26	\$ 589,27	\$ 1.166,98	\$ 61.969,39		
	18	\$ 1.756,26	\$ 578,38	\$ 1.177,88	\$ 60.791,51		
	19	\$ 1.756,26	\$ 567,39	\$ 1.188,87	\$ 59.602,64		
	20	\$ 1.756,26	\$ 556,29	\$ 1.199,97	\$ 58.402,68		
	21	\$ 1.756,26	\$ 545,09	\$ 1.211,17	\$ 57.191,51		
	22	\$ 1.756,26	\$ 533,79	\$ 1.222,47	\$ 55.969,04		
	23	\$ 1.756,26	\$ 522,38	\$ 1.233,88	\$ 54.735,16		
	24	\$ 1.756,26	\$ 510,86	\$ 1.245,40	\$ 53.489,77	\$ 6.867,46	\$ 14.207,62

AÑO 3	25	\$ 1.756,26	\$ 499,24	\$ 1.257,02	\$ 52.232,75		
	26	\$ 1.756,26	\$ 487,51	\$ 1.268,75	\$ 50.964,00		
	27	\$ 1.756,26	\$ 475,66	\$ 1.280,59	\$ 49.683,41		
	28	\$ 1.756,26	\$ 463,71	\$ 1.292,55	\$ 48.390,86		
	29	\$ 1.756,26	\$ 451,65	\$ 1.304,61	\$ 47.086,25		
	30	\$ 1.756,26	\$ 439,47	\$ 1.316,79	\$ 45.769,47		
	31	\$ 1.756,26	\$ 427,18	\$ 1.329,08	\$ 44.440,39		
	32	\$ 1.756,26	\$ 414,78	\$ 1.341,48	\$ 43.098,91		
	33	\$ 1.756,26	\$ 402,26	\$ 1.354,00	\$ 41.744,91		
	34	\$ 1.756,26	\$ 389,62	\$ 1.366,64	\$ 40.378,27		
	35	\$ 1.756,26	\$ 376,86	\$ 1.379,39	\$ 38.998,88		
	36	\$ 1.756,26	\$ 363,99	\$ 1.392,27	\$ 37.606,61	\$ 5.191,93	\$ 15.883,16
AÑO 4	37	\$ 1.756,26	\$ 351,00	\$ 1.405,26	\$ 36.201,35		
	38	\$ 1.756,26	\$ 337,88	\$ 1.418,38	\$ 34.782,97		
	39	\$ 1.756,26	\$ 324,64	\$ 1.431,62	\$ 33.351,36		
	40	\$ 1.756,26	\$ 311,28	\$ 1.444,98	\$ 31.906,38		
	41	\$ 1.756,26	\$ 297,79	\$ 1.458,46	\$ 30.447,92		
	42	\$ 1.756,26	\$ 284,18	\$ 1.472,08	\$ 28.975,84		
	43	\$ 1.756,26	\$ 270,44	\$ 1.485,82	\$ 27.490,02		
	44	\$ 1.756,26	\$ 256,57	\$ 1.499,68	\$ 25.990,34		
	45	\$ 1.756,26	\$ 242,58	\$ 1.513,68	\$ 24.476,66		
	46	\$ 1.756,26	\$ 228,45	\$ 1.527,81	\$ 22.948,85		
	47	\$ 1.756,26	\$ 214,19	\$ 1.542,07	\$ 21.406,78		
	48	\$ 1.756,26	\$ 199,80	\$ 1.556,46	\$ 19.850,32	\$ 3.318,79	\$ 17.756,29
AÑO 5	49	\$ 1.756,26	\$ 185,27	\$ 1.570,99	\$ 18.279,34		
	50	\$ 1.756,26	\$ 170,61	\$ 1.585,65	\$ 16.693,69		
	51	\$ 1.756,26	\$ 155,81	\$ 1.600,45	\$ 15.093,24		
	52	\$ 1.756,26	\$ 140,87	\$ 1.615,39	\$ 13.477,85		
	53	\$ 1.756,26	\$ 125,79	\$ 1.630,46	\$ 11.847,39		
	54	\$ 1.756,26	\$ 110,58	\$ 1.645,68	\$ 10.201,71		
	55	\$ 1.756,26	\$ 95,22	\$ 1.661,04	\$ 8.540,66		
	56	\$ 1.756,26	\$ 79,71	\$ 1.676,54	\$ 6.864,12		
	57	\$ 1.756,26	\$ 64,07	\$ 1.692,19	\$ 5.171,93		
	58	\$ 1.756,26	\$ 48,27	\$ 1.707,99	\$ 3.463,94		
	59	\$ 1.756,26	\$ 32,33	\$ 1.723,93	\$ 1.740,02		
	60	\$ 1.756,26	\$ 16,24	\$ 1.740,02	\$ 0,00	\$ 1.224,76	\$ 19.850,32
PAGO AL FINAL DEL CREDITO		\$ 105.375,42	\$ 24.969,18	\$ 80.406,23		\$ 24.969,18	\$ 80.406,23

Anexo 7

Título: Presupuesto De Ingresos Operativos Anuales

PRESUPUESTO DE INGRESOS OPERATIVOS ANUALES																	
EN DÓLARES																	
AÑO		2015			2016			2017			2018			2019			
PRODUCTO	ESCENARIO	PRECIO UNITARIO	VENTAS	DOLARES													
BOLSOS Y CARTERAS	ESC.NORMAL	25,00	C/AÑO	43144	1078592	25,00	45689	1142228	25,00	77416	1935392	26,25	92231	2421066	26,25	108525	2848788
				1078592			1142228			1935392			2421066			2848788	

Anexo 8

Título: Estado De Costos De Operación

ESTADO DE COSTOS DE OPERACIÓN					
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UNIDADES PRODUCIDAS	UND 43.144	UND 45.689	UND 77.416	UND 92.231	UND 108.525
BOLSOS Y CARTERAS	UND 43.144	UND 45.689	UND 77.416	UND 92.231	UND 108.525
MATERIA PRIMA					
INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA EN TRANSITO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRAS DE MATERIA PRIMA					
MATERIA PRIMA (Producto 1)	\$ 770.114,33	\$ 848.173,10	\$ 1.494.630,32	\$ 1.851.891,88	\$ 2.266.221,80
TOTAL COMPRA MATERIA PRIMA	\$ 770.114,33	\$ 848.173,10	\$ 1.494.630,32	\$ 1.851.891,88	\$ 2.266.221,80
(-) INV. FINAL DE MATERIA PRIMA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) INV. FINAL DE MATERIA PRIMA EN TRAN.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) TOTAL DE INV. FINAL DE MATERIA PRIMA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
MATERIA PRIMA CONSUMIDA	\$ 770.114,33	\$ 848.173,10	\$ 1.494.630,32	\$ 1.851.891,88	\$ 2.266.221,80
MANO DE OBRA					
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 12.274,40	\$ 14.821,84	\$ 16.304,02	\$ 17.934,43	\$ 19.727,87
MANO DE OBRA UTILIZADA	\$ 12.274,40	\$ 14.821,84	\$ 16.304,02	\$ 17.934,43	\$ 19.727,87
COSTOS IND. DE FABRICACIÓN					
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 37.822,61	\$ 42.056,85	\$ 74.824,18	\$ 93.600,85	\$ 115.643,85
MATERIALES INDIRECTOS (Producto 1)	\$ 37.822,61	\$ 42.056,85	\$ 74.824,18	\$ 93.600,85	\$ 115.643,85
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 9.028,80	\$ 10.921,68	\$ 12.013,85	\$ 13.215,23	\$ 14.536,76
DEPRECIACIONES PLANTA	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00	\$ 95,00
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 432,00	\$ 432,00
SERVICIOS BASICOS	\$ 752,40	\$ 790,02	\$ 829,52	\$ 871,00	\$ 914,55
SUMINISTROS DE ASEO	\$ 445,00	\$ 467,25	\$ 490,61	\$ 515,14	\$ 540,90
EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	\$ 714,00	\$ 749,70	\$ 787,19	\$ 826,54	\$ 867,87
REPARACION Y MANTENIMIENTO MAQUINARIA	\$ 96,00	\$ 100,80	\$ 105,84	\$ 111,13	\$ 116,69
SEGURO PLANTA MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE PLANTA	\$ 32,00	\$ 33,60	\$ 35,28	\$ 37,04	\$ 38,90
EQUIPOS CONTRA INCENDIOS	\$ 365,00	\$ 383,25	\$ 402,41	\$ 422,53	\$ 443,66
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	\$ 50.382,81	\$ 56.660,15	\$ 90.677,38	\$ 110.821,05	\$ 134.359,47
COSTO DE PRODUCCIÓN MP +MO + CI	\$ 832.771,54	\$ 919.655,09	\$ 1.601.611,72	\$ 1.980.647,35	\$ 2.420.309,14

COSTOS DE PRODUCCIÓN EN UNIDADES							
TOTAL DE LOS COSTOS PRODUCCIÓN		\$ 832.771,54	\$ 919.655,09	\$ 1.601.611,72	\$ 1.980.647,35	\$ 2.420.309,14	
UNIDADES PRODUCIDAS		43.144	45.689	77.416	92.231	108.525	
COSTO UNITARIO		\$ 19,30	\$ 20,13	\$ 20,69	\$ 21,47	\$ 22,30	
COSTOS DE VENTAS							
INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS TERM.			\$ 83.277,15	\$ 91.965,51	\$ 160.161,17	\$ 198.064,74	
(+) PRODUCTOS EN PROCESO			\$ 832.771,54	\$ 919.655,09	\$ 1.601.611,72	\$ 1.980.647,35	\$ 2.420.309,14
(-) INVENTARIO FINAL PRODUCTOS TERM.			\$ 83.277,15	\$ 91.965,51	\$ 160.161,17	\$ 198.064,74	\$ 217.871,21
= COSTO DE VENTAS		\$ 749.494,39	\$ 827.689,58	\$ 1.441.450,55	\$ 1.782.582,62	\$ 2.202.437,93	
COSTOS DE VENTAS EN UNIDADES							
UNIDADES							
UNIDADES PRODUCIDAS		UND 43.144	UND 45.689	UND 77.416	UND 92.231	UND 108.525	
(-) UNIDADES VENDIDAS		UND 38.829	UND 41.120	UND 69.674	UND 83.008	UND 98.756	
UNIDADES EN BODEGA		UND 4.314	UND 4.569	UND 7.742	UND 9.223	UND 9.769	
COSTO UNITARIO		\$ 19,30	\$ 20,13	\$ 20,69	\$ 21,47	\$ 22,30	
INVENTARIO DE MERCADERÍA			\$ 83.277,15	\$ 91.965,51	\$ 160.161,17	\$ 198.064,74	\$ 217.871,21