

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR



Facultad de Ciencias Administrativas

TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCION DEL TITULO DE

INGENIERIA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Elaboración y exportación de tarjetas a base de papel reciclado a

Inglaterra

Lourdes Adriana López Rodríguez

Director: Ec. Galo Paz y Miño

2013

Guayaquil, Ecuador

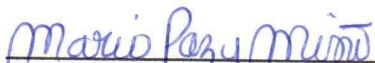
CERTIFICACIÓN

Yo, **Lourdes Adriana López Rodríguez**, declaro que soy la autora exclusiva de la presente investigación y que ésta es original, auténtica y personal mía. Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi exclusiva responsabilidad.



Lourdes Adriana López Rodríguez
C.I: 09248402542

Yo, Ec. Galo Paz y Miño, declaro que; en lo que yo personalmente conozco, a la señorita, Lourdes Adriana López Rodríguez, es la autora exclusiva de la presente investigación y que esta es original, auténtica y personal suya.



Ec. Galo Paz y Miño
Director

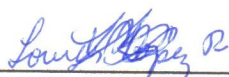
AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque sin su ayuda no hubiera podido terminar mi carrera, a mis padres por su gran apoyo económico logre estudiar en esta institución. A mis profesores por su excelente enseñanza, paciencia y entusiasmo para impartir sus conocimientos. A mis amigos por su apoyo incondicional y ayuda moral. A todos mis seres queridos por su confianza en mí.

Adriana López Rodríguez

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestos en este trabajo de grado, corresponden exclusivamente a su autora, y el patrimonio intelectual del trabajo de Grado corresponde a la "Universidad Internacional del Ecuador".



Lourdes Adriana López Rodríguez

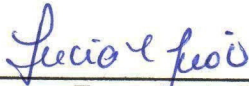
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

En la ciudad de Guayaquil; a los 18 días del mes octubre del 2013, se suscribe la siguiente acta de Defensa de Grado, del estudiante, Lourdes Adriana López Rodríguez, de la carrera de Ing. En Negocios Internacionales, siendo las principales autoridades: el Ec. Marcelo Fernández Sánchez, Rector de la Universidad Internacional del Ecuador, Ing. Xavier Fernández Orrantía, Vicerrector de la Universidad Internacional del Ecuador y el Ab. Aldo Maino Isaías, Director Ejecutivo – Extensión Guayaquil. Para lo cual doy fe.

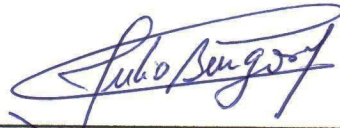


UNIVERSIDAD
INTERNACIONAL
DEL ECUADOR
Ab. Aldo Maino Isaías
Director Ejecutivo – Extensión Guayaquil

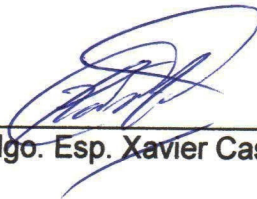
MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO



Econ. Lucia Pico

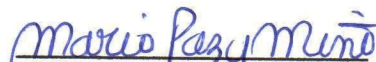


Msc. Julio Burgos Y.



Blgo. Esp. Xavier Cascante

Damos fe de la elaboración de este Trabajo de Grado, que fue presentado en la fecha: Guayaquil, 18 de Octubre del 2013.



Ec. Galo Paz y Miño
Director

DEDICATORIA

Este trabajo de Grado y esta carrera universitaria se la dedico a Dios todo poderoso, por darme la fortaleza para seguir adelante cada día. A unos seres especiales que no están conmigo en este momento pero sé que desde el cielo me están bendiciendo y apoyando, en especial a mi querido hijo Josué, que lo amo con mi vida y hubiera querido que él forme parte de esta nueva meta. A mi familia y amigos. A mis padres por su paciencia comprensión, dedicación y educación que me brindaron todos estos años de mi vida. A mi hijo Daniel que le he quitado tiempo por tratar de superarme y darle lo mejor a él. A mis hermanos por su respaldo y compañía en todo momento. A mi director de tesis quien me ayudo en todo momento, Ec. Galo Paz y Miño.

Adriana López Rodríguez

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO I	1
1. ANALISIS DEL MARCO LOGICO	1
1.1 ANALISIS DE LA MATRIZ DE INVOLUCRADOS	1
1.2 DIAGRAMA DEL PROBLEMA	3
1.3 DIAGRAMA DE ALTERNATIVAS	4
1.4 DIAGRAMA DE OBJETIVOS	5
CAPITULO II	6
2. ANALISIS PEST	6
2.1 ANALISIS DEL MERCADO	14
2.2 INTERPRETACION DE RESULTADOS	35
2.3 PCI (PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA)	36
2.4 POAM (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS)	38
CAPITULO III	42
3.1 ANALISIS DE LA INDUSTRIA	42
3.2 ESTRATEGIA DE PRECIO	45
3.3 ESTRATEGIA DE VENTAS	46
3.4 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD	47
3.5 PROMOCIÓN	48
3.6 POLÍTICAS DE SERVICIO	49
3.7 FODA ESTRATEGICO	50
CAPITULO IV	56
4. PLAN DE MARKETING	56
4.1 PLAN DE MARKETING	56
4.2 POSICIONAMIENTO	59
4.3 VENTAJA DIFERENCIAL	60
4.4 SELECCIÓN DEL MERCADO META	60

4.5 MARKETING MIX	62
4.6 PROCESO DE COMERCIALIZACION	73
4.7 PROCESO DE COBRO	81
4.8 INVERSIONES EN OBRAS FISICAS.....	85
4.9 OTROS COSTOS.....	86
4.10 PERFILES DE PUESTOS	87
CAPITULO V	95
5.1 CREACION DE COMPAÑIAS	95
5.2 IMPUESTO	96
5.3 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTOS.....	97
5.4 POSICION ARANCELARIA	97
CAPITULO VI	123
6.1 VIABILIDAD DE LA PROPUESTA.....	123
6.2 FLUJO DE CAJA ANUAL Y MENSUAL	128
6.3 FLUJO DE INVERSION (TIR Y VAN)	130
6.4 ESTADO DE RESULTADOS	134
7. CONCLUSIONES	137
8. RECOMENDACIONES	138
9. BIBLIOGRAFÍA	140
10. ANEXOS	143

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1.Árbol de problemas	3
Ilustración 2.Análisis de alternativas	4
Ilustración 3.Árbol de Objetivos	5
Ilustración 4. PIB NOMINAL DEL ECUADOR.....	7
Ilustración 5: PIB	7
Ilustración 6.CRECIMIENTO ANUAL DE LA ECONOMÍA ECUATORIANA.....	8
Ilustración 7.INFLACIÓN EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS	9
Ilustración 8.INFLACIÓN EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS	9
Ilustración 9.INFLACIÓN POR REGIONES.....	10
Ilustración 10.TASA DE DESEMPLEO: QUITO, GUAYAQUIL Y CUENCA.....	12
Ilustración 11. P1	18
Ilustración 12.P2	20
Ilustración 13. P3	21
Ilustración 14.P4	23
Ilustración 15. P5	24
Ilustración 16. P6	26
Ilustración 17. P7	27
Ilustración 18. P8	29
Ilustración 19. P9	30
Ilustración 20 P10	32
Ilustración 21. P11	33
Ilustración 22. Tarjeta Navideña	63
Ilustración 23. Tarjeta navideña 2	63
Ilustración 24. Tarjeta navideña 3	64
Ilustración 25. Tarjeta navideña 4	64
Ilustración 26. Tarjeta navideña 5	65
Ilustración 27. Tarjeta navideña 6	65
Ilustración 28. Invitaciones	66
Ilustración 29. Interior del empaque para tarjetas de papel reciclado	67
Ilustración 30. Envase para tarjetas de papel reciclado	68
Ilustración 31. Logo Etiqueta	68
Ilustración 32. Envase para tarjetas de papel reciclado	70
Ilustración 33. Formas de entrada en mercados exteriores	72
Ilustración 34. Proceso de comercialización	73
Ilustración 35.Canales en el proceso de distribución	75

Ilustración 36. Imagen Tienda distribuidora de artesanías en Londres	77
Ilustración 37. Lugares donde se comercializarán las artesanías en Londres	78
Ilustración 38. Canal de distribución indirecto	79
Ilustración 39. Organigrama de la Empresa de papel reciclado	93
Ilustración 40. Incoterms	115
Ilustración 41. Procedimiento de Importaciones	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.pregunta 1	18
Tabla 2.pregunta 2	19
Tabla 3. Pregunta3.	21
Tabla 4.Pregunta 4	22
Tabla 5. Pregunta5	24
Tabla 6. Pregunta6	25
Tabla 7. Pregunta7	27
Tabla 8. Pregunta8	28
Tabla 9. Pregunta 9	30
Tabla 10. Pregunta 10	31
Tabla 11. Pregunta11	33
Tabla 12. PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA (PCI)	36
Tabla 13. PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADO A CINCO AÑOS	47
Tabla 14. GASTOS GENERALES EN PROMOCIÓN Y PROPAGANDA.....	48
Tabla 15. MATRIZ FODA.....	52
Tabla 16. DIAGNÓSTICO- Matriz de Relación Diagnóstico	53
Tabla 17. PRESUPUESTOS DE GASTOS NOMINA.....	94
Tabla 18. Presupuesto de inversiones	123
Tabla 19.INVERSION.FIJA	124
Tabla 20.Activo Diferido	125
Tabla 21.Capital de Trabajo.....	126
Tabla 22.Estado de Fuentes y Usos de la Empresa	127
Tabla 23.AMORTIZACION.....	128
Tabla 24. Flujo de Caja	129
Tabla 25. VAN del Proyecto.....	131
Tabla 26. TIR del Inversionista.....	132
Tabla 27. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	132
Tabla 28.COSTOS DE PRODUCCION PARA EL AÑO 1	133
Tabla 29. Estado de Resultados Proyectados	134
Tabla 30. Punto de Equilibrio	135

SINTESIS

Se conoce que nuestro país tiene potencial para lograr el desarrollo y crecimiento económico y es por esto que se plantea la oportunidad de crecimiento para un sector específico de la población ecuatoriana que es en la ciudad de Guayaquil, donde se tomará en cuenta la creación de una empresa que distribuirá y comercializará las artesanías realizadas con papel reciclado, la misma que tendrá dos áreas: administrativa y de producción el proyecto persigue comprar el papel reciclado, para luego diseñarlos que productos artesanales los cuales pueden ser comercializados a nivel internacional específicamente en el Mercado Inglés; la mayor parte de sus procesos se los realizará manualmente; las principales materias primarias para la elaboración de los productos son materiales de desecho; los artículos terminados tendrán diferentes texturas (hilos, desechos de coco, de plantas, de tallos y de flores secas), fragancias, tamaños, colores y acabados, el decorado se lo hará con flores secas, pintadas a mano o con impresión a tinta. Para el modelo de exportación propuesto se utilizará un canal sencillo de distribución indirecta para los productos, los mismos que se venderán tanto nacional como internacionalmente. Se dará a conocer los productos por medio de campañas publicitarias en los puntos de venta y en medios de comunicación.

La presente investigación se resume en el desarrollo de seis capítulos los cuales se mencionan a continuación: El capítulo uno corresponde al análisis del marco lógico de la investigación, análisis de la matriz de involucrados así como el desarrollo de los diagramas tanto de problemas, alternativas y de objetivos, ya en el capítulo segundo se realiza el análisis del entorno económico, análisis de mercado, interpretación de resultados y el perfil de la capacidad así como el perfil de oportunidades y amenazas, en el tercer capítulo se toma en cuenta en cambio el análisis de la industria, así como las estrategias de precio, ventas, publicidad y promoción tomando en cuenta las políticas de servicios y el foda de la empresa, en el capítulo cuarto se desarrolla todo lo que comprende el plan de marketing, marketing mix y el manual de procedimientos, en el quinto capítulo se realiza un estudio de la creación de la empresa impuestos y aranceles que se deben cancelar para la exportación del producto en el exterior en el capítulo sexto se realiza el análisis de la viabilidad económica de la propuesta tomando en cuenta la inversión inicial, flujo de caja y el punto de equilibrio así como de los indicadores financieros. Luego de todo este análisis e investigación se procederá a realizar las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

1. ANALISIS DEL MARCO LOGICO

La puesta en marcha de un negocio requiere un análisis previo de diferentes variables del medio ambiente en el que competirá el nuevo negocio, así como también de la competencia existente en el sector donde se piensa ubicar y las preferencias, hábitos y comportamientos de compra de los clientes. Este análisis servirá para la aplicación de estrategias de marketing necesarias para la introducción al mercado de forma que se genere características diferenciales frente a la competencia actual y le garantice una razonable rentabilidad al nuevo negocio. Todas estas variables serán analizadas en el presente estudio de exportación de artesanías al mercado europeo específicamente a Inglaterra, adicional a esta investigación se presentarán extractos del desarrollo de la investigación, resultados obtenidos de esta, acciones que deberá servir para desarrollar el nuevo negocio que se dedicará a la producción de tarjetas de papel reciclado lo que permitirá captar y mantener el mercado; así como las conclusiones y recomendaciones necesarias para que los inversionistas muestren un marcado interés en implementar este proyecto de exportación.

1.1 ANALISIS DE LA MATRIZ DE INVOLUCRADOS

Últimamente el sector artesanal está desarrollando estrategias para mejorar su calidad en los trabajos que realizan, sin embargo, no todos los ecuatorianos valoran esta gestión ni sus productos, lo que si sucede en el mercado extranjero.

Muchas veces la falta de información de cómo incrementar la producción o crear estrategias comerciales para expansión del negocio, falta de comunicación a través de redes sociales o investigativas, hace que los recursos y el crecimiento se vean afectados.

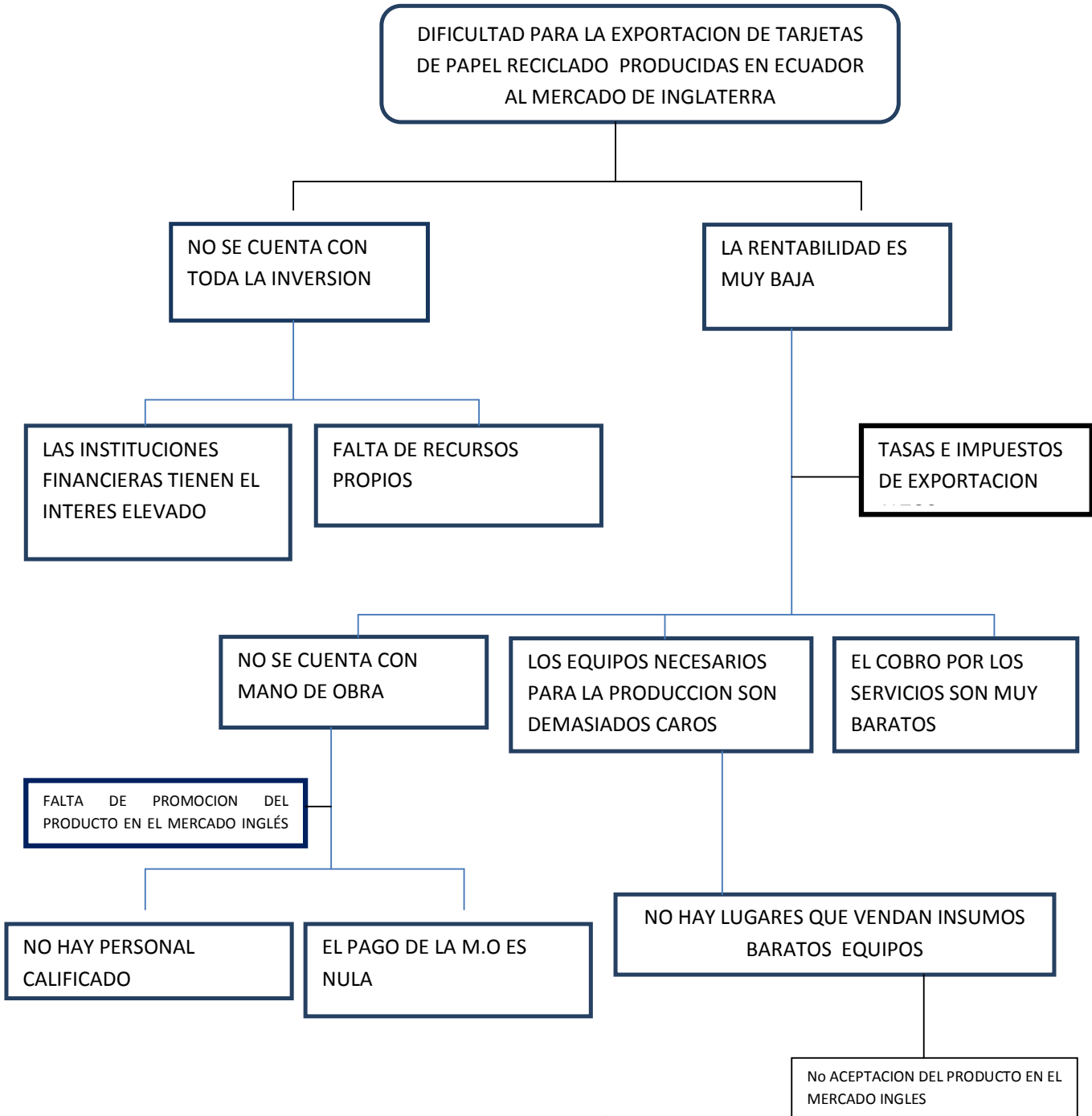
La mayoría de artesanos comercializan internacionalmente productos comunes a destinos frecuentes o en lugares donde se piensa puede existir mayor éxito de compra-venta.

No es muy común en el mercado europeo específicamente en Inglaterra encontrar artesanías como tarjetas elaboradas a base de papel reciclado debido a que es en Estados Unidos el mayor porcentaje de exportaciones, sin embargo, la migración hacia Europa ha hecho conocer más acerca de la cultura ecuatoriana en ese país, sin haber explotado la comercialización de artículos artesanales, convirtiéndolo en un mercado potencial para este proyecto ya que luego de investigaciones encontramos que no existen comúnmente tarjetas de papel reciclado elaboradas en Inglaterra ni importadas de otros países.

No sólo damos a conocer más nuestra cultura en otros países sino que el artesano mejorará su nivel de vida, al relacionarse internacionalmente, estrechando en consecuencia, el comercio bilateral, logrando probablemente preferencias arancelarias a productos elaborados en América latina, sobretodo de Ecuador, abarcando mayor porcentaje de la demanda de mercado de Inglaterra sobre este producto, el cual carece de ofertas de innovadoras materias primas como son las tarjetas tradicionales en papel fabricado industrialmente siendo esta es una nueva opción de compra para los clientes y al mismo tiempo, se presenta innovación en productos amigables con el ecosistema.

1.2 DIAGRAMA DEL PROBLEMA

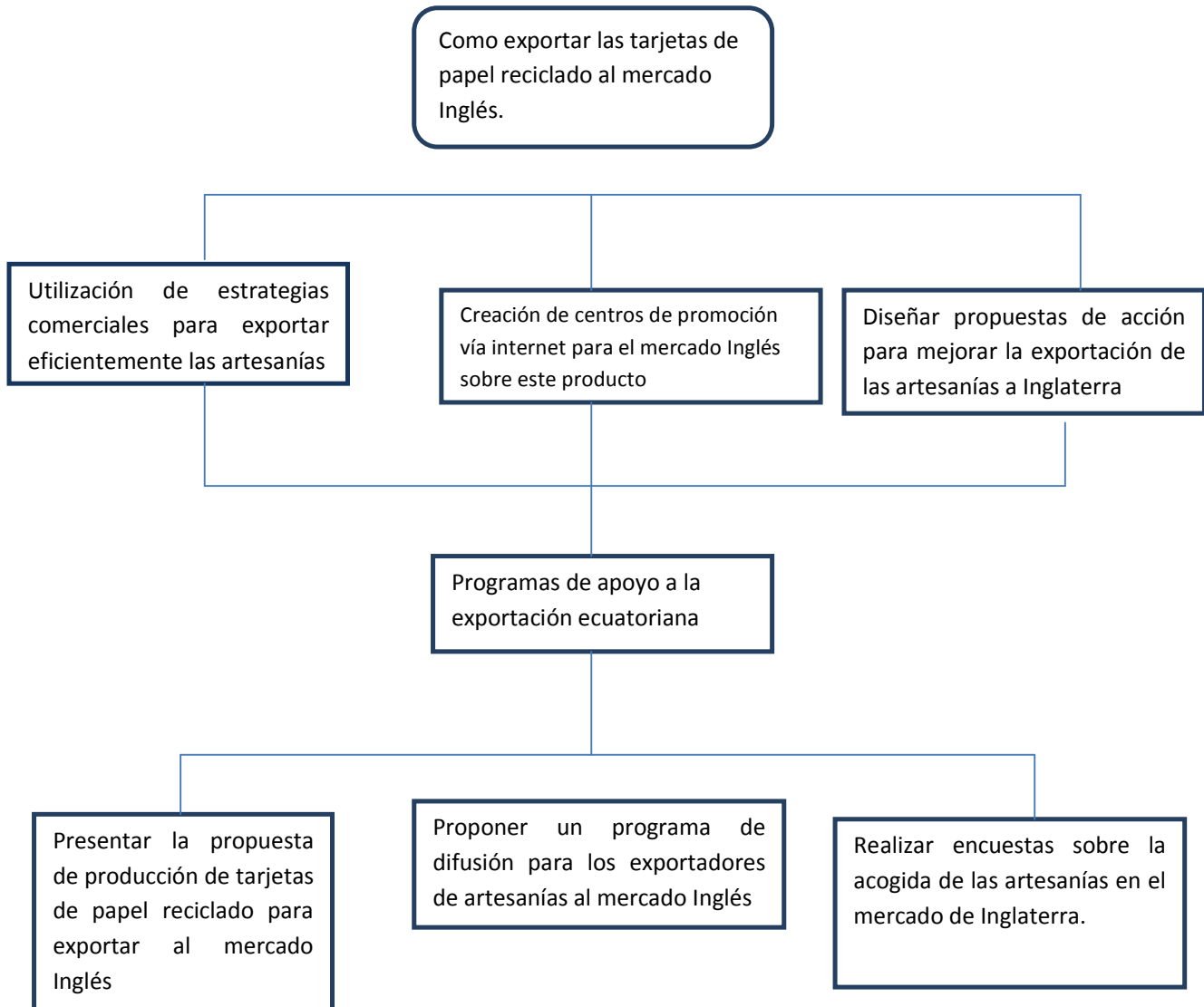
Ilustración 1Árbol de problemas



Fuente: Autora

1.3 DIAGRAMA DE ALTERNATIVAS

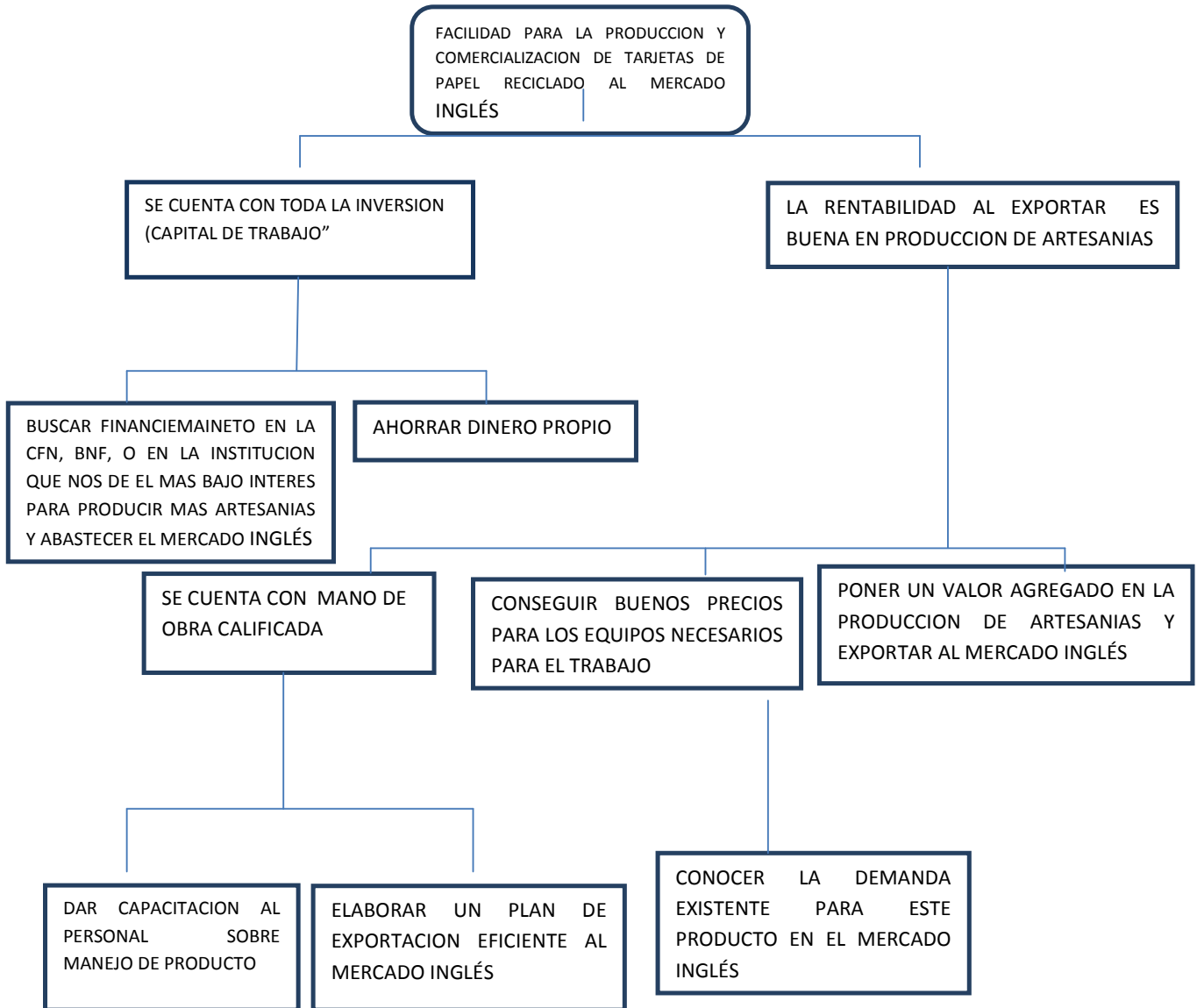
Ilustración 2. Análisis de alternativas



Fuente: Autora

1.4 DIAGRAMA DE OBJETIVOS

Ilustración 3.Árbol de Objetivos



Fuente: Autora

CAPITULO II

2. ANALISIS PEST

Aspecto Económico del País Exportador Ecuador

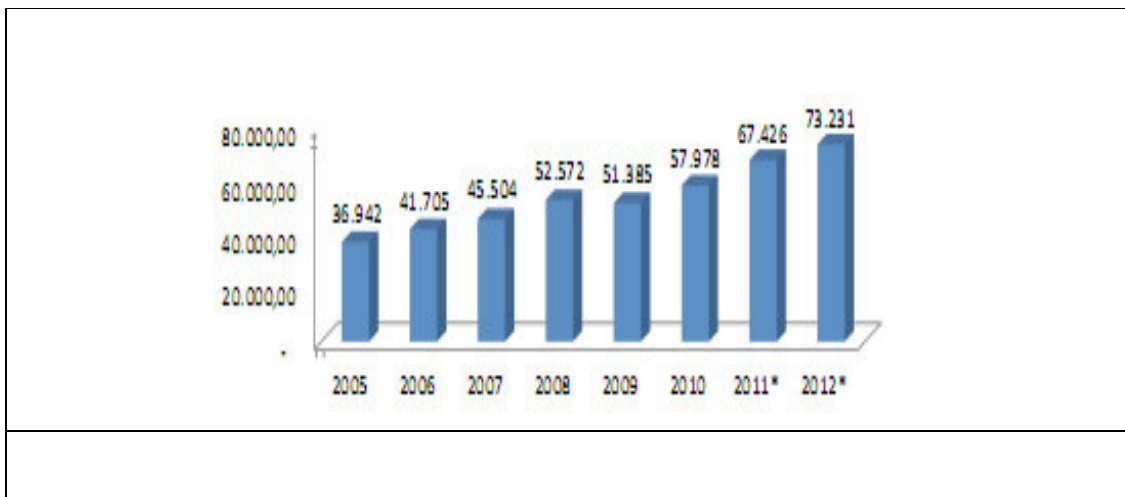
De acuerdo a la investigación realizada se determinan las siguientes variables que se encuentran inmersos en el ámbito financiero del país, e impacta directamente a la empresa de artesanías ubicada en Mapasingue ciudad de Guayaquil y a los clientes tanto nacionales como del exterior, que no podrían adquirir ningún producto si no se encuentra estable la economía. Entre los temas de este análisis están los siguientes:

Producto Interno Bruto (PIB)

“Al primer trimestre del 2012, el Producto Interno Bruto del Ecuador fue de USD 6.907 millones, en su valor real, es decir a dólares del 2000; lo que representaría una variación anual del 4,84%”. (Cámara de Comercio de Quito, 2012. p.1). “Al comparar el primer trimestre del presente año, con el último trimestre del 2011, podemos constatar una variación positiva del 0.70%”. (Cámara de Comercio de Quito, 2012. p.1)

“Los sectores que presentaron mayor variación anual, fueron la Formación Bruta de Capital Fijo FBKF (7.87%), el Consumo final del Gobierno Central (5.71%) y las Exportaciones (5.68%); por otro lado se tiene una desaceleración de la economía, esto debido a la contracción del 57.81% en las Variaciones de Existencias, así como la disminución inter-trimestral de la Demanda Interna (-0.05%) y el Consumo final del Gobierno Central (-0.44%)”. (Cámara de Comercio de Quito, 2012. p.1).

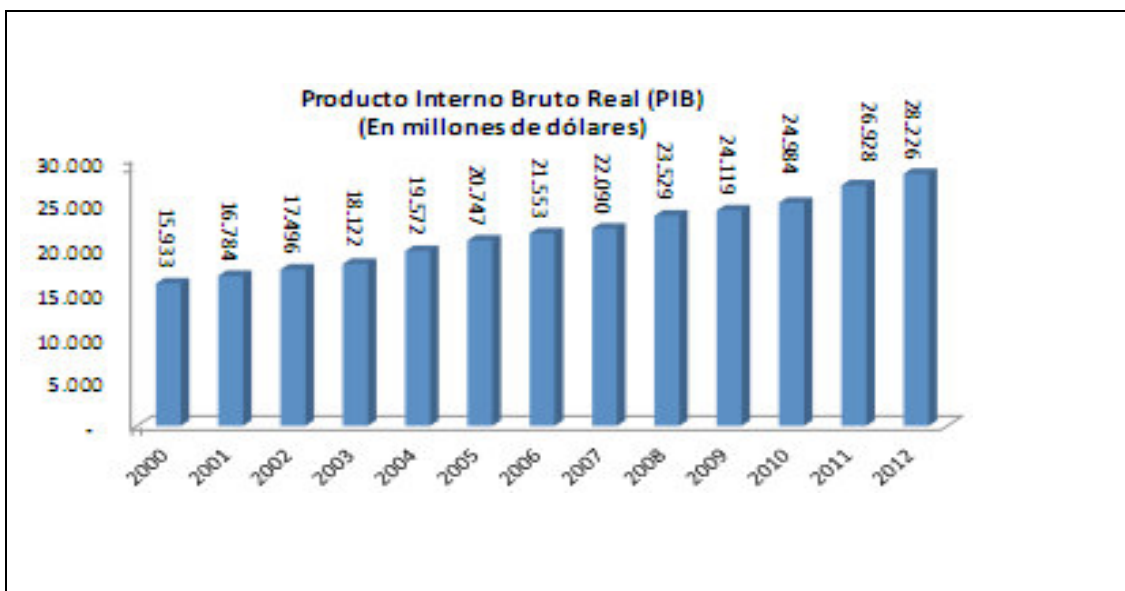
Ilustración 4. PIB NOMINAL DEL ECUADOR



Fuente: Banco Central del Ecuador (Observatorio de la Política Fiscal)

* Proyectado por el Banco Central

Ilustración 5: PIB

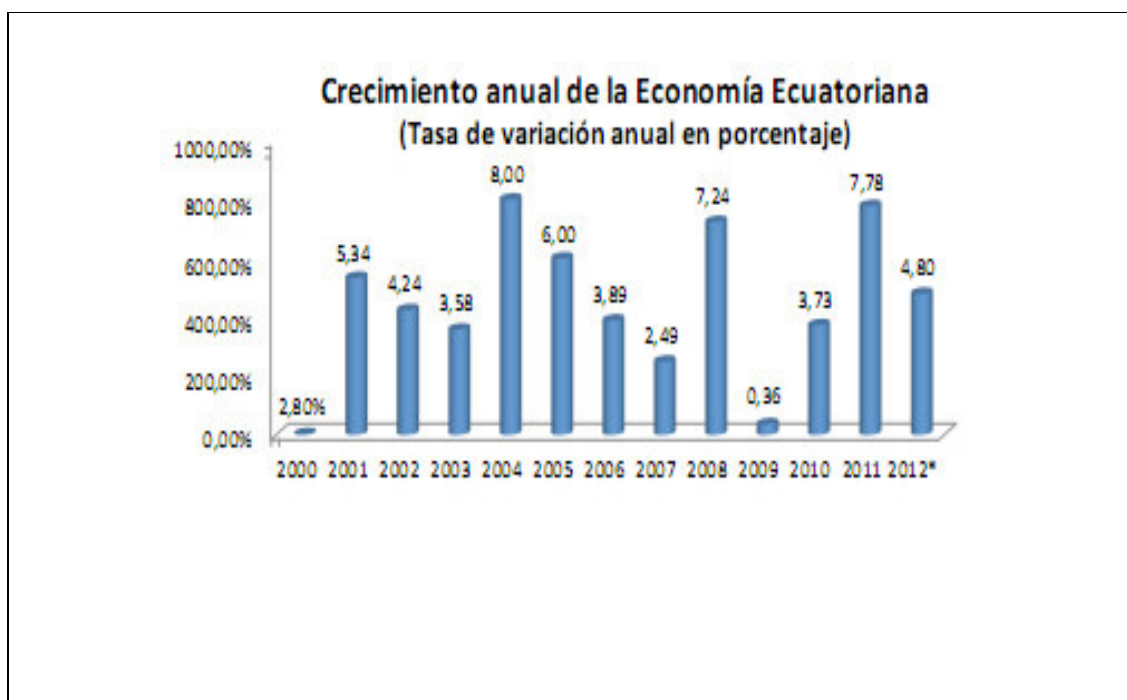


Fuente: Banco Central del Ecuador (Observatorio de la Política Fiscal)

* Proyectado por CEPAL

El crecimiento del PIB a partir del año 2000, ha sido paulatino lo que demuestra el crecimiento del bienestar material de la sociedad. En otras palabras el PIB es la principal medida que se utiliza para medir la riqueza de un país, y también es conocido como renta nacional.

Ilustración 6. CRECIMIENTO ANUAL DE LA ECONOMÍA ECUATORIANA



Fuente: Banco Central del Ecuador (Observatorio de la Política Fiscal)

* Proyectado por CEPAL

El Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador según la CEPAL crecerá 4,8% hasta fines del 2012; este indicador macroeconómico es muy bueno para las empresas porque indica que la economía del país continúa en expansión lo que sin duda alguna beneficia el surgimiento de nuevas empresas.

Inflación

En los últimos años la inflación en el Ecuador según el Banco Central del Ecuador (BCE), presenta las siguientes variaciones porcentuales:

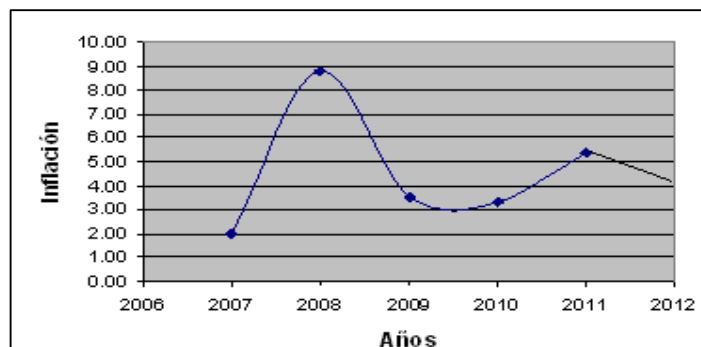
Ilustración 7. INFLACIÓN EN LOS ÚLTIMOS SEIS AÑOS

Año	Inflación anual (%)
2007	2,00
2008	8,80
2009	3,50
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora

Ilustración 8. INFLACIÓN EN LOS ÚLTIMOS SEIS AÑOS

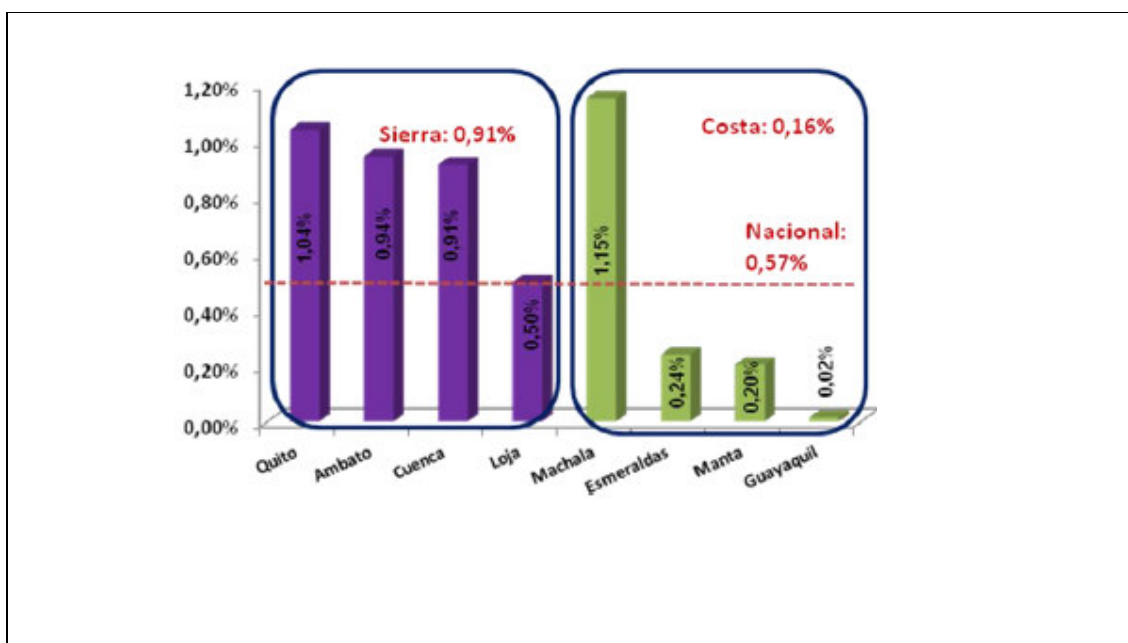


Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora

Se puede observar que la inflación tuvo una disminución en el año 2007, cuando se logró alcanzar un solo dígito como tasa: en la actualidad la cifra inflacionaria sigue inferior a dos dígitos, pero en el 2008 se presentó un crecimiento que terminó a diciembre con un 8,80%. En el 2010 la inflación fue del 3,33%. Ecuador registró una inflación del 0,18% en julio de 2011, frente a un aumento del 0,04% del pasado junio. De esta manera, la inflación acumulada se acrecentó a 2.99% durante el séptimo mes del año según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2011). Las ciudades que presentaron una variación superior a la inflación mensual nacional son: Machala, Quito, Ambato, Cuenca y Loja.

Ilustración 9. INFLACIÓN POR REGIONES



Fuente: INEC, 2012.

Político –legal

Ecuador llega al año 2012 en una situación política estable y con un alto crecimiento económico anual, equivalente al 6,5 por ciento del PIB. La institucionalidad luce débil frente al poder presidencial de Rafael Correa, gobernante popular que ejerce control o al menos influencia determinante sobre todo el aparato estatal. En especial sobre la Asamblea Nacional que aprueba las leyes y la función judicial que ha mostrado inclinación a aceptar los argumentos del gobierno en fallos controversiales y expeditos a diferentes opositores. (Vistazo.2012)

“El Ecuador en el año 2013 vivirá un año electoral muy conflictivo. Si bien las condiciones legales y algunas malas prácticas estarían dadas para favorecer la permanencia de Correa en el poder, podría suceder que la oposición encuentre la fórmula necesaria para desmontar el aparato construido en los cinco años anteriores y cambiar el rumbo del país” (Ecuador, Perspectivas Económicas, 2012). La confrontación podría ser dura y la campaña afectará a la economía sin ninguna duda. Por lo tanto las empresas deben prever esta situación para no salir afectadas de estos hechos derivados del poder y de la ingerencia sobre el sector privado de la economía.

Social

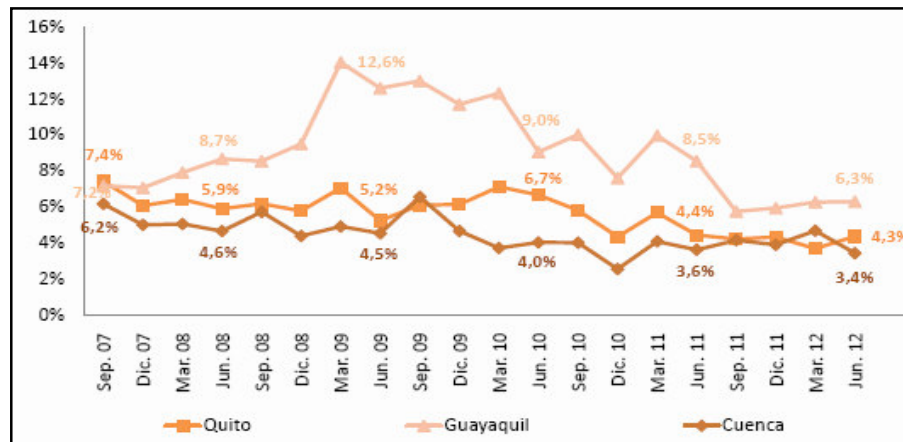
Pobreza

Según la CEPAL el Ecuador es uno de los cinco países de Latinoamérica que redujo significativamente el nivel de pobreza de sus habitantes. “Las cifras del estudio revelan que en 2002 las cifras de Ecuador en relación a la pobreza eran del 49,0% y de indigencia el 19,4, mientras que en 2010 descendieron 37,1% y 14,2% respectivamente”(SEPAL, 2010).

Desempleo

“En junio de 2012 Cuenca, Guayaquil y Quito redujeron sus tasas de desocupación urbana con respecto a las tasa registradas en junio de 2011 para ubicarse en 3,4%, 6,3% y 4,3% respectivamente; sin embargo la ciudad de Guayaquil sigue teniendo la tasa de desocupación más alta con respecto a las ciudades mencionadas”. (BCE, 2012)

Ilustración 10. TASA DE DESEMPLEO: QUITO, GUAYAQUIL Y CUENCA



Fuente: ENEMDU

Esta falta de desempleo en la ciudad de Guayaquil constituye una amenaza para el consumo de bienes y servicios porque freno el consumo, porque las personas no tienen capacidad de compra.

Tecnológico

Según el artículo “Derechos fundamentales y avances tecnológicos. Los riesgos del progreso”, de Pablo Lucas Murillo de la Cueva, las cifras que marcan el crecimiento de la tecnología son verdaderamente aterradoras. Dice que actualmente las terminales telefónicas, su red está creciendo a un ritmo del 10%, y no solo en términos de teléfonos móviles, los cuales crecen a un 30% o 40%, Internet está creciendo a un ritmo de 80% o 100% desde 1998 y sigue creciendo al mismo ritmo, una cifra impresionante que si nos ponemos a analizarla debemos darnos cuenta que posiblemente en uno o dos años, más de la mitad de la población mundial estará presente en Internet, es decir, que dentro de seis años Internet tendrá una dimensión comparable a la de la infraestructura telefónica existente en el mundo. Debido a su avance, se puede decir que Internet no es un simple medio de comunicación más en el mundo, sino algo que ha revolucionado y cambiado la historia de la humanidad. Es un medio tan grande que está absorbiendo otros medios como el radio, ya que actualmente la mayoría de las estaciones de radio transmiten también por Internet, o las cadenas de televisión las cuales ya pasan sus programas por la red, en pocas palabras Internet se está comiendo al mundo.

2.1 ANALISIS DEL MERCADO

El método usado para la recolección de datos en esta investigación será el exploratorio mediante entrevistas a profundidad dirigido a los propietarios de tiendas de artesanías, en el mercado de Inglaterra, que servirá para determinar las diferentes variables que intervienen en la decisión de compra de los clientes; las motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos implícitos que acarrea esta decisión, además de conocer datos técnicos requeridos para la producción artesanal de tarjetas de papel reciclado, como formas de uso, la perspectiva y forma, la calidad del producto, la demanda en Inglaterra, frecuencia de compra y servicios adquiridos.

Por otra parte, el análisis de mercado a la empresa productora es de tipo exploratoria, porque se tendrá como objetivo conocer la participación aproximada de la empresa de artesanías en el mercado de la ciudad de Guayaquil a nivel urbano; dato no existente al momento de la investigación pero necesaria para el desarrollo y planteamiento de objetivos de la empresa, su cadena de valor, procesos y tecnología, variación de precios en cada año, y técnicas de marketing desarrolladas para permitir la exportación al mercado europeo.

Inglaterra y su cultura ecológica

El mercado inglés de productos ecológicos crecerá en torno al 18% anual hasta 2020. Esta es la conclusión que se extrae del Análisis comparativo del consumidor de alimentación ecológica, realizado por Everis. El informe analiza el potencial del país en cuanto a la producción y distribución de estos productos a partir del análisis de la situación del mercado ecológico y el comportamiento actual y futuro de los consumidores ingleses. Y para ello hace una comparativa con otros países de Europa como Dinamarca, Alemania o

Francia, donde el mercado ecológico es maduro, y otros como Italia, en los que los hábitos de consumo y la cultura son similares.

A su vez, el análisis señala el crecimiento exponencial de la demanda de estos productos. La salud, el gusto y la calidad son los principales motivos de compra de los ingleses, mientras que en Europa destacan, además de la salud, la conciencia medioambiental como factor de compra.

El informe destaca el potencial del mercado ecológico en Inglaterra donde en los últimos diez años ha crecido a un ritmo del 25%, superando la media de crecimiento del conjunto de la Unión Europea, que se sitúa en un 12% y por encima también del de países con un fuerte arraigo de la cultura ecológica como Dinamarca o Alemania.

Superando los frenos de consumo

Aunque la sociedad claramente parece querer consumir más productos ecológicos (el 65% de la población así lo indica), el precio elevado, el desconocimiento y la dificultad de encontrar productos ecológicos fuera de las tiendas especializadas son los principales obstáculos para el consumo de este tipo de productos.

El estudio señala la viabilidad de reducir los diferenciales de precio entre el producto ecológico y el convencional aprovechando las economías de escala y sin perder margen. Así, mientras que en Inglaterra esta diferencia es del 74% de media en países como Francia y el Reino Unido el margen se reduce a más de la mitad. El análisis de Everis estima que, en caso de reducirse el precio a un diferencial del 40%, el mercado inglés podría triplicarse y superar los 3.000 millones de dólares.

Aprovechar las economías de escala

Otro de los datos extraídos es que aunque Inglaterra es el principal productor de Europa de productos ecológicos, la realidad es que más de la mitad de la producción se exporta al mercado europeo. Un tejido agrícola ecológico poco desarrollado aún y orientado a la exportación, son las causas de esta recesión con respecto a Europa. Además, el país cuenta por el momento sólo con pequeños productores con volúmenes medios de facturación de 60.000 euros que difícilmente pueden aprovechar las economías de escala para poder ofrecer precios más competitivos.

Ante esta situación, el análisis apunta la necesidad de que estos pequeños productores aumenten sus volúmenes de producción para aprovechar las economías de escala que les permitirán reducir los precios sin perder sus márgenes. A su vez, el estudio destaca la necesidad de crear alianzas entre tiendas especializadas y productores, para reducir así los precios y poder ganar competitividad respecto a los grandes distribuidores. Esto ayudaría también a dar respuesta al crecimiento de la demanda futura de los consumidores.

En definitiva, tanto las motivaciones de compra como el perfil del consumidor tipo inglés coinciden con los atributos que definen al consumidor europeo. La diferencia recae en que mientras que en Europa ya se ha alcanzado la masa crítica o una mayoría de la población, en Inglaterra los consumidores ecológicos todavía se consideran early adopters y representan un pequeño nicho de mercado con un gran potencial de crecimiento en el futuro inmediato.

-Encuestas a Empresa productora.

Mediante la aplicación de una encuesta, realizada en el último mes, se obtuvo información de los propios artesanos que se dedican a la producción de tarjetas de papel reciclado en la ciudad de Guayaquil.

-Observación

Es la acción perceptiva de quienes se dedican a esta actividad para obtener un enfoque real de las probabilidades de éxito de la empresa o proyecto, en lo referente al proceso productivo, la administración, la exportación y la comercialización de los productos en base al papel reciclado siendo el objetivo principal encontrar proveedores directos en el mercado Inglés.

-Tabulación y análisis de la información

Encuestas aplicadas a productores de tarjetas y artesanías con papel reciclado.

P1. ¿Qué tiempo toma la fabricación / producción del producto?

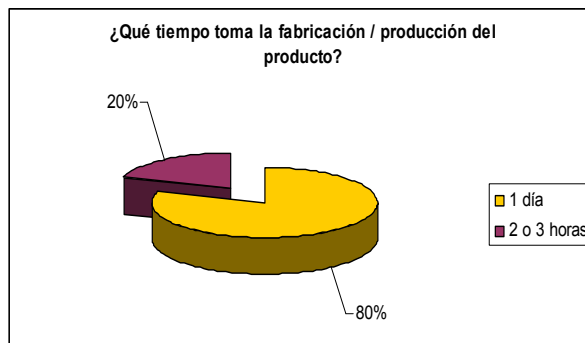
Tabla 1.pregunta 1

FRECUENCIA PORCENTAJE		
1 día	5	80%
2 o 3 horas	1	20%
TOTAL	5	100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 11. P1



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

Cuándo se averigua el tiempo que toma la fabricación / producción del producto (tarjetas y artesanías con papel reciclado), es grato darse cuenta que el 80% de los encuestados contesta que solo toma 1 día y tan solo un 20% de los encuestados contestan que solo toma de 3 a 4 horas. Es decir el tiempo empleado en la fabricación del producto es corto, esto está bien para el mercado local, sin embargo si se piensa en la exportación al mercado de Inglaterra, hay que tecnificar la producción.

P2. ¿Qué tipo de tecnología utiliza para la producción de tarjetas con papel reciclado?

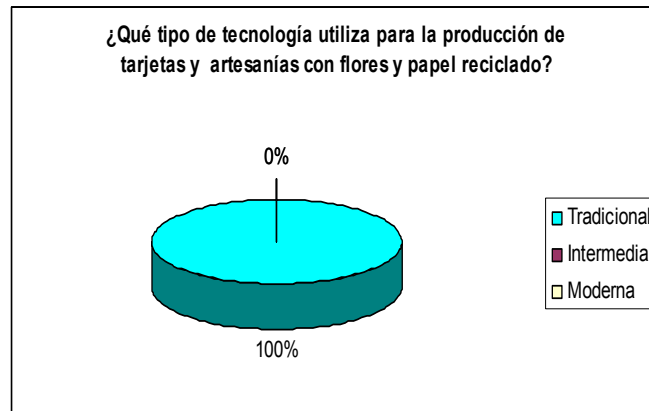
Tabla 2. Pregunta 2

FRECUENCIA PORCENTAJE		
Tradicional	5	100%
Intermedia	0	0%
Moderna	0	0%
TOTAL	5	100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 12.P2



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

La respuesta es absoluta, el 100% de los encuestados contestan que la tecnología utilizada para la producción de tarjetas y artesanías con papel reciclado, es tradicional; lo que indica que es necesario adquirir maquinaria moderna para cubrir la demanda potencial de un mercado ampliado como es el de Inglaterra y con ello ganar en economía de escala, calidad y precio.

P3. ¿Cuál es el valor de la producción mensual de tarjetas?

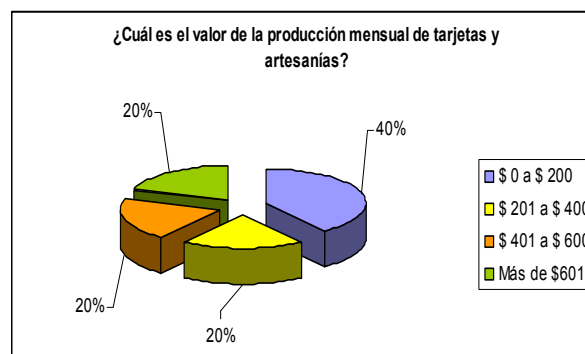
Tabla 3. P3.

FRECUENCIA PORCENTAJE		
\$ 0 a \$ 200	2	40%
\$ 201 a \$ 400	1	20%
\$ 401 a \$ 600	1	20%
Más de \$ 601	1	20%
TOTAL	5	100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 13. P3



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

El valor de la producción mensual, es relativamente bajo, 20% que corresponde a \$ 600 en el negocio y el 80% se encuentra en el rango de \$0 a \$ 200. El reto entonces, es tecnificar la producción para alcanzar economía de escala, que permita la exportación de las tarjetas y artesanías con papel reciclado y así obtener un retorno razonable de utilidades para los accionistas de la nueva empresa. Es por este motivo que hay que tomar en cuenta el valor de la producción mensual para análisis posteriores.

P4. ¿En la actualidad, la empresa exporta sus productos?

Tabla 4.Pregunta 4

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	5	100%
TOTAL	5	100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 14.P4



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

Los resultados obtenidos demuestran que los productores de tarjetas y artesanías con papel reciclado solo venden sus productos en el mercado local; y el 100% de los artesanos no exportan sus productos. Esta pregunta confirma que la empresa que exporte sus productos al exterior, liderará el sector de las tarjetas con papel reciclado.

P5. ¿Cuál es el costo de producción mensual de las tarjetas?

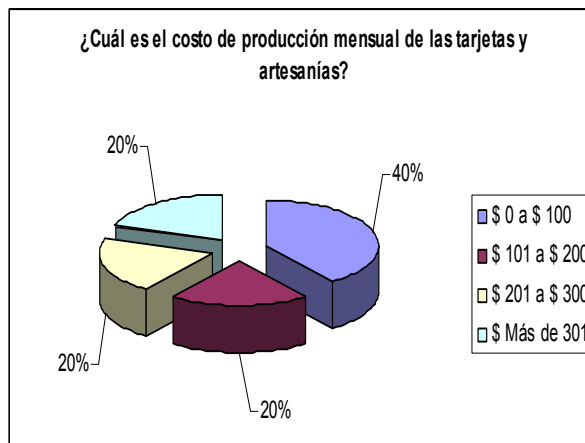
Tabla 5. P5

FRECUENCIA PORCENTAJE		
\$ 0 a \$ 100	2	40%
\$ 101 a \$ 200	1	20%
\$ 201 a \$ 300	1	20%
\$ Más de 301	1	20%
TOTAL	5	100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 15. P5



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

Esta pregunta confirma, la pregunta 3 porque el costo de producción es casi en los mismos % que los % de ingresos por tarjetas con papel reciclado; así \$ 300 es el costo de producción del negocio en proyecto y el resto de artesanos tienen un costo de producción casi del 50% de sus ingresos. Se concluye que la utilidad en este sector de tarjetas y artesanías papel reciclado es del 50%. Con esto se puede indicar que también hay que tomar en cuenta la frecuencia para determinar el porcentaje efectivamente. A mayor frecuencia mayor costo.

P6. ¿La empresa o negocio vende sus productos?

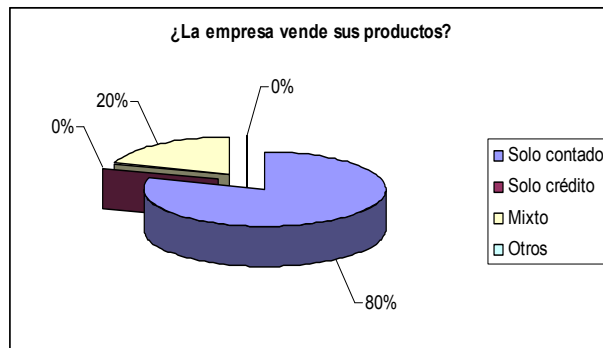
Tabla 6. P6

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo contado	4	80%
Solo crédito	0	0%
Mixto	1	20%
Otros	0	0%
TOTAL	5	100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 16. P6



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

La forma de venta del negocio mixto en cambio el 80% que representa a las demás empresas de la competencia que venden tarjetas y artesanías con papel reciclado es solo al contado. Se concluye que las empresas tienen recursos financieros escasos; con un flujo de caja reducido, lo que no permite la venta a crédito.

P7. ¿En qué se diferencia su producto de la competencia? (responda el de mayor impacto).

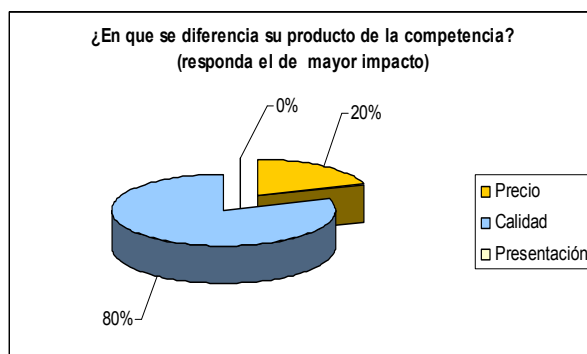
Tabla 7. P7

FRECUENCIA		PORCENTAJE	
Precio	1		20%
Calidad	4		80%
Presentación	0		0
TOTAL	5		100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 17. P7



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

El producto del negocio encuestado se diferencia en la calidad; para el 60% de las empresas de la competencia también la diferencia del producto está en la calidad y para el 20% de las empresas de la competencia la diferencia se encuentra en el precio. Estas respuestas confirman que la calidad del producto en un 80% es la característica que diferencia al producto de los de la competencia.

P8. ¿Posee su producto registro sanitario? (fitosanitario / ictiosanitario / zoosanitario).

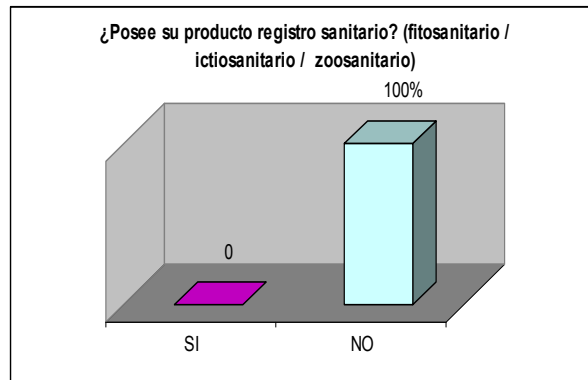
Tabla 8. P8

FRECUENCIA PORCENTAJE		
SI	0	0
NO	5	100%
TOTAL	5	100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 18. P8



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

En cuanto a si tienen registro sanitario del producto, las respuestas son unánimes el 100% de los encuestados contestan que no lo tienen; es decir este es un requisito indispensable si se piensa en la exportación al mercado de Inglaterra.

P9. ¿Cuál es el mes de mayor demanda local?

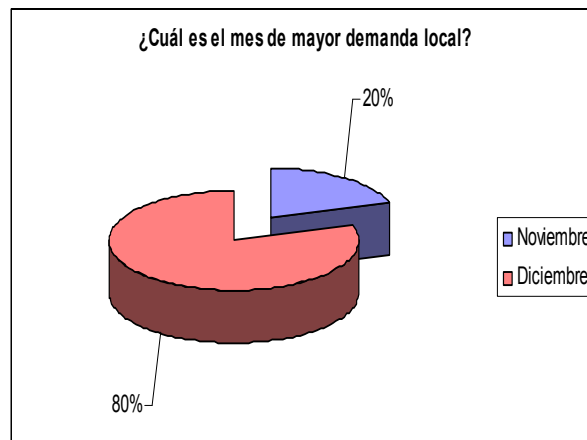
Tabla 9. P9

FRECUENCIA PORCENTAJE		
Noviembre	1	20%
Diciembre	4	80%
TOTAL	5	100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 19. P9



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

En esta pregunta se averigua cual es el mes de mayor demanda del producto; así el artesano indica que es el mes de diciembre; y las demás empresas contestan que es también el mes de diciembre en un 60% a excepción del 20% que contesta que es el mes de noviembre. Se concluye que los meses de mayor demanda del producto son noviembre y diciembre; por lo tanto hay que estar preparado para atenderlo adecuadamente.

P10. ¿En qué nicho de mercado su producto, tiene mayor aceptación?

O dentro de que rangos en valores este presenta mayor porcentaje

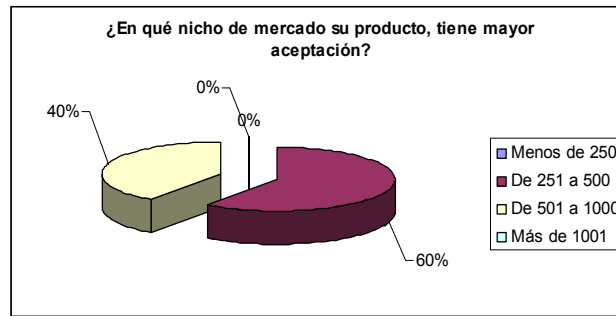
Tabla 10. P10

Niveles de FRECUENCIA PORCENTAJE		
Ingreso		
Menos de 250	0	0%
De 251 a 500	3	60%
De 501 a 1000	2	40%
Más de 1001	0	0%
TOTAL	5	100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 20. P10



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

El nicho de mercado donde tiene mayor aceptación el producto es el de 251 a 500; el resto de empresas de la competencia es el siguiente: dos empresas (40%) se inclinan por el nicho de 251 a 500 y dos empresas (40%) se inclinan por el nicho de 501 a 1000. Es decir estos son los nichos que mayor aceptación tienen del producto.

P11. ¿Qué porcentaje de ventas tiene su producto en el mercado local?

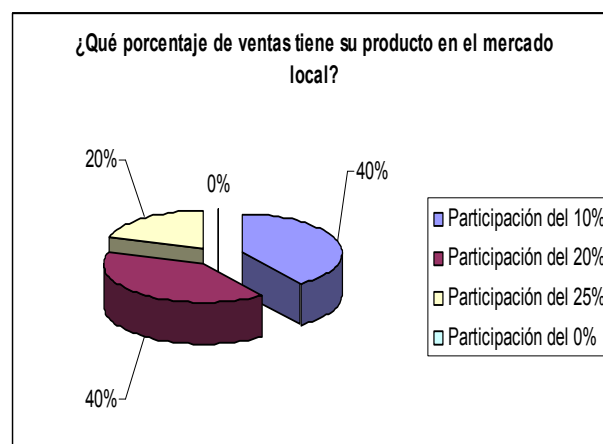
Tabla 11. P11

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Participación del 10%	2	20%
Participación del 20%	2	20%
Participación del 25%	1	10%
Participación del 0%	0	0
TOTAL	5	100%

Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Ilustración 21. P11



Autor: Lourdes López

Fuente: encuesta, enero, 2013

Análisis

En cuanto a la participación del mercado local, se encuentra muy segmentado, ninguna empresa tiene un liderazgo claro; el artesano manifiesta tener una participación del 20%; las demás empresas de la competencia 20% una empresa; 10% dos empresas; y finalmente una sola empresa el 25%. La empresa que realice la exportación de productos, seguro incrementará su participación de mercado.

2.2 INTERPRETACION DE RESULTADOS

La elaboración, producción y comercialización de tarjetas de papel reciclado en forma artesanal aporta sustancialmente a la protección del medio ambiente. El uso de materiales de desecho es factible para la elaboración de nuevos productos.

La empresa de tarjetas de papel reciclado destinadas a elaborar tarjetas es factible, siempre que se realice una investigación más a fondo tanto de su demanda como de la oferta que existe en el mercado europeo sobre este producto por cuanto al momento no se tiene datos históricos de la aceptación de este tipo de productos.

La producción y comercialización de papel reciclado es una buena alternativa para generar altos réditos económicos por cuanto puede constituirse en una fuente sustentable de ingreso de divisas por exportaciones.

Es importante estar informados sobre las Leyes, Reglas y Reglamentos vigentes en el país importador como en el país exportador a fin de evitar que el proceso de comercialización sufra demoras.

2.3 PCI (PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA)

Tabla 12. PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA (PCI).

CAPACIDAD DIRECTIVA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Imagen Corporativa									
Responsabilidad Social					X		X		
Uso de planes estratégicos					X		X		
Análisis Estratégicos					X		X		
Evaluación y pronóstico del medio		X					X		
Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes	X						X		
Flexibilidad de la estructura organizacional		X						X	
Comunicación y control gerencial				X				X	
		X							X

Orientación Gerencial									
Habilidad para atraer y retener gente altamente creativa	X							X	
Habilidad para responder a la tecnología cambiante	X			X				X	
Habilidad para manejar la inflación	X				X				
Agresividad para enfrentar la competencia		X			X		X		X
Sistemas de Control									
Sistemas de toma de decisiones			X				X		
Sistemas de Coordinación									
Evaluación de Gestión.									

2.4 POAM (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS)

POAM: Perfil de oportunidades y amenazas del medio

Se determinaron cinco (05) Factores Clave para el análisis externo:

- 1) Factor Económico con 07 rasgos
- 2) Factor Político con 06 rasgos
- 3) Factor Social con 05 rasgos
- 4) Factor Tecnológica con 05 rasgos
- 5) Factor Geográfico con 06 rasgos

POAM: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO DE “LA EMPRESA DE ARTESANIAS EN MAPASINGUE”			
I.FACTORES ECONOMICOS	OPORTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO
DESCRIPCION DEL DIAGNOSTICO	PUNTOS	PUNTOS	PUNTOS
1.Competencia global asimétrica	2	3	2
2.Recesión económica mundial	1	3	1
3. Acuerdos de libre comercio	1	2	3
4. Política económica, sus efectos redistributivos	1	3	1
5. Política y gestión fiscal	2	2	1
6. Política tributaria	1	2	3
7. Política laboral	1	2	3
8. Otros	1	1	1
PUNTOS: 3 (Alta), 2 (Media), 1(Baja)			

POAM: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO DE “LA EMPRESA DE ARTESANIAS EN MAPASINGUE”			
II.FACTORES POLITICOS	OPÒRTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO
DESCRIPCION DEL DIAGNOSTICO	PUNTOS	PUNTOS	PUNTOS
1. Política económica y social del país	1	3	3
2. Desempeño de la clase política en el país	2	3	3
3. Participación de la sociedad civil en la vida política y social del país	1	1	1
4. Inclusión social	2	1	2
5. Institucionalidad	2	1	1
6. Promoción a la micro y pequeña empresa	2	1	2

POAM: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO DE “LA EMPRESA DE ARTESANIAS EN MAPASINGUE”			
III.FACTOR SOCIAL	OPÒRTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO
DESCRIPCION DEL DIAGNOSTICO	PUNTOS	PUNTOS	PUNTOS
1. Etica y responsabilidad social	3	1	1
2. Violencia interna y seguridad ciudadana	1	3	3
3. Presencia del narco terrorismo	2	2	2
4. Migración de la periferia al centro	1	2	3
5. Sub empleo y desempleo	1	3	1

POAM: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO DE “LA EMPRESA DE ARTESANIAS EN MAPASINGUE”			
IV. FACTORES TECNOLOGICOS	OPÒRTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO
DESCRIPCION DEL DIAGNOSTICO	PUNTOS	PUNTOS	PUNTOS
1. Comercio electrónico (e Business)	1	3	3
2. Internet, intranet, redes sociales	2	2	3
3. Facilidad de acceso a la tecnología	2	1	3
4. Globalización de la información	2	2	3
5. Mayor facilidad de trámites de importación vía internet	3	1	3

POAM: PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO DE “LA EMPRESA DE ARTESANIAS EN MAPASINGUE”			
V.FACTORES GEOGRAFICOS	OPÒRTUNIDAD	AMENAZA	IMPACTO
DESCRIPCION DEL DIAGNOSTICO	PUNTOS	PUNTOS	PUNTOS
1. Escasez de vías de comunicación	1	3	3
2. Calidad de las vías de comunicación existentes	3	1	3
3. Biodiversidad y microclimas	2	2	2
4. Contaminación del medio ambiente	2	2	2
5. Recalentamiento de la tierra, sus efectos en la vigencia de la vida en el planeta	2	2	2
6. Otros Escasez del agua	3	3	3

CAPITULO III

3.1 ANALISIS DE LA INDUSTRIA

-Estudio de la oferta de tarjetas de papel reciclado en Inglaterra.

Últimamente el sector artesanal está desarrollando estrategias para mejorar su calidad en los trabajos que realizan, sin embargo, no todos los ecuatorianos valoran esta gestión ni sus productos, lo que si sucede en el mercado extranjero.

Muchas veces la falta de información de cómo incrementar la producción o crear estrategias comerciales para expansión del negocio, falta de comunicación a través de redes sociales o investigativas, hace que los recursos y el crecimiento se vean afectados.

La mayoría de artesanos comercializan internacionalmente productos comunes a destinos frecuentes o en lugares donde se piensa puede existir mayor éxito de compra-venta.

No es muy común en el mercado inglés encontrar artesanías como tarjetas elaboradas a base de papel reciclado, la migración hacia Europa ha hecho conocer más acerca de la cultura ecuatoriana en ese país, sin haber explotado la comercialización de artículos artesanales, convirtiéndolo en un mercado potencial para este proyecto por cuanto no existen comúnmente tarjetas de papel reciclado elaboradas en Europa ni importadas de otros países.

No sólo damos a conocer más nuestra cultura en otros países sino que el artesano mejorará su nivel de vida, relacionarse internacionalmente, estrechando en consecuencia, el comercio bilateral, logrando probablemente preferencias arancelarias a productos elaborados en América latina, sobretodo de Ecuador, abarcando mayor porcentaje de la demanda de mercado Inglés, el cual carece de ofertas de innovadoras materias primas

como son las tarjetas tradicionales en papel fabricado industrialmente y esta es una nueva opción de compra para los clientes y al mismo tiempo, se presenta innovación en productos amigables con el ecosistema.

-Características generales de la Empresa importadora en Londres

EL primer paso a seguir al momento de buscar los posibles clientes para la compra de nuestras artesanías y lo que hicimos fue investigar una lista de todas las empresas Europeas que se dedicaban a la importación de artesanías, luego de mantener conversaciones telefónicas y vía e-mail con cada una de ellas se procedió a analizar cuál de todas las demandas estamos en capacidad de cumplir ajustándonos a las necesidades de cada posible importador, con lo que llegamos a concluir eligiendo a la empresa SHARON CARD GRAFS, como la primera en importar nuestros productos ya que están interesados en ampliar su portafolio de productos, además que su giro de negocio se centra netamente a las artesanías provenientes de países andinos y elaboradas a mano.

Artesanías Sharon Card Grafs, es una empresa familiar creada y ubicada en Londres, y España creada en el año 2004, por los esposos Andrés Carvajal y María José Martínez de origen español; la idea de la creación de esta empresa nace luego de un viaje por América del Sur de la pareja, los cuales quedan cautivados con las artesanías de los pueblos ancestrales que iban visitando, es cuando nace y se plasma la idea de importar, comercializar y confeccionar artículos autóctonos de la elaboración artesanal, los cuales con conocimiento de causa sabían iban a ser muy apetecidos en el mercado europeo de donde ellos eran provenientes.

En los productos que forman parte de su portafolio de productos incorporan materiales de estas regiones, en tejidos, lanas hilos, frutos de la zona y materiales en general.

Cada uno de los productos que comercializan es realizado íntegramente a mano con técnicas ancestrales usadas por nuestros antepasados, utilizando solo instrumentos naturales que les provee la tierra.

Luego de realizadas las conversaciones con los propietarios de esta empresa, notamos que no tenían entre sus productos las tarjetas de papel reciclado, por lo que les comentamos de la posibilidad de proveerles de estas artesanías, y cautivados con la idea de que son elaboradas manualmente no dudaron en aceptar esta en incluir a las tarjetas ecuatorianas de papel reciclado y distribuirlas al mercado Inglés

En Sharon Card Grafts se realizan ventas al por mayor, proveen a comerciantes, revendedores, cuentan con importante variedad y stock de las mercancías durante todo el año, de tal manera que el cliente no tenga que esperar por la confección del producto de su elección.

Hay que indicar además que se requiere captar otros clientes por lo que se estimará realizar campañas publicitarias y de promoción si bien la empresa cuenta con clientes ya integrados es preciso encontrar nuevos con lo que se elevaría el nivel de ventas en el mercado Inglés.

Para lo cual se realizarán alianzas estratégicas con centros comerciales de la zona así como se presentará al producto en ferias y exposiciones del mercado de artesanías de otros países. Este producto se distribuirá en los siguientes lugares Holland Park, Lancaster Gate y Leicester Square.

3.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

“El precio del producto tarjetas de papel reciclado, va a ser inferior al de productos

similares de la competencia debido a:

- Bajo costo de la materia prima
- Bajo costo del transporte (vía aérea).
- Bajo costo de producción debido a que es un producto netamente artesanal con lo cual no se necesita de mayores gastos de materiales porque se utilizan desechos (hojas secas, cascaras secas, granos de arroz, etc.).
- Bajo costo del embalaje.
- Casi nulos costos en investigación y desarrollo

Para fijar el precio de nuestro producto, partiremos de un precio promedio, el cual lo obtendremos de un análisis de precios, efectuado a productos similares al nuestro, pertenecientes a la competencia.

PRECIO DE VENTA = \$3,971 PV

Los productos como son las artesanías tienen tarifa 0% en aranceles. Al ser exportados en el mercado europeo

- En función de los costos:

	$CF_u + CV_u = CP_u$
EXW	$\$1,61 + 2,00 = \$3,61$
	$C_{pu} + Mg \text{ de Utilidad} = PV(EXW)$
LOCAL	$\$3,61 + 10\%(0,361) = 3.61 + 0.361 = \$3,971 \text{ PV}$
	$P_v + \text{flete interno} = Fob$
FOB	$\$3,971 + 0,02 = \$3,991 \text{ PV}$
	$PV(FOB) + \text{Costo, impuesto y flete} = PV(CIF)$
CIF	$\$3,991 + \$0,11 = \$4.021 \text{ PV}$
	$PV(CIF) + Mg \text{ de Comercialización}(80\%) = PVP(\text{Inglés})$
	$\$4,021 + \$3.22 = \$7,241 \text{ PVP}(\text{Inglés}).$

- En función de la competencia:

El precio de una tarjeta en el mercado europeo es de 7,75 y 8,65

3.3 ESTRATEGIA DE VENTAS

Las ventas se la realizará de manera intensiva que: Consiste en entregar el producto en el mayor número posible de negocios que requieran o que estén dispuestas a invertir en artesanías.

Cantidades a producir

Programa de Producción

Año	Cantidad a Producir (Unidades)		Cobertura del Mercado (%)
	al Mes	al Año	
1	9,583	115,000	1.52
2	10,062	120,744	1.60
3	10,506	126,072	1.67
4	11,031	132,372	1.75
5	11,582	138,984	1.84

POBLACION LONDRES 8,174
AL 2013 millones
5% proyeccion año a año.

Fuente: <http://www.panageos.es/inglaterra-2013-poblacion>

El programa de promoción de ventas tiene como objetivo específico estimular a los consumidores para que sigan comprándolo. La estrategia que se va emplear para el logro de este objetivo es la siguiente:

Se realizará una campaña publicitaria que permitirá conocer lo que se puede realizar con papel reciclado, la misma que se presentará en los principales centros comerciales de Inglaterra así como en ferias y exposiciones del mercado de artesanías de otros países.

Tabla 13. PRESUPUESTO DE VENTAS PROYECTADO A CINCO AÑOS

VENTAS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Unidades producidas	115000	125350	136631	148927	162330
Precio Unitario	3.97	3.97	3.97	3.97	3.97
Total Ingresos	456550	497639.5	542425.07	591240.19	644450.1

Fuente: Análisis Financiero

3.4 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Las consideraciones estratégicas básicas que guiarán el empleo de la publicidad, serán las siguientes:

1. El apoyo publicitario se mantendrá durante todo el año con una inversión de \$ 5.800 dólares mensuales.
2. Debido al alto costo de la publicidad en medios de comunicación, el primer año sólo la realizaremos en afiches.
3. El segundo año evaluaremos los resultados de las ventas, los afiches y de los recursos económicos con que contamos, para realizar publicidad en medios de comunicación.

Cuanto % utilidad

4. El afiche, irá dirigido fundamentalmente al segmento de mercado que le gusten las artesanías de papel reciclado en el mercado Inglés

“Estamos tan ocupados midiendo la opinión pública que nos olvidamos de que la podemos moldear. Estamos tan ocupados escuchando las estadísticas que olvidamos que las podemos crear" (Marcal.2009).

Esta afirmación de uno de los considerados mejores publicistas del siglo XX, nos confirma que el poder de seducción de la publicidad se transmite a través de los medios de comunicación a todos los ámbitos sociales y culturales, y por ello, en mayor o menor medida nos influye en todas las decisiones que tomamos en nuestras compras.

La fecha de lanzamiento de la publicidad será desde enero del año 2014

Tabla 14. GASTOS GENERALES EN PROMOCIÓN Y COMUNICACION

GASTOS				
GENERALES		Mensual		
Internet	1 set	1.800,00	10.800,00	21.600,00
Tiendas minoristas	1 set: muestras gratis	4.000,00	24.000,00	48.000,00
Total Generales		5.800,00	34.800,00	69.600,00

Fuente: Análisis Financiero

3.5 PROMOCIÓN

La tarjetas de papel reciclado se promocionarán vía internet mediante una página web la misma que se actualizara con los productos que se encuentran en inventarios de la empresa productora esta información se realizara semanalmente. Además se realizará descuentos a clientes preferenciales en el mercado inglés es decir los que compren al mayoreo productos. Este tipo de promoción se realizará en la ciudad de Londres y el costo de la página web mas otros gastos a tiendas minoristas dan como resultado el valor que se tomará para gastos generales de promoción y ventas.

3.6 POLÍTICAS DE SERVICIO

Política de pago.- El cliente se obliga a liquidar el detalle en su totalidad antes de ser enviado. En caso de realizar el pago con cargo automático a una tarjeta de crédito vía telefónica, el cliente deberá proporcionar su número, fecha de caducidad y código de seguridad de su Tarjeta de Crédito, en caso de no tener cupo o un error de digitación, la orden demorara hasta efectuarse el cobro.

Política de entrega. Los Horarios de entrega son horarios preferenciales y no obligatorios, sin embargo estamos conscientes de que la calidad del servicio que procuramos ofrecerle, depende en gran medida de lo puntual que se realicen las entregas, por lo que se hace un gran esfuerzo por que así sea sin embargo se ofrecerán 2 horarios en el día: uno en el transcurso de la mañana y otro en la tarde, esto previendo dificultades de envíos a Londres.

Política de producto.-Debido a la naturaleza del producto, puede suceder que a causa de la temporada del año o de algún imprevisto en insumos, no se encuentre disponible el producto escogido (aun cuando procuramos mantener en catalogo productos que sabemos tienen cierta garantía de disponibilidad).

Política de privacidad.-La información respecto a pedidos, clientes, tipos de pago, fechas, horas y firmas de contra recibo, se manejan bajo una estricta política de confidencialidad; por lo que a excepción del cliente, no se proporciona ningún tipo de información a persona alguna.

3.7 FODA ESTRATEGICO

Fortalezas (aspectos positivos internos)

- La microempresa elabora artículos utilizando papel reciclado
- Las y los beneficiarios del proyecto se sienten comprometidos con la labor que realizan.
- La calidad de los productos es incomparable por la delicadeza con la que están elaborados.
- El precio de los productos que se ofrece es accesible.
- Los artesanos/as cuentan con su micro taller de trabajo en cada uno de sus hogares.

Oportunidades (aspectos positivos externos)

- Globalización y regionalización de la economía.
- Creciente mercado potencial de consumidores, en el exterior.
- Materias primas e insumos de fácil acceso.
- Mantener relaciones con Organismos de Cooperación Internacional.
- Contactos con gremios y asociaciones para ofertar los productos.
- Posibles alianzas estrategias con otras microempresas.

Debilidades (aspectos negativos internos)

- Insuficientes células artesanales productivas.
- Recursos económicos escasos.
- Falta de líneas de crédito a éste nivel.
- Débil promoción y publicidad de los productos.
- Desconocimiento del proceso de exportación a Inglaterra.
- No se cuenta con estrategias de marketing en el exterior.

Amenazas (aspectos positivos externos)

- Inestabilidad política del país.
 - Ingreso de nuevos competidores, con mayor poder económico.
 - Personas capacitadas que desertan y ocasionan desperdicio de recursos.
 - Ausencia de apoyo a una política estatal por parte del Gobierno Nacional.
 - Mala aplicación de leyes y políticas que apoyen a los artesanos.
- Pérdida de la identidad cultural.

Tabla 15. MATRIZ FODA

AMBIENTE INTERNO	
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - La microempresa elabora artículos utilizando papel reciclado - Mano de Obra calificada. - Las y los beneficiarios del proyecto se sienten comprometidos con la labor que realizan. - La calidad de los productos es incomparable por la delicadeza con la que están elaborados. - El precio de los productos que se ofrece es accesible. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Insuficientes células artesanales productivas. - Recursos económicos escasos - Falta de líneas de crédito a éste nivel - Débil promoción y publicidad de los productos. - Desconocimiento del proceso de exportación a Inglaterra - No se cuenta con estrategias de marketing en el exterior.
AMBIENTE EXTERNO	
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Globalización y regionalización de la economía - Creciente mercado potencial de consumidores, en el exterior. - Materias primas e insumos de fácil acceso. - Mantener relaciones con Organismos de Cooperación Internacional. - Contactos con gremios y asociaciones para ofertar los productos. - Posibles alianzas estrategias con otras microempresas. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inestabilidad política del país. - Ingreso de nuevos competidores, con mayor poder económico. - Personas capacitadas que desertan y ocasionan desperdicio de recursos. - Ausencia de apoyo a una política estatal por parte del Gobierno Nacional. - Mala aplicación de leyes y políticas que apoyen a los artesanos. - Pérdida de la identidad cultural.

Fuente: Investigación Propia

Tabla 16. DIAGNÓSTICO- Matriz de Relación Diagnóstico

VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
Empresa de Artesanías	Macro localización Está ubicada en el territorio ecuatoriano en la Provincia del Guayas, la misma que se encuentra situada en la zona central-Sur del País en la Región Costa.	Entrevista y observación	Artesano
	Variedad de productos o servicios elaborados Tarjetas y artesanías con papel reciclado	Entrevista y observación	Artesano
	Experiencia en exportación No la tiene	Entrevista y observación	Artesano
	Tipo de ofertante Sitios dedicados de oferta se dedican exclusivamente a la venta y a la producción en pequeñas cantidades	Entrevista y observación	Artesano
	Capacidad instalada Posee un taller de elaboración de artesanías	Entrevista y observación	Artesano
	Número de socios No tiene socios	Entrevista y observación	Artesano
	Número de trabajadores 3 ayudantes	Entrevista y observación	Artesano
	Capacita a sus ayudantes en entrenamiento únicamente	Entrevista y observación	Artesano
	No posee alianzas estratégicas locales	Entrevista y observación	Artesano

		observación	
	Alianzas estratégicas externas	Entrevista y observación	Artesano
Producto (oferta)Guayaquil Empresa de Artesanías Mapasingue	Costo	Encuesta	Competencia
	Volumen de producción	Encuesta	Competencia
	Volumen de exportación	Encuesta	Competencia
	Forma de venta	Encuesta	Competencia
	Tipo de embalaje	Encuesta	Competencia
	Valor agregado(diferenciación)	Encuesta	Competencia
	Registro sanitario	Encuesta	Competencia
	Meses de mayor consumo local	Encuesta	Competencia
	Mayores consumidores	Encuesta	Competencia
	Nicho de mercado (local)	Encuesta	Competencia
	Participación en el mercado	Encuesta	Competencia
	Productos similares	Documental	Información secundaria
	Principales exportadores(Ecuador)	Documental	Información secundaria
	Principales productores (otros países)	Documental	Información secundaria
Mercado (Demanda) Inglaterra	Población	Documental	Información secundaria (Textos, Internet, revistas,...)
	Producto interno bruto		
	Barreras arancelarias		

	Barreras no arancelarias		
	Ventas actuales		
	Compras actuales		
	Edad del cliente		
	Ingresos económicos		
	Preferencias		
	Meses de mayor demanda		
	Precio		
	Canales de distribución en destino		
	Forma de pago		
	Clientes potenciales		
	Demanda insatisfecha		

Fuente: **investigación propia**

CAPITULO IV

4. PLAN DE MARKETING

Definición

El plan de marketing es un “conjunto de acciones comerciales desarrolladas por la empresa con la finalidad de alcanzar unos objetivos determinados en el mercado” (Fernández, 2004, p.19).

De acuerdo a esta definición, se busca elaborar un Plan de Marketing para las tarjetas de papel reciclado para exportar al mercado Inglés que le permita impulsar, potenciar, establecer políticas y crear nuevas estratégicas para lograr una excelente captación de clientes potenciales.

4.1 PLAN DE MARKETING

El plan de marketing para las tarjetas de papel reciclado de exportación al mercado inglés cumplirá al menos cuatro propósitos principales:

- Impulsar este tipo de producto en un mercado extranjero como es el Inglés
- Incrementar la comunicación a través de las redes sociales con los consumidores potenciales.
- Establecer reconocimientos, mediante incentivo monetario u otros al canal de distribución.
- Incrementar el volumen de venta del producto para satisfacer la demanda del mercado.

Datos generales de las actividades de la empresa

La empresa al constituirse como tal, va a escoger un nombre comercial "Artetarjetas ecológicas", luego se lo hace aprobar, y se procede junto con un abogado a la escritura de constitución de la empresa, para posteriormente notarizarlo, luego se procede a inscribirle en el registro mercantil para poder funcionar como una sociedad civil y mercantil, se saca el RUC (Registro Único de Contribuyente) y el depósito en un banco de la participación de accionistas sobre capital social de la compañía. Se abren las cuentas bancarias y se recibe la autorización del SRI para poder facturar.

La empresa se inició por la necesidad de generar nuevas fuentes de ingreso y rescate de las labores artesanales en un marco de respeto a la cultura y al medio ambiente, manteniendo técnicas ancestrales y modernas, mediante la utilización de materiales propios del entorno.

La empresa "Artetarjetas ecológicas," tiene como actividad principal la elaboración de tarjetas con flores secas y papel reciclado, en las que trabajan principalmente madres de familia, personas adultas mayores, jóvenes y personas con capacidades especiales, que desean mejorar sus ingresos económicos y ser parte activa del desarrollo local.

Pensamiento estratégico

El Pensamiento Estratégico deberá ser entendido como un proceso participativo, que no va a resolver todas las incertidumbres que nos depara el futuro, pero que permitirá trazar una línea de propósitos para actuar en consecuencia frente a desafíos y oportunidades que se generan, tanto de las condiciones externas a la empresa, como de su realidad interna.

Misión

Producción y exportación de tarjetas en papel reciclado decoradas con flores secas, a través de células artesanales productivas a nivel internacional; logrando un posicionamiento efectivo en el mercado en 5 años ; ofreciendo productos de alta calidad a los clientes, utilizando herramientas comerciales competitivas.

Visión

Ser líderes en el mercado internacional de producción y exportación de tarjetas elaboradas con materiales reciclados en 10 años, a través de un plan que se fundamente en satisfacer las necesidades de compradores externos que gusten de este tipo de expresiones culturales.

Valores de la empresa

- Honestidad
- Transparencia
- Confianza
- Solidaridad
- Constancia
- Imagen Corporativa

Políticas

- Elaborar tarjetas con papel reciclado y flores secas prensadas, sin causar impacto en el entorno natural.
- Incentivar la participación de las mujeres madres de familia, personas de la tercera edad, jóvenes y discapacitados; en actividades productivas que contribuyan al mejoramiento de su calidad de vida.
- Mantener la calidad de los productos.
- Renovar los productos según las exigencias del mercado.
- Brindar seguridad y confianza a las personas que trabajan en las células artesanales productivas.
- Ofrecer incentivos a los artesanos que destaquen en su campo de trabajo.

Formulación de objetivos

Los objetivos para la empresa de artesanías, propuestos en este estudio son los siguientes:

- Ser reconocida por la calidad de sus artesanías de papel reciclado en el mercado de Inglaterra
- Obtener una utilidad razonable para los accionistas de la empresa.
- Generar fuentes de empleo para la sociedad.

4.2 POSICIONAMIENTO

CLIENTE

La empresa en Ecuador tiene como actividad principal la elaboración de artesanías en papel reciclado, en las que trabajan principalmente: mujeres jefas de familia, personas de la tercera edad, jóvenes; ubicadas en estratos económicos medianos y bajos, que deseen mejorar sus ingresos; incluyendo a personas que presentan cierto grado de discapacidad y cuyas destrezas manuales estén intactas.

La Exportación de tarjetas de papel reciclado tendrá gran aceptación en el mercado inglés, generará producción, empleo, divisas y diversificará nuestras exportaciones

La campaña publicitaria va dirigida al cliente de clase media y alta del mercado inglés que guste de este tipo de artesanías.

4.3 VENTAJA DIFERENCIAL

En referencia al producto se puede utilizar prácticamente casi todos los tipos de papel: periódico, blanco, papel de empapelar, de colores, fosforito, etc. Lo único que se debe ver es que no se encuentre plastificado, ya que no sirve. Además de papel, se puede incorporar al proceso algodón deshilachado, hojas, pétalos, espigas, aromas e incluso purpurina, también es necesario tener una rejilla.

Una ventaja diferencial además se da por cuanto no existe en el mercado inglés un producto que se realice con estos materiales y sea un diseño artesanal por lo que tiene una gran acogida en el mercado inglés.

4.4 SELECCIÓN DEL MERCADO META

La importancia del intercambio comercial con la Unión Europea, se ha ido incrementando y actualmente representa el 12% de las exportaciones totales, de las cuales resaltan las no petroleras, puesto que alrededor del 30% de éstas se dirigen hacia este bloque.

En 2011 las exportaciones del Ecuador hacia la UE alcanzaron los US\$2.634 millones, un incremento de 16% frente a 2010; y un crecimiento promedio anual de 10% entre 2007 y 2011.

Las exportaciones hacia la UE se concentran en pocos productos; según el grado tecnológico, el país exporta fundamentalmente bienes primarios y manufacturas basadas en RRNN, que comprenden más del 90% del valor exportado total.

Por su parte, las importaciones desde la UE sumaron en 2011, US\$2.187 millones, un incremento de 26% con respecto a 2010; y un crecimiento promedio anual de 15%;

concentradas en un 90% en bienes industriales; principalmente, a) productos químicos; b) máquinas no eléctricas; c) minerales y metales; d) máquinas eléctricas; e) manufacturas. La Balanza Comercial en 2011 fue de US\$447 millones, y se ha mantenido superavitaria, presentando un crecimiento promedio anual de 4% entre 2003 y 2011. (Vergara, 2012).

Realizando un análisis de las importaciones que provienen de Londres en el primer semestre suman 232,8 millones de dólares. De ellas 170,7 cifran en rubros petroleros por el Banco Central del Ecuador. En ese período Ecuador importó 11.769,3 millones de dólares “Las exportaciones rumbo a ese país representa el 1,5% del total y las importaciones el 7,6% del pastel comercial internacional ecuatoriano. El volumen comercial mueve en el primer semestre 303,5 millones de dólares entre Ecuador y Reino Unido”.(Andes.2012).

El porqué llevar este tipo de producto al mercado inglés es justamente por su aceptación, acogida y por ser un producto diferenciado con el resto así como por su originalidad en diseños aparte de ser un producto que no daña el medioambiente y es ecológico.

4.5 MARKETING MIX

El Marketing Mix se puede decir que es la combinación coherente de las cuatro variables que implican la parte fundamental de las actividades de Marketing.

-Producto

Las tarjetas de papel reciclado provienen del papel hecho a mano, hoja a hoja, utilizando fibra reciclada producto de la recuperación de papel descartado en oficinas y doméstico.

Para realizar tarjetas artesanales se pueden usar técnicas muy diversas: tarjetería española, filigrana, estampación con sellos decorativos.

En cuanto a los materiales también hay una gran variedad, en función de la técnica que vayamos a utilizar: hojas secas de flores, hojas secas de arboles, cascaras disecadas de frutas, arroz, lentejas, escarchas, perforadores, pegamento, tijeras, almohadillas y rejillas de corte. También tenemos tijeras para cortar con ondas, craft punches o perforadoras de papel, acuarelas, sellos decorativos, polvos de relieve y otros accesorios para estampación, remaches y ojales, guillotinas para cortar papel.

se pueden hacer personalmente sus invitaciones de cumpleaños, tarjetas de regalo, la carta de reyes, felicitaciones del día del padre o de la madre, también se suelen hacer a mano las tarjetas del día de los enamorados en San Valentín, invitaciones de bodas, comuniones y bautizos, etc.

Proveedores de papel reciclado

Reciclar Cia. Ltda

Ecopapel

Impresum

-Portafolio de productos

Ilustración 22. Tarjeta Navideña



TARJETAS DISEÑADAS EN
LAS CELULAS
ARTESANALES
PRODUCTIVAS

Fuente: Elaboración propia

Autor: Lourdes López

Ilustración 23. Tarjeta navideña 2

MUESTRAS DEL CATÁLOGO
DE LA COLECCIÓN
NAVIDEÑA



Fuente: Elaboración propia

Autor: Lourdes López

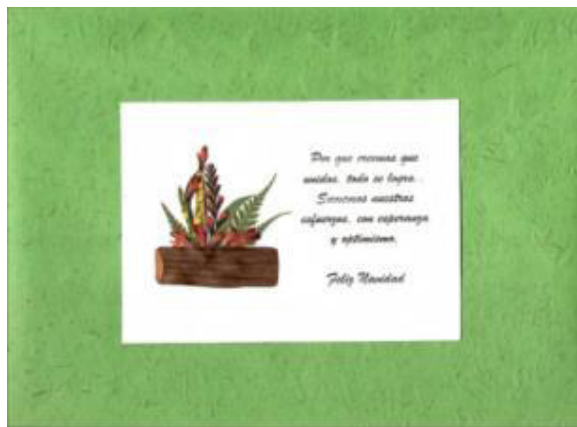
Ilustración 24. Tarjeta navideña 3



Fuente: Elaboración propia

Autor: Lourdes López

Ilustración 25. Tarjeta navideña 4



Fuente: Elaboración propia

Autor: Lourdes López

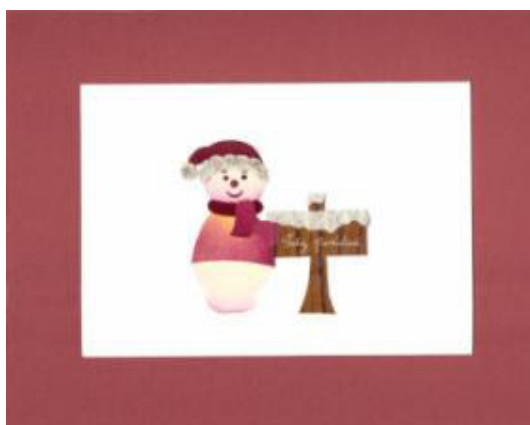
Ilustración 26. Tarjeta navideña 5



Fuente: Elaboración propia

Autor: Lourdes López

Ilustración 27. Tarjeta navideña 6



Fuente: Elaboración propia

Autor: Lourdes López

Ilustración 28. Invitaciones



Fuente: Elaboración propia

Autor: Lourdes López

-Empaque y embalaje del producto

El empaque es un recipiente o envoltura que contiene varios productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.

En este caso para las tarjetas vamos a usar cajas resistentes para su empaque para facilitar su manejo, preferiblemente vamos a usar cajas resistentes de cartón corrugado; ya que los demás tipos de cartón no proporcionan protección alguna al producto cuando se apilan. A veces, los recipientes contruidos localmente se pueden reforzar o forrar para proporcionar una protección adicional a los productos.

Las cajas de cartón corrugado, aunque son más caras, se pueden reutilizar varias veces y pueden resistir las altas humedades relativas de los almacenes.

Dentro de cada una de estas cajas colocaremos 600 artesanías en sus respectivos envases, cada uno de ellos con 4 filas y 3 columnas con un total de 12 compartimientos, 50 tarjetas en cada compartimiento, usando separaciones del mismo cartón para evitar cualquier daño.

Ilustración 29. Interior del empaque para tarjetas de papel reciclado



Fuente: Elaboración propia

Autor: Lourdes López

Las medidas de las cajas en las cuales se guardará el producto para su exportación son:

-30 cm. de alto

- 70 cm. de largo

- 32 cm. de profundidad

Ilustración 30. Envase para tarjetas de papel reciclado



Fuente: Elaboración propia

Autor: Lourdes López

-Etiquetado

Ilustración 31. Logo Etiqueta



Fuente: Elaboración propia

Autor: Lourdes López

El etiquetado del producto ayuda al gestor a mantener el seguimiento de la mercancía cuando se traslada por los diferentes sistemas, y asiste a los mayoristas y minoristas en la utilización de prácticas adecuadas. Las etiquetas pueden estar pre-impresas en cajas de cartón, o pegadas, estampadas o pintadas en los empaques y embalajes. El etiquetado de marca puede ayudar a la publicidad del producto, empacador y/o transportista.

Algunos transportistas también proporcionan folletos detallando los métodos de conservación o recetas para los consumidores.

Las etiquetas de transporte deben exhibir en parte o en su totalidad esta información:

- Nombre común del producto: TARJETAS A BASE DE PAPEL RECICLADO
- Peso neto, número y/o volumen. 0.93 GRAMOS
- Nombre de la compañía. ARTETARJETAS ECOLOGICAS
- Nombre y dirección del empacador o transportista. TRANSPORTES EMSA
- País o región de origen: GUAYAQUIL-ECUADOR
- Tamaño y categoría. 4 METROS X TRES DE ANCHO XCADA CAJA
- Temperatura de almacenamiento recomendada. 20 GRADOS CENTITGRADOS
- Instrucciones especiales de manejo. FRAGIL
- Nombre de insecticidas legales si se han utilizado en el empaçado. NINGUNO

El etiquetado de los empaques y embalajes deben ser del tamaño adecuado para el consumidor. Las etiquetas deben exhibir el nombre del producto, peso neto y nombre y dirección del productor, empacador o distribuidor.

Ilustración 32. Envase para tarjetas de papel reciclado



Fuente: Autora

-Permisos y Licencias

La empresa requerirá los siguientes permisos:

- Patente Municipal
- Permiso de rotulación

En cuanto a las licencias para desarrollar el proyecto:

- Licencia medio ambiental
- Registro Único de Contribuyentes
- Superintendencia de Compañías y seguros

Plaza

En referencia al cliente del mercado inglés o público consumidor de este tipo de producto es muy variado aparte que le da mucha acogida a los productos que no dañan el medioambiente y son ecológicos las edades van desde los niños, adolescentes y personas adultas, si bien este mercado consume productos sintéticos o de otros materiales gusta bastante de este tipo de artesanías.

Se puede indicar que los canales de distribución y los puntos de ventas, son empresas independientes que forman parte del proceso de comercialización y que permite que el producto o servicio esté disponible para su consumo en el mercado inglés.

El mercado inglés tiene ciertas características que lo hacen más deseable que el mercado hispano. Lo cierto es que el mercado inglés es un mercado altamente competitivo.

Las Cuatro Libertades Fundamentales comprenden, en primer lugar, la llamada unión aduanera, es decir, la libre circulación de mercancías dentro del mercado interior. Junto con esta primera libertad, quizá la más importante de todas, se incluyen otras tres, a saber, la libre circulación de trabajadores, de servicios y de capitales.

Ilustración 33. Formas de entrada en mercados exteriores

Formas de entrada en mercados exteriores

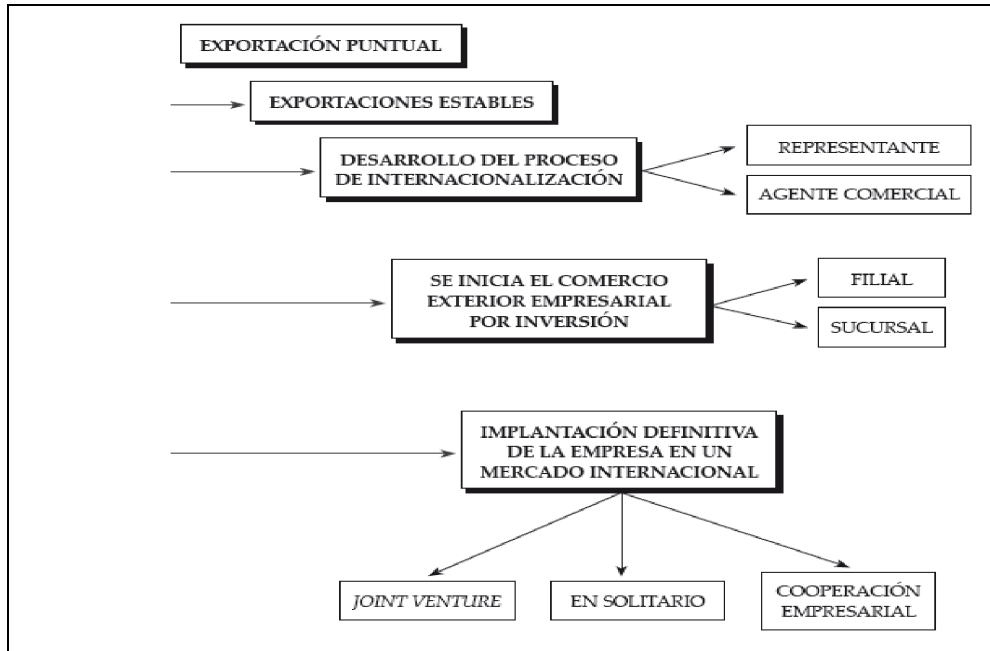
<ul style="list-style-type: none">□ Exportación Indirecta:<ul style="list-style-type: none">■ Intermediarios independientes■ Tradings□ Exportación Directa:<ul style="list-style-type: none">■ Venta directa■ Agentes y distribuidores■ Subsidiarias de venta□ Exportación concertada:<ul style="list-style-type: none">■ Piggyback■ Consorcios de exportación■ Joint Ventures■ AEIE■ Franquicias■ Alianzas estratégicas	<ul style="list-style-type: none">□ Producción en Mercados Exteriores:<ul style="list-style-type: none">■ Contrato de fabricación■ Licencia de fabricación■ Establecimiento de centros de producción 
---	---

Fuente: Hosskison.2008

El acceso a los mercados exteriores. Situaciones estratégicas a las que se enfrentan las empresas.

Las formas de acceso a los mercados exteriores y la conexión con alguno de sus canales de distribución no están predeterminadas y deben evolucionar en función de la estrategia de cada empresa para adaptarse a los cambios de los mercados. Por ello, es frecuente que las empresas opten de entrada por un sistema de comercialización exploratorio, poco costoso y con riesgos muy medidos, que con el tiempo pueda dar paso a fórmulas más complejas y onerosas, pero también más eficaces y rentables. (HOSSKISON.2008)

Ilustración 34. Proceso de comercialización



Fuente: Hosskison.2008

4.6 PROCESO DE COMERCIALIZACION

-Canales de comercialización

Las decisiones de distribución son decisiones a largo plazo que no se pueden modificar con facilidad y que condicionan en gran manera el diseño de la estrategia comercial.

Las principales diferencias observadas entre los distintos tipos de canales corresponden al número de intermediarios por los que pasa el producto.

En este caso para la exportación de las tarjetas de papel reciclado, tomando en cuenta que los términos de negociación con el importador en UE específicamente al mercado Inglés y de nuestra parte del contrato termina el momento que entregamos la mercancías al borde

del avión en Guayaquil, según sea el tipo de transporte a utilizarse, por lo que brevemente explicaremos el canal más adecuado de distribución que aplica a la exportación que vamos a realizar, en este caso usaremos:

-Canal de distribución indirecto.

El cual principalmente actúa con intermediarios, este canal se utiliza cuando el exportador y el importador están próximos a negociar un volumen amplio. En este caso nosotros exportaremos a distribuidores en Inglaterra, mediante un broker y de los importadores en UE dependerá la manera de distribuir las tarjetas al cliente final, pero nuestra labor termina según los términos de negociación que aplicamos, en este caso nuestra empresa no avanza a estrategias de mercadeo o publicidad en el mercado europeo ya que este aspecto corre por cuenta de los importadores en la misma, en la cual nosotros no participamos como exportadores.

-Canal de distribución indirecto o largo (Concepto en calidad de referencia).

Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen varios intermediarios entre el exportador y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución.

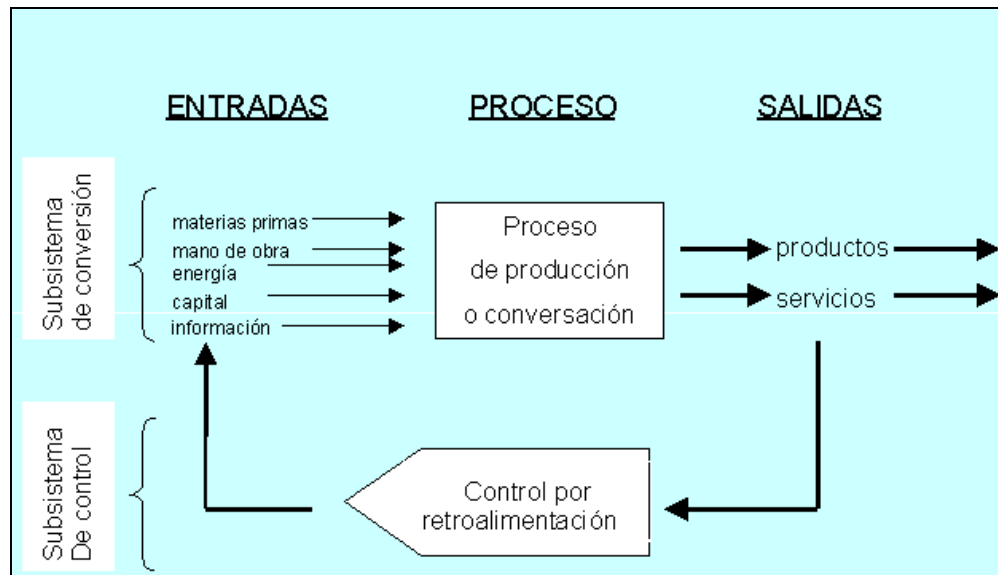
Se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto hasta llegar al consumidor final.

En el canal de distribución indirecto intervienen muchos intermediarios (mayoristas,

Distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas, agentes comerciales, etc.).

Cabe recalcar que el canal de distribución largo será aplicado en nuestro caso, este presenta ventajas y desventajas entre los tipos de canales de distribución.

Ilustración 35. Canales en el proceso de distribución



Fuente: Autora

Se puede indicar además que el producto primero antes de ser elaborado este deberá tener un proceso de producción donde se detallarán las formas y colores para lo cual se contará con un departamento donde se encuentre las materias primas indispensables para la producción artesanal del producto.

Proceso de producción

-Materiales:

Se puede utilizar prácticamente casi todos los tipos de papel: higiénico, periódico, blanco, papel de empapelar, de colores, fosforito. Lo único que se debe ver es que no se encuentre plastificado, ya que no sirve. Además de papel, se puede incorporar al proceso algodón deshilachado, hojas, pétalos, espigas, aromas e incluso purpurina, también es necesario tener una rejilla.

-Pasos a realizar:

- 1) Lo primero que se debe hacer es recortar en trozos pequeños a los distintos tipos de papel.
- 2) Después, cuando ya se tiene suficiente, se pone el papel en un recipiente con una parte de papel y dos de agua (siempre el doble de agua). Si el papel contiene tinta (por ejemplo, con el papel de periódico), el agua se puede poner muy caliente para que se vaya la tinta.
- 3) A continuación se pasa la batidora. Procurando que quede bien finito y molido el papel.
- 4) Se coloca el papel y se escurre en un cedazo. Se pasa agua por encima para que quede bien aclarado. Después, en otro recipiente lo suficientemente amplio, se pone agua fría limpia. Se añade unos puñados de la masa que se ha escurrido bien y se agita el agua para que se disuelva bien.
- 5) Se introduce la rejilla y se sube para capturar el papel. Se pasa por debajo con las palmas y esponja para que se escurra bien el agua sobrante.
- 6) A continuación, se transfiere la rejilla sobre una tela que previamente se ha humedecido y se vuelve a aplicar la esponja. Cuando se ha escurrido bien el agua, se levanta y ya se tiene el papel sobre la tela.
- 7) En unas horas o al día siguiente, ya se tiene el papel seco. Es conveniente retirarlo con cuidado de la tela y ponerlo entre unas superficies planas y con peso para que no quede ondulado.

Para la entrega del producto se escoge vía área por ser la más rápida para comercializar un producto en el mercado Inglés específicamente en los siguientes lugares Holland Park, Lancaster Gate y Leicester Square.

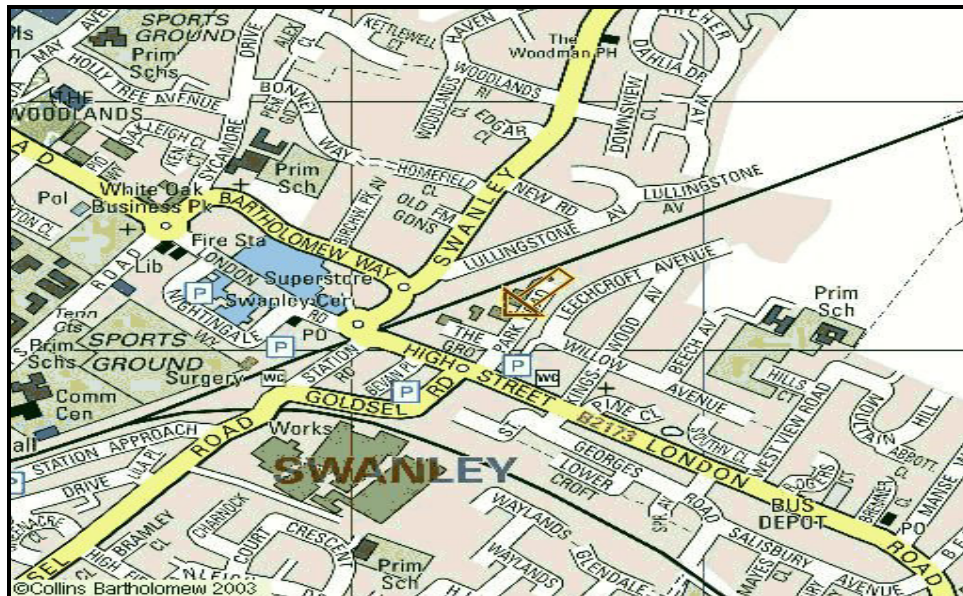
La distribución a las demás tiendas de artesanías de la zona se la realizará a través de la tienda Sharon`s card crafts la cual se dedica a la comercialización de todo tipo de artesanías. Siendo la empresa que se encuentra con mayor predisposición para la comercialización de este tipo de producto.

Ilustración 36. Imagen Tienda distribuidora de artesanías en Londres



Fuente: Autora

Ilustración 37. Lugares donde se comercializaran las artesanías en Londres



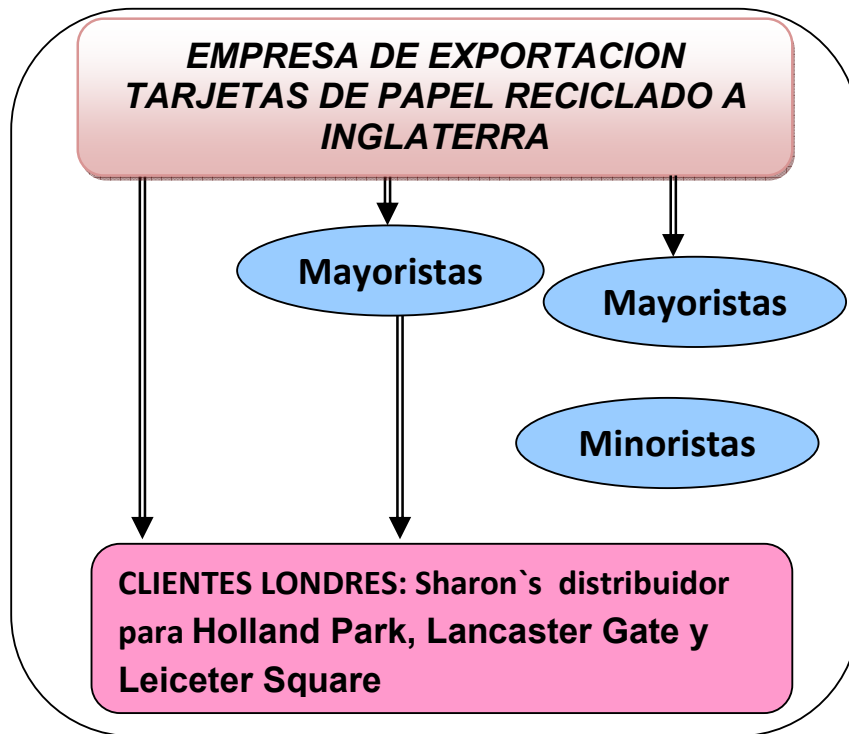
Fuente: GPS SATELITAL LONDRES, Artesanía Tarjeta de Sharon 2009 Todos los derechos reservados

La relación particular entre dos empresas que utilizan la entrada en nuevos mercados dependerá sobre todo de los intereses de las empresas que comercializa en mercados exteriores los productos de otra. La finalidad de ampliar la línea de productos que ofrecen se entiende como una mejora debido a la mayor variedad en la oferta de producto que puede ayudar a vender mejor los suyos propios.

En el proceso de envío de los productos se los realizará a un distribuidor en Inglaterra el cual se encargará de hacer llegar vía transporte terrestre los productos a los tres sectores dónde se encuentran las tiendas de artesanías que comprarán estos productos.

El puerto origen será el Aeropuerto de Guayaquil José Joaquín de Olmedo donde se embarcarán la mercadería para luego enviarlos vía aérea al aeropuerto de el Aeropuerto de Londres-Heathrow es el aeropuerto internacional de mayor tráfico del mundo.

Ilustración 38. Canal de distribución indirecto



Fuente: Investigación propio

Costos de envío

REF

Peso 10,00 KGS aprox

FLETE AEREO A LONDRES

<u>Flete Aereo</u>	210,00	21,00 usd x c/kgs
Seguridad	11,60	usd
Combustible	1,30	usd
Total Flete	<u>222,90</u>	usd

GASTOS EN ORIGEN

<u>Corte de Guía</u>	35,00	usd
Gastos Administrativos	75,00	usd

Subtotal 110,00 usd

iva 12% 13,20 usd

Total gastos locales 123,20 usd

Total **346,10** usd

FRECUENCIAS

LUN, MAR, JUE, SAB, DOM

4.7 PROCESO DE COBRO

-La empresa efectuará un descuento del 10% por pronto pago de las facturas de compra de producto.

-Las ventas a crédito serán como máximo a un mes.

-

Los créditos vencidos mayores a un mes, serán sancionados con una suspensión temporal del cliente

-Los créditos vencidos mayores a tres meses, serán sancionados con una suspensión definitiva del cliente.

-Los intereses por atraso en el pago serán del 12%, sobre el saldo actual.

-La empresa no acepta cheques posfechados

-La empresa no acepta vales ni ningún otro documento de pago

-La forma de venta es efectivo y a crédito directo.

- Formas de pago del cliente importador

Su finalidad es facilitar el comercio externo e interno, eliminando la desconfianza que pudiera existir entre compradores y vendedores. En las primeras operaciones de exportación que realizan las empresas, por lo general se busca la seguridad de cobro de la operación. A continuación detallaremos las formas de pago existentes:

Carta de crédito.

Este instrumento asegura al exportador la percepción del importe facturado ya que esta operación cuenta con la intervención y el respaldo de dos bancos, uno se encuentra en el país del exportador y otro en el país del importador. Además de la seguridad en el cobro, el exportador tiene como obligación emitir los documentos de embarque de acuerdo a lo indicado en la Carta de Crédito, de lo contrario esto generaría las llamadas

“discrepancias” las cuales implican mayor costo de la operación.

Aplicando a nuestra exportación utilizaremos esta forma de pago, ya que aunque el importador no pueda abonar el monto correspondiente, el banco del país del importador está comprometido a pagar al banco del exportador al vencimiento de la operación.

Comisión de la carta de crédito.

El porcentaje de la comisión de la Carta de Crédito depende del banco con el cual trabajaremos, en este caso la empresa va a trabajar con el Banco del Pichincha en el cual la comisión bancaria es de \$ 50 dólares.

Cobranza de exportación.

Su operatoria es más simple que la de Carta de Crédito, ya que el exportador se presenta en un banco de plaza con:

*Los documentos de embarque y

* Gestiona la apertura de una Cobranza.

Los bancos intervinientes no tienen la obligación de respaldar el pago ya que su responsabilidad se limita a enviar los documentos, recibir el importe de la operación (procedimiento a cargo del banco del exportador), entregar los documentos y girar el dinero pagado por el importador (procedimiento a cargo del banco del importador).

El costo de la Cobranza es inferior al de la carta de crédito y su operatoria es más ágil.

Si el importador no hace efectivo el pago de la operación, el exportador no puede reclamar al banco, dado que éste es sólo un intermediario.

La Cobranza Documentaria es utilizada cuando existe una relación comercial de confianza entre el exportador y el importador.

Orden de pago o transferencia.

Esta forma de pago es la más informal de las existentes entre el importador y el exportador.

Se usa cuando hay mucha confianza entre ambos y en ocasiones se hace sin intervención bancaria, dependiendo de la operatoria de cada país.

Es barata y ágil. El importador efectúa el pago mediante giro o transferencia a favor del exportador, y este al recibir el importe embarca la mercadería y le envía los documentos de embarque, (para el caso de operaciones con pago anticipado).

L/a operatoria puede hacerse con pago diferido, siendo que en este caso, el exportador embarca la mercadería y el importador efectúa el pago en el vencimiento pactado. Este procedimiento no tiene ningún aval bancario.

Cheques.

No es raro que en algunas operaciones de comercio internacional se convenga que los pagos se efectúen con cheques. Sin embargo, esta modalidad de cobro puede enfrentar problemas, si no existe la confianza absoluta, ya que el comprador puede no contar con los fondos suficientes o quien firma el documento no está autorizado para hacerlo. Los riesgos de esta práctica son claros.

Si se decide aceptar esta forma de pago, se deberá poner atención en que el nombre del beneficiario se anote correctamente, que las cantidades escritas en números y letras coincidan, y en que el documento no presente alteraciones o enmendaduras.

Giro bancario.

Se define como un título de crédito nominal que se debe expedir a nombre de una persona física o de una empresa. Son de negociabilidad restringida, ya que los bancos sólo los reciben como abono en cuenta. No debe despacharse las mercancías mientras no se reciba y se presente el documento original para el cobro.

Una vez analizados los diferentes procesos de cobro para este proyecto se utilizaría será la orden de pago o transferencia, y se adoptaría esta modalidad de cobro por cuanto es barata y ágil. En donde el importador efectúa el pago mediante giro o transferencia a favor del exportador, y este al recibir el importe embarca la mercadería y le envía los documentos de embarque, (para el caso de operaciones con pago anticipado).

-Base legal

A partir del 01 de Enero del 2011 entró en vigencia el nuevo “Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones”, una vez derogadas la LEXI y la LOA.

El Código de Comercio tiene como objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

En materia de Comercio Exterior será el encargado de regular las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero. Mercancías son los bienes corporales muebles de cualquier clase.

Para el desarrollo de este proyecto, nos basaremos en el LIBRO IV y V, DEL

COMERCIO EXTERIOR, SUS ÓRGANOS DE CONTROL E INSTRUMENTOS,

TÍTULO I, De la Institucionalidad en Materia de Comercio Exterior, desde el artículo

71 hasta el 231 aplicables al área de Comercio Exterior y el tema de estudio del presente proyecto.

4.8 INVERSIONES EN OBRAS FISICAS

El proyecto de exportación no requiere realizar inversiones en obras físicas puesto que la bodega y el lugar donde se encuentran las oficinas de la empresa se encuentran en arrendamiento. En el futuro se podrá realizar inversiones como es compra de bodega en Londres para realizar de mejor manera la comercialización del producto.

4.9 OTROS COSTOS

El presente proyecto asume gran importancia porque en la actualidad la sociedad demanda de productos de buen material y excelente producción; los cuales tienen valor excesivo, poniendo así a la disposición de los consumidores una nueva alternativa de preservación del medio ambiente; además, es importante porque permite elaborar y ofrecer nuevos productos para el mercado artesanal que contribuyen a erradicar la contaminación ambiental, que es uno de los principales problemas a nivel mundial y beneficia a que el consumidor tenga una nueva opción de compra para sus diferentes ocasiones especiales y así satisfacer las necesidades que requiere el mismo; ofreciendo nuevas fuentes de trabajo, variadas alternativas de consumo masivo y un aporte al desarrollo y progreso de la artesanía ecuatoriana.

Hay diferentes costos que se deberán tomar en cuenta para el proceso de exportación de las tarjetas de papel reciclado al mercado inglés como son las tasas y valores CIF en la aduana así como el cumplimiento de normas y reglamentos que debe obtener el exportador de un producto a un mercado Europeo.

4.10 PERFILES DE PUESTOS

Puesto: **Gerente General**

Descripción Técnica del Puesto	
I Identificación	II Descripción genérica del puesto
Título del puesto Gerente Área del puesto Gerencia General Subalterno Jefe de Ventas y Cobros, Jefe de Bodega, Contador General, Encargado de Compras Colaboradores Secretaria y Seguridad	Tiene a su cargo la administración Dirección Control y coordinación de las actividades de la empresa Alcanzar exitosamente los objetivos de la misma.
III Descripción específica del puesto	
a) Atribuciones	b.) Relaciones de Trabajo
Administrar los bienes y recursos de la empresa. Responsable de la dirección y supervisión de la empresa. Supervisar el buen funcionamiento de las actividades de la empresa. Crear políticas de créditos, de ventas y de compras. Autorizar créditos. Autorización de compras de bienes y servicios. Análisis de estados financieros. Autorizar pagos. Firma de cheques.	Por naturaleza de la asignación tendrá relación con el entorno laboral de la empresa, pero tendrá relación especial con Jefe de Bodega, Jefe de Ventas y Cobros, Contador General y con el Encargado de Compras.

Puesto: **Secretaría**

Descripción Técnica del Puesto	
<p>I Identificación</p> <p>Título del puesto Secretaria Área del puesto Secretaría</p> <p>Inmediato superior Gerente General Subalterno Mensajero</p>	<p>II Descripción genérica del puesto</p> <p>Puesto de trabajo de carácter administrativo Control de archivos y responsable de la correspondencia Encargado de asistir al Gerente General.</p>
III Descripción específica del puesto	
<p>a) Atribuciones</p> <ul style="list-style-type: none"> · Realizar labores secretariales. · Expedir, recibir, controlar y distribuir correspondencia. · Atender llamadas telefónicas y transferirlas a interesados. · Redacción de documentos. · Elaboración de cheques Voucher. · Presentar los informes periódicos u ocasionales que la gerencia requiera. 	<p>b) Relaciones de Trabajo</p> <p>Comunicación directa con el gerente Por la naturaleza del puesto se relaciona con los demás departamentos de la empresa.</p> <p>c) Autoridad</p> <p>Ninguna</p> <p>d) Responsabilidad</p> <p>Es responsable de rendir informes a gerencia general y del correcto desarrollo sus labores.</p>
IV Requisitos mínimos exigidos	
<p>a) Educativos</p> <ul style="list-style-type: none"> · Secretaria comercial <p>b) Experiencias</p> <ul style="list-style-type: none"> · Mínima de 1 año en puesto similar. 	<p>c) Habilidades y Destrezas</p> <p>Habilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Creatividad. · Excelente relaciones interpersonales. · Responsable. <p>Destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Manejo de paquetes básicos de computación.

Puesto: **Chofer**

Descripción Técnica del Puesto	
I Identificación Título del puesto Chofer Sportman Área del puesto Mensajería Inmediato superior Secretaría Subalterno Ninguno	II Descripción genérica del puesto Puesto de trabajo de carácter operativo, que efectúa funciones de chofer de la empresa, bajo la coordinación de la Secretaria.
III Descripción específica del puesto	
a) Atribuciones · Realizar los depósitos en los bancos. · Entregar y recoger correspondencia. · Distribuir documentos internamente en la empresa.	b) Relaciones de Trabajo Relación de subordinación con secretaria. Por la naturaleza del puesto se relaciona con las demás unidades de la empresa. c) Autoridad Ninguna. d) Responsabilidad Es responsable del buen desarrollo de sus tareas.

Jefe de Ventas

Descripción Técnica del Puesto	
<p>I Identificación</p> <p>Título del puesto Jefe</p> <p>Área del puesto Ventas y Cobros</p> <p>Inmediato superior Gerente General</p> <p>Subalterno Vendedores - Cobradores</p>	<p>II Descripción genérica del puesto</p> <p>Puesto de trabajo de carácter administrativo Encargado de analizar, crear y aplicar las estrategias aprobado por la Gerencia General Dar a conocer el producto en el mercado y realizar el cobro efectivo del producto vendido.</p>
III Descripción específica del puesto	
<p>a) Atribuciones</p> <ul style="list-style-type: none"> · Estimular las ventas. · Crear imagen y servicio de la empresa. · Fijación de precios para venta de productos. · Observar actividades de la competencia. · Coordinar actividades promocionales y publicitarias. · Dirigir y controlar las operaciones de ventas y de cobros. · Control de Depósitos realizados. · Fijar metas de ventas y cobros. · Efectuar cruces de información periódica con el departamento de contabilidad en lo referente a cobros y ventas. <p>b) Relaciones de Trabajo</p> <p>Relación de subordinación con el Gerente General a quien debe proporcionarle información sobre el desempeño de su departamento, así como con los departamentos de bodega, compras y contabilidad.</p> <p>d) Responsabilidad</p> <p>Es responsable de crear estrategias y métodos para posesionar el producto en el mercado, de las metas de ventas, de evaluar el alcance de las ventas y de los cobros a los clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Elaboración de reporte de cheques rechazados. · Revisión de cortes de caja. · Control de Recibos emitidos. · Crear políticas de crédito. · Analizar, investigar solicitudes de crédito de los clientes. · Revisión antigüedad de saldos. · Supervisar que las labores del departamento se ejecuten con servicios de calidad. · Cotejar facturación emitida con sus reportes de ventas. · Rendir informes periódicos u ocasionales que requiera la Gerencia General. <p>c) Autoridad</p> <p>Tiene autoridad sobre los vendedores-cobradores.</p>
IV Requisitos mínimos exigidos	
<p>a) Educativos</p> <ul style="list-style-type: none"> · Licenciado en administración de empresas o en mercadotecnia. <p>b) Experiencias</p> <ul style="list-style-type: none"> · Mínima de 2 años en puesto similar. 	<p>c) Habilidades y Destrezas</p> <p>Habilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Creatividad, liderazgo, negociador. · Excelentes relaciones interpersonales. · Cumplimiento de ventas. · Toma de decisiones. · Facilidad de comunicación eficaz. <p>Destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Manejo de programas básicos de computación. · Manejo de recursos humanos.

Puesto: **Artesanos de papel reciclado**

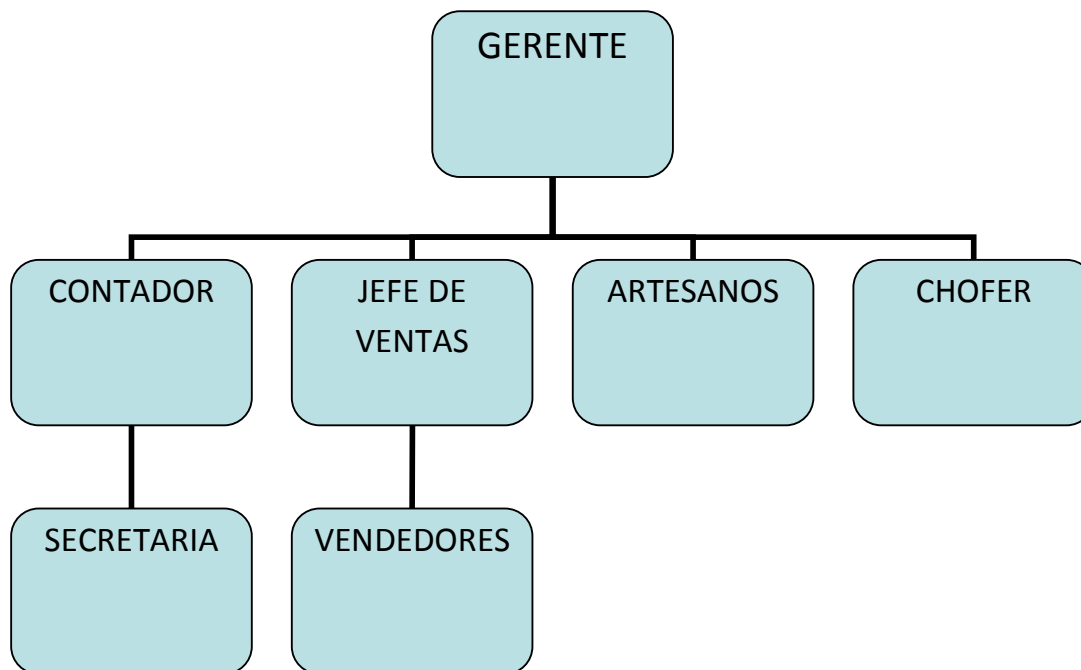
Descripción Técnica del Puesto	
I Identificación Título de artesano	II Descripción genérica del puesto Puesto de trabajo de carácter manufacturero Encargado de analizar, crear y modelos de tarjetas aprobado por la Gerencia General
III Descripción específica del puesto	
a) Autoridad Ninguna.	b) Responsabilidad Es responsable de ofrecer, colocar el producto y superar las metas establecidas para ventas y cobros.
IV Requisitos mínimos exigidos	
a) Educacionales · Título a nivel artesanal. b) Experiencias · Mínima de 1 año en puesto similar.	c) Habilidades y Destrezas Habilidad: · Creatividad, negociador. · Excelente relaciones interpersonales. · Cumplimiento de metas. · Toma de decisiones. · Conocimiento del producto. · Atención al cliente. · Responsable. Destrezas: · Habilidad en trabajos manuales. · Creatividad · Habilidad artesanal en productos.

Puesto: **Contador General**

Descripción Técnica del Puesto	
<p>I Identificación</p> <p>Título del puesto Contador General</p> <p>Area del puesto Contabilidad Inmediato superior Gerente General</p> <p>Subalterno Auxiliar</p>	<p>II Descripción genérica del puesto</p> <p>Puesto de trabajo de carácter administrativo y técnico, encargado del registro y control contable, laboral y fiscal de la empresa.</p>
III Descripción específica del puesto	
<p>a) Atribuciones</p> <ul style="list-style-type: none"> · Llevar archivos de documentación contable. · Atender requerimientos fiscales de la administración tributaria. · Elaborar estados financieros. · Revisar pólizas de ingresos y egresos, para cuadrar ingresos con depósitos. · Realizar conciliaciones bancarias. · Revisar las operaciones fiscales de la empresa. 	<p>·b) Elaborar presupuestos.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Llevar libro de prorrateo de compras. · Llevar libro de salarios. · Elaborar certificados de trabajo. · Elaborar contratos de trabajo del personal. · Elaborar liquidaciones laborales. · Cálculo y pago de planilla quincenal. · Cálculo quincenal de prestaciones laborales. · Revisión y pago de cuotas patronales y laborales <p>Puesto: Contador General</p>
<p>c) Habilidades y Destrezas</p> <p>Habilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Creatividad. · Excelente relaciones interpersonales. · Toma de decisiones. · Responsable. · Conocimiento de leyes tributarias. · Efectuar cálculos matemáticos. · Conocimiento de normas internacionales de contabilidad. 	<p>Destrezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Manejo de programas básicos de computación y de contabilidad. · Manejo de sumadoras. · Capacidad para elaborar reportes periódicos.

En su totalidad serán 12 personas el total de personal de planta de la Empresa, de Artesanías.

Ilustración 39. Organigrama de la Empresa de papel reciclado



Fuente: Autora

Tabla 17. PRESUPUESTOS DE GASTOS NOMINA

GASTOS ADMINISTRATIVOS.		COSTO EMPRESA		
GASTOS PERSONALES	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Propietario	1	1.670,70	10.024,20	20.048,40
Secretaria	1	487,29	2.923,73	5.847,45
Contador	1	974,58	5.847,45	11.694,90
Chofer	1	626,51	3.759,08	7.518,15
TOTAL PERSONAL		3.759,08	22.554,45	45.108,90

GASTOS PERSONALES				
Jefe de Ventas	1	835,35	5.012,10	10.024,20
Vendedores	2	885,47	5.312,83	10.625,65
Total Personal		1.720,82	10.324,93	20.649,85

MANO DE OBRA DIRECTA.

DETALLE	Pago mensual (6 Operarios)	VALOR ANUAL
Operarios	2.213,68	26.564,13
SUBTOTAL	2.213,68	26.564,13
2% Imprevistos	44,27	531,28
Total	2.257,95	27.095,41

Fuente: Análisis Financiero

CAPITULO V

5.1 CREACION DE COMPAÑIAS

El proyecto de producción y comercialización de tarjetas de papel reciclado al mercado Inglés se constituirá con su nombre comercial “Artesanías”, con la razón social Empresa de Artesanías Cía. Ltda., para lo cual, según la Ley de Compañías se debe cumplir los siguientes requisitos:

- a) Se contrae entre tres o más personas naturales o jurídicas que sólo responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva.

En este caso los socios son: El señor Diego Rivas, La señorita Salomé Rivas y la Asociación de Artesanías del Ecuador.

- b) En esta compañía, el capital está representando por participaciones.
- c) Los socios responden hasta por el valor de las participaciones, o sea el capital que cada cual ha aportado en beneficio social.
- d) El máximo organismo directivo es la Junta General y para decidir un acto o contrato se necesita de las tres partes del capital social que hayan votado a favor del mismo.

5.2 IMPUESTO

Al realizar la exportación de artesanías al mercado Inglés se establecerá impuestos dentro del país exportador como al ingreso de la mercancía al país extranjero, los impuestos nacionales como son Impuesto al Valor Agregado (IVA), así como otros aranceles que se cancelarán a su debido tiempo.

Además para el cumplimiento de las funciones, entre otras fuentes de recursos, el literal e) del Artículo 22 de la LEXI, dispone el aporte de cuotas redimibles del 1.5 por mil (uno punto cinco por mil) sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado, del 0.50 por mil (cero punto cincuenta por mil) del valor FOB de las exportaciones del petróleo y sus derivados, y del 0.25 por mil (cero punto veinticinco por mil) sobre el valor FOB de toda importación. Estas cuotas redimibles serán entregadas por los exportadores de bienes y servicios a la presentación del Documento Único de Importación en los bancos y entidades financieras del país en que se instrumenten las referidas transacciones, quienes acreditarán diariamente los valores correspondientes en las cuentas que designe.

El pago de los valores correspondientes a estas aportaciones será efectuado obligatoriamente por los exportadores de bienes y servicios al momento de la venta de las divisas a los bancos o sociedades financieras privadas autorizados por la Superintendencia de Bancos a operar en el mercado libre de cambios.

Los Bancos y Sociedades financieras obligatoriamente deberán verificar que los aportes correspondan a los montos de exportación y recaudar los valores correspondientes a estas cuotas redimibles al momento en que el exportador efectúa la venta de divisas, de acuerdo con la “Declaración –que deberá llenar y presentar el exportador en el formato previamente

diseñado, y que lo obtendrá al adquirir el FUE. El Banco o Sociedad financiera verificará que el valor declarado sea correcto; caso contrario se abstendrá de procesar la transacción de venta de divisas. (CORPEI, S.F.)

5.3 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTOS

-Permisos y Licencias

La empresa requerirá los siguientes permisos:

- Patente Municipal
- Permiso de rotulación

En cuanto a las licencias para desarrollar el proyecto:

- Licencia medio ambiental
- Registro Único de Contribuyentes
- Superintendencia de Compañías y seguros

5.4 POSICION ARANCELARIA

Las barreras no arancelarias se clasifican en cualitativas y cuantitativas dentro de las barreras no arancelarias cualitativas se tiene a los permisos de exportación o importación, las cuotas, los precios oficiales, los impuestos antidumping y los impuestos compensatorios.

En cambio para las barreras no arancelarias cualitativas están las regulaciones sanitarias, las regulaciones fitosanitarias, los requisitos de empaque, los requisitos de etiquetado, las

regulaciones de toxicidad, las normas de calidad y normas de origen, factores políticos, normas técnicas y otras como las ISO 9000 y 14000, marca de país de origen y las regulaciones ecológicas.

FLETE ARANCEL

Partida arancelaria de Artesanías exportadas

6913900000

Incoterm

CIF

Transporte Aéreo

Características del envase

Material biodegradable (ecológico): madera o cartón prensado

Valor agregado

Diseño, forma y acabado

Las tarjetas de papel reciclado, al igual que cualquier otro producto que se comercializa en países extranjeros están sujetas a restricciones arancelarias y no arancelarias es por esto que en el caso de las artesanías gozan de una serie de beneficios. Está incluida dentro de la Las preferencias estipuladas por la CEE en el SGPA. Además para que el producto pueda ingresar sin problemas al mercado Europeo debe pasar por varios controles de calidad debe contar con procesos de alta calidad es decir el producto puede entrar a Londres sin que su empaque tenga abolladuras, golpes por el mal manejo de la logística.

En referencia a las barreras arancelarias se determina que son un acuerdo entre varios Estados, mediante el cual se comprometen a brindar a sus respectivas producciones un trato preferencial en comparación al que se otorga a terceros países, es decir, se conceden

diversos grados de rebajas arancelarias en el comercio recíproco. Esta área se puede dividir a su vez en tres: área de preferencias arancelarias propiamente dichas, donde las concesiones son exclusivamente a los derechos aduaneros que gravan la exportación e importación de mercaderías; área de preferencias aduaneras, donde no sólo se limitan a las restricciones arancelarias, sino que puede contemplar también otros tributos aduaneros, que se aplican con ocasión de la exportación o la importación, pudiendo contemplar tanto restricciones directas como indirectas; y áreas de preferencias económicas, que abarcan aspectos que no son más de naturaleza aduanera, pero que hacen un tratamiento discriminatorio de la mercadería extranjera una vez que ésta ha sido importada.

Requisitos para calificarse como exportador ante la aduana

- Tener la cédula de ciudadanía ecuatoriana que constate la mayoría de edad de la persona que desea exportar.
- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE). www.aduana.gob.ec

Los permisos de funcionamiento son fundamentales para el correcto desenvolvimiento del negocio es por eso que a continuación los nombraremos:

RESULTADO DE BÚSQUEDA FONÉTICA

Requisitos:

- ✓ Formulario de búsqueda fonética. Este formulario debe contar con una firma y número de matrícula de patrocinio de un abogado.
- ✓ Comprobante de pago por concepto de búsqueda fonética. (Este valor se lo cancela en la tesorería del IEPI).

Procedimiento:

1. Llenar el formulario con los datos del establecimiento y del representante legal del mismo. (Recuerde que este formulario debe contar con una firma y número de matrícula de patrocinio de un abogado).
2. Presentar los requisitos en la mesa de servicios y retirar el resultado de búsqueda fonética.

Lugar: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)

Tiempo de entrega: 15 a 20 minutos

Valor del trámite: 8.20 USD (IEPI) + 13 USD aprox. (Abogado) = 21.20 USD aprox.

INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA (IRM)

Requisitos:

- ✓ Formulario de solicitud para obtener el IRM. (Este formulario se lo compra en la ventanilla de tesorería de la administración zonal a la que corresponda el establecimiento).
- ✓ Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- ✓ Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- ✓ Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial.

Procedimiento:

1. Llenar la solicitud con los datos requeridos.
2. Ingresar todos los requisitos en la ventanilla de entrega y recepción de documentos.
3. Retirar el IRM en la ventanilla de entrega y recepción de documentos, después de 3 días laborables.

Lugar: Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento

Tiempo de entrega: 3 días laborables

Valor del trámite: 2 USD

PATENTE MUNICIPAL

La patente municipal, es el permiso de funcionamiento otorgado por el Municipio.

Requisitos para la obtención:

- ✓ Formulario de declaración del impuesto de patentes. (Este formulario se lo compra en la tesorería de la administración zonal a la que corresponda el establecimiento y tiene un valor de 0.20 USD).
- ✓ Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- ✓ Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- ✓ Original y copia del RUC.
- ✓ Clave catastral (Se la obtiene en la ventanilla de información de la administración zonal a la que corresponda el establecimiento).

Procedimiento:

- ✓ Llenar el formulario con los datos requeridos.
- ✓ Tomar un turno en información.
- ✓ Ingresar el formulario en la ventanilla asignada en el turno. En esta ventanilla se registra el establecimiento y se le asigna un número de trámite al formulario presentado.

- ✓ Presentar en las ventanillas de recaudación la copia del formulario en el que consta el número de trámite, pagar el valor de patente indicado por el recaudador y retirar el documento de la patente municipal en la misma ventanilla de recaudación.

Lugar: Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento

Tiempo de entrega: 1 hora aprox. (Depende de la cantidad de personas que esperan ser atendidas)

Valor del trámite: Depende del capital del establecimiento

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL

Requisitos:

- ✓ Formulario de solicitud de inspección. (Este formulario se lo compra en la tesorería de las oficinas de Guayaquil).
- ✓ Informe favorable de inspección.
- ✓ Copia de la patente municipal.

Procedimiento:

- ✓ Llenar el formulario con los datos del establecimiento y del propietario del establecimiento.

- ✓ Ingresar el formulario de inspección en el departamento de prevención de Guayaquil.
- ✓ Esperar de 1 a 8 días laborables para la inspección. En esta visita el inspector entregará una copia del informe favorable de inspección.
- ✓ Retirar el permiso de funcionamiento, 3 días después de la inspección, en la dirección de operaciones. Para esto se requiere presentar la copia del informe favorable de la inspección (otorgada por el inspector durante la visita) y una copia de la patente municipal.

Lugar: Oficinas del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil

Tiempo de entrega: 8 días (inspección) + 3 días (emisión del permiso) = 11 días laborables

Valor del trámite: 1 USD

INFORME DE COMPATIBILIDAD DE USO DE SUELO

Requisitos:

- ✓ Formulario de solicitud de compatibilidad de uso de suelo y formulario de solicitud del título de crédito de tasas de servicios administrativos. (Estos documentos se los adquiere de manera gratuita en la ventanilla de información de la administración zonal a la que corresponda el establecimiento).
- ✓ Comprobante de pago por tasas de servicios administrativos.
- ✓ Original y copia de la patente municipal. del año en curso o RUC.
- ✓ Informe de Regulación Metropolitana

- ✓ Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal del establecimiento.
- ✓ Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.

Procedimiento:

- ✓ Llenar los formularios con los datos requeridos.
- ✓ Presentar en las ventanillas de recaudación el formulario de solicitud del título de crédito de tasas de servicios administrativos, pagar el valor señalado por el recaudador y retirar el comprobante de pago por tasas de servicios administrativos en la misma ventanilla.
- ✓ Ingresar el formulario de solicitud de compatibilidad de uso de suelo, adjuntando el comprobante de pago por tasas de servicios administrativos, original y copia de la patente municipal actualizada o RUC, una copia del IRM y las copias de cédula de identidad, papeleta de votación, en la ventanilla de entrega y recepción de documentos.
- ✓ Retirar el Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo en la ventanilla de entrega y recepción de documentos después de 15 días laborables.

Lugar: Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento

Tiempo de entrega: 15 días laborables

Valor del trámite: 1.70 USD

CERTIFICADO DE REGISTRO PROVISIONAL DE LA CMT

Requisitos Generales

- ✓ Formulario de solicitud de inscripción. Este formulario se lo obtiene en las ventanillas de la CMT. En el caso de que exista una inspección previa al establecimiento, el inspector se encargará de llenar la solicitud y presentarla en la ventanilla de la CMT.
 - ✓ Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, en el caso de personas jurídicas.
 - ✓ Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil.
 - ✓ Copia del RUC.
 - ✓ Patente Municipal.
 - ✓ Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil. (Solicitarlo en la ventanilla de la CMT).
 - ✓ Comprobante de pago de la tasa de registro y del uno por mil.
- a. Requisitos adicionales para los establecimientos de Alimentos y Bebidas / Alojamiento/ Recreación, Diversión y Esparcimiento:
- ✓ Copia de la cédula de identidad y de la papeleta de votación del propietario o representante legal.
 - ✓ Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos; firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal sobre los valores declarados

REGISTRO DEFINITIVO Y LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (LUAF)

Requisitos:

- ✓ Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo.
- ✓ Registro Provisional de la CMT.
- ✓ Certificado de Búsqueda Fonética del IEPI.
- ✓ Comprobante de pago de la Patente Municipal.
- ✓ Comprobante de pago de la Tasa de Turismo.

Procedimiento:

- ✓ Dentro de un plazo máximo de 30 días después de haber obtenido el registro provisional, se deben ingresar los requisitos completos para el Registro Definitivo y la LUAF en la ventanilla de la CMT.
- ✓ Retirar de manera inmediata el registro definitivo y la LUAF, en la ventanilla de la CMT.

Lugar: CMT. García Moreno 1201 y Mejía Administración Zona Norte (Amazonas y Pereira)

Oficinas de CAPTUR (Patria y Amazonas Ed. COFIEC 3º piso)

Tiempo de entrega: De 15 a 25 minutos

Valor del trámite: Depende de la categoría del establecimiento

PERMISO SANITARIO

Requisitos:

- ✓ Planilla de inspección: Es un informe favorable que entrega el inspector del centro de salud más cercano al establecimiento una vez realizada la inspección. Para que el inspector pueda realizar la visita se debe presentar una carpeta que contenga lo siguientes documentos:
- ✓ Solicitud de inspección. (Esta solicitud se obtiene en el primer piso de la Dirección Provincial de Salud de Pichincha).
- ✓ Certificado de Registro Definitivo y LUAF
- ✓ Copias de carnets de salud ocupacional. (Este carnet se lo adquiere en cualquier centro de salud).
- ✓ Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- ✓ Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- ✓ Copia del RUC.
- ✓ Copia del certificado del Cuerpo de Bomberos de Quito.

Procedimiento:

1. Entregar la carpeta al inspector del centro de salud más cercano al establecimiento.
2. Esperar a que el inspector realice la visita.

3. Retirar la planilla de inspección y la carpeta con los documentos del establecimiento. (Para retirar estos documentos usted debe acercarse donde el inspector que realizó la visita al establecimiento).
4. Ingresar la carpeta más la planilla de inspección en las ventanillas de la Dirección Provincial de Salud de Pichincha y retirar la orden de pago de la tasa de salud (en la misma ventanilla).
5. Pagar después de 48 horas el valor de la tasa de salud. (El pago se lo hace en las agencias del Banco del Pichincha, presentando la orden de pago).
6. Entregar el comprobante de pago de la tasa de salud en las ventanillas de la Dirección Provincial de Salud y retirar el permiso de funcionamiento (en la misma ventanilla).

Lugar: Dirección Provincial de Salud de Pichincha

Tiempo de entrega: 20 días laborables

Valor del trámite: Depende de la categoría del establecimiento

PERMISO PARA LA INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Requisitos:

- ✓ Copia de la Patente Municipal actualizada.
- ✓ Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- ✓ Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- ✓ Copia de la carta de pago del impuesto predial.

- ✓ Autorización escrita del dueño del inmueble, notariada con reconocimiento de firmas.
- ✓ Informe de Regulación Metropolitana.
- ✓ Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo.
- ✓ Fotografía actual de la fachada del inmueble y croquis.
- ✓ Comprobante de pago de la tasa de publicidad exterior. (Este pago se lo realiza en las ventanillas de recaudación del Municipio).
- ✓ Formulario de solicitud para el permiso de publicidad exterior. (Este formulario se lo solicita en la ventanilla de información del Municipio y es gratuito).

Procedimiento:

- ✓ Ingresar todos los requisitos en la ventanilla de entrega y recepción de documentos del Municipio, a excepción del comprobante de pago de la tasa de publicidad exterior.
- ✓ Esperar la visita del inspector en un lapso máximo de 7 días laborables. 1Fuente: www.quito.gov.ec
- ✓ Retirar el valor de la tasa de publicidad en la ventanilla. (Este valor se lo puede retirar 8 días después de realizada la inspección en la ventanilla de entrega y recepción de documentos).
- ✓ Pagar el valor de la tasa de publicidad exterior en las ventanillas de recaudación del Municipio.
- ✓ Entregar el comprobante de pago en la ventanilla de entrega y recepción de documentos y retirar el permiso de publicidad exterior (en la misma ventanilla).

Lugar: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (MDMQ)

Tiempo de entrega: 15 días laborables

Valor del trámite: Depende de las dimensiones de la publicidad

CERTIFICADO DE DERECHOS DE PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN DE FONOGRAMAS

Hasta el año 2008 todos los establecimientos que realizan actividades turísticas en el DMQ, a excepción de transporte turístico, están en la obligación de pagar esta contribución.

Requisitos:

- ✓ Copia del RUC.

Procedimiento:

- ✓ Averiguar vía telefónica en SOPROFON el valor a cancelar, indicando la actividad y la categoría del establecimiento.
- ✓ Presentar el RUC y cancelar el valor establecido en las oficinas de SOPROFON.
- ✓ Obtener el certificado en las oficinas de SOPROFON.

Lugar: Sociedad de Productores de Fonogramas (SOPROFON)

Tiempo de entrega: 15 minutos

Valor del trámite: Depende de la actividad y categoría del establecimiento

-IESS

La empresa de artesanías que se encargará de la producción y elaboración de tarjetas de papel reciclado deberá cumplir con los documentos que especifica el IESS, para los empleados que estuvieren vinculados con la actividad así como llevar al día las obligaciones del empleador, como son pagos de sueldo y salarios, pago del décimo tercer y cuarto sueldo, vacaciones impuesto a la renta así como distribución de utilidades si existiera entre otras.

Incoterms para la exportación de las tarjetas

INCOTERMS se refiere a un grupo de términos comerciales estandarizados de 3 letras utilizado comúnmente en contratos internacionales de venta de bienes. Se usan para dividir los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

Es esencial el conocimiento de estos términos antes de importar o exportar cualquier artículo.

Estos son los INCOTERMS actualizados por la Cámara Internacional de Comercio (ICC por sus siglas en inglés) a la fecha:

EXW

El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en sus instalaciones: fábrica, almacén, etc. Todos los gastos a partir de ese momento son por cuenta del comprador.

El INCOTERM EXW se puede utilizar con cualquier tipo de transporte o con una combinación de ellos (conocido como transporte multimodal).

FAS

El vendedor entrega la mercancía en el muelle pactado del puerto de carga convenido; esto es, al lado del barco. El INCOTERM FAS es propio de mercancías de carga a granel o de carga voluminosa porque se depositan en terminales del puerto especializadas, que están situadas en el muelle.

El vendedor es responsable de las gestiones y costes de la aduana de exportación (en las versiones anteriores a INCOTERMS 2000, el comprador organizaba el despacho aduanero de exportación). El INCOTERM FAS sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

FOB

El vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte a través de un transitorio o un consignatario, pero el coste del transporte lo asume el comprador.

El INCOTERM FOB es uno de los más usados en el comercio internacional. Se debe utilizar para carga general (bidones, bobinas, contenedores, etc.) de mercancías, no utilizable para granel.

El INCOTERM FOB se utiliza exclusivamente para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

DDP

El vendedor paga todos los gastos hasta dejar la mercancía en el punto convenido en el país de destino. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor. (RH Shipping, s/f)

INCOTERMS 2012

Ilustración 40. Incoterms

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

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

	Vendedor		Comprador		Vendedor / Comprador
--	----------	--	-----------	--	----------------------

Fuente: (TERZER, 2012)

FCA

El vendedor se compromete a entregar la mercancía en un punto acordado dentro del país de origen, que pueden ser los locales de un transitorio, una estación ferroviaria (Este lugar convenido para entregar la mercancía suele estar relacionado con los espacios del transportista). Se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, la aduana en el país de origen.

El INCOTERM FCA se puede utilizar con cualquier tipo de transporte: transporte aéreo, ferroviario, por carretera y en contenedores/transporte multimodal. Sin embargo, es un INCOTERM poco usado.

CFR

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen. Se debe utilizar para carga general, que no se transporta en contenedores; tampoco es apropiado para los graneles.

El INCOTERM CFR sólo se utiliza para transporte en barco, ya sea marítimo o fluvial.

CIF

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al puerto de destino. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

Como en el INCOTERM anterior, CFR, el riesgo se transfiere al comprador en el momento que la mercancía se encuentra cargada en el buque, en el país de origen. El INCOTERM CIF es uno de los más usados en el comercio internacional porque las condiciones de un precio CIF son las que marcan el valor en aduana de un producto que se importa.² Se debe utilizar para carga general o convencional, pero no se debe utilizar cuando se transporta en contenedores.

El INCOTERM CIF se utiliza para cualquier transporte, pero sobretodo barco, ya sea marítimo o fluvial. Este incoterm es el que se utilizará para la exportación de tarjetas de papel reciclado al mercado Inglés para la presente investigación.

CPT

El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen.

El INCOTERM CPT se puede utilizar con cualquier modo de transporte incluido el transporte multimodal (combinación de diferentes tipos de transporte para llegar a destino).

CIP

El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. El riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. Aunque el seguro lo ha contratado el vendedor, el beneficiario del seguro es el comprador.

El INCOTERM CIP se puede utilizar con cualquier modo de transporte o con una combinación de ellos (transporte multimodal).

DAP

El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.

El vendedor deberá contratar el transporte hasta el lugar de destino designado o el punto acordado. Si no se llegara a acordar ningún punto, el vendedor podrá elegir el punto que mejor le convenga en el lugar de destino designado. En este término se considera que la mercancía está entregada cuando ha llegado al lugar de destino designado (incluye el punto acordado en el caso de que estuviere determinado) y preparada para su descarga está a disposición del comprador.

El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.

El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

El comprador corre con todos los riesgos y daños de la mercancía desde que la misma ha sido entregada (ha sido preparada para su descarga y a su vez se considera que está a disposición del comprador en el lugar de destino designado).

Procedimiento de exportación

¿Cómo se obtiene el Registro de Exportador?

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

Paso 1

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

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

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

Paso 2

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

- Aquí se podrá:
 1. Actualizar base de datos
 2. Crear usuario y contraseña
 3. Aceptar las políticas de uso
 4. Registrar firma electrónica

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS.

El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.

Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

Proceso de Exportación

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

Los datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ilustración 41. Gráfico Procedimiento exportaciones



Fuente: (Aduana del Ecuador, s/f)

GENERALIDADES

Firma digital

El certificado de firma electrónica es equivalente a la cédula de identidad pero en el mundo electrónico. Para que alguien pueda contraer matrimonio, sacar una cuenta bancaria, hacer préstamos o demás, este debe estar cedulaado. De igual manera en el mundo tecnológico de internet, se necesita identificar a las personas de manera inequívoca y la mejor forma de hacerlo hasta ahora ha sido a través de certificados digitales (conocidos como Certificados de Firmas Electrónica)

Para el uso en el Ecuapass, identificará a una persona que trabaja en una empresa, esta será el Operador de Comercio Exterior (OCE).

La Información necesaria para ECUAPASS:

RUC de la empresa.

Dirección de la empresa.

Nombres completos del Representante Legal.

Número de Cédula.

Número Convencional y Celular de la empresa.

Correo electrónico de contacto en la compañía.

Persona Natural

Requisitos

- Copia de Cédula o pasaporte a Color
- Copia de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores a sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad)

- Copia de la última factura de pago de luz, agua o teléfono

Persona Jurídica

Requisitos

- RUC de la empresa
- Copia de Cédula o pasaporte a Color
- Copia de Papeleta de votación actualizada, (exceptuando a personas mayores a sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad)
- Copia del nombramiento

CAPITULO VI

6.1 VIABILIDAD DE LA PROPUESTA

-Estudio financiero

Teniendo en cuenta la información planteada en el estudio técnico sobre el proceso de producción y la organización de la empresa, se plantea el siguiente presupuesto de inversiones fijas.

Tabla 18. Presupuesto de inversiones

INVERSIÓN	TOTAL USD.
Activos Fijos	60.502,32
Activos Diferidos	1.760,00
Capital de Trabajo	33.082,79
Inversión Total	95.345,11

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 19. INVERSION.FIJA

COSTO	TOTAL USD.
Vehículo	47.909,40
Maquinaria y Equipo	9.486,00
Utensilios y Accesorios	336,60
Equipos de Computación	1.754,40
Equipos de Oficina	373,32
Muebles y Enseres	642,60
TOTAL ACTIVOS FIJOS	60.502,32

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

-Inversiones en activos diferidos.

Las inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para el inicio de la producción de papel reciclado por parte de la empresa

Tabla 20.Activo Diferido

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS.

CONCEPTO	VALOR TOTAL USD.
Gasto puesta en marcha	450,00
Gasto de Organización	885,00
Gasto de patentes	425,00
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	1.760,00

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

-Capital de trabajo

La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal de la empresa. En otras palabras es el capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar la empresa, esto es financiar la producción y exportación de tarjetas de papel reciclado antes de percibir ingresos.

Los rubros que han sido tomados en cuenta para el capital de trabajo, el mismo que se resume en el siguiente cuadro son:

Tabla 21. Capital de Trabajo

CONCEPTO	VALOR MENSUAL USD.
COSTOS DIRECTOS	
Compras y Materia Prima	2.295,00
Materiales Directos goma tijera etiqueta	14.280,00
Mano de Obra Directa artesanos	2.257,95
TOTAL	18.832,95
COSTOS INDIRECTOS	
Mano de Obra Indirecta embalaje	459,00
Insumos funda plásticas,	335,57
Mantenimiento de vehículo, computo	235,06
Gastos Administrativos nominas sueldos	4.956,26
Gasto de Ventas publicidades	7.895,64
Seguro vehículo empresa	368,32
TOTAL	14.249,84
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	33.082,79

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

-Estado de fuentes y de usos.

El estado fuentes y usos se ha convertido en una gran herramienta para quien se encarga de las finanzas debido a que da luces sobre la “Empresa de Artesanías”, al igual que da información sobre la obtención de los recursos necesarios para el crecimiento de los activos.

-Inversiones en activos diferidos.

Las inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para el inicio de la producción de tarjetas con papel reciclado por parte de la empresa.

Tabla 17.Estado de Fuentes y Usos de la Empresa

ESTADO DE FUENTES Y DE USOS.

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS TERCEROS	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	60,502.32	63.46%	52.44%	49,998.98	11.01%	10,496.86
Activos Diferidos	1,760.00	1.85%	1.05%	1,001.12	0.80%	764.17
Capital de Trabajo	33,082.80	34.70%	20.98%	20,003.41	13.72%	13,080.58
Inversión Total	95,345.12	100.00%	74.47%	71,003.51	25.53%	24,341.60

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

6.2 FLUJO DE CAJA ANUAL Y MENSUAL

El propósito del flujo de caja presupuestado es el de mostrar de donde provendrán los ingresos y como se usarán esos fondos. El flujo de caja solo indica si la empresa genera suficiente dinero en efectivo para hacer frente a todas las necesidades de efectivo de la actividad empresarial.

Tabla 23.AMORTIZACION

TABLA DE AMORTIZACIÓN.

PERIODO	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				24,341.60
1	1,976.88	1,106.88	3,083.77	22,368.23
2	2,066.76	1,017.00	3,083.77	20,301.47
3	2,160.73	923.03	3,083.77	18,140.74
4	2,258.97	824.79	3,083.77	15,881.77
5	2,361.68	722.09	3,083.77	13,520.09
6	2,469.06	614.71	3,083.77	11,051.03
7	2,581.32	502.45	3,083.77	8,469.71
8	2,698.68	385.09	3,083.77	5,771.03
9	2,821.38	262.39	3,083.77	2,949.66
10	2,949.66	134.11	3,083.77	0

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 24. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA DE LA EMPRESA										
Años	Utilidad Neta	Depreciación y Amortización (+)	Capital de trabajo (+)	Valor Residual (+)	Inversión (-)	Préstamo (+)	Amortización (-)	Participación e impuestos (-)	Repartición Utilidades (-)	Flujo de efectivo (=)
0					-	24,341.60				-
1	29,742.89	11,602.53			95,345.11		4,043.64			71,003.51
2	33,159.94	11,602.53					4,419.70			37,301.78
3	36,883.27	11,602.53					4,830.74			40,342.77
4	40,940.96	11,602.53					5,280.00			43,655.06
5	45,364.76	11,602.53					5,771.04			47,263.49
										51,196.25

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

6.3 FLUJO DE INVERSION (TIR Y VAN)

-Valor Actual Neto (VAN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en ese momento a tiempo cero. Es claro que para aceptar un proyecto las ganancias deberán ser mayores que los desembolsos, lo cual dará como resultado que el VAN sea mayor que cero. (iteso)

Tabla 25. VAN del Proyecto

VALOR ACTUAL NETO EMPRESA		
USD.		
AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO
0	-71,003.51	-71,003.51
1	37,301.78	30,649.44
2	40,260.02	27,180.67
3	43,481.25	24,120.22
4	46,989.52	21,417.72
5	50,812.10	19,029.72
TOTAL (VAN)		51,394.25

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Se le llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad en el interior de la empresa por medio de la reinversión”. (Universidad nacional de Colombia, s/f)

Tabla 26. TIR del Inversionista

TIR			
Financiero =	50.55%	Económico =	21.53%

TASAS

0.18	0.23
------	------

CUADRO DE TASA INTERNA DE RETORNO			
INVERSIONISTA			
AÑOS	FLUJO	TASA	TASA
	EFFECTIVO	MENOR 18%	MAYOR 23%
0	-71,003.51	-71,003.51	-71,003.51
1	37,301.78	-31,611.68	30,326.65
2	40,260.02	-34,118.66	32,731.72
3	43,481.25	-36,848.52	35,350.61
4	46,989.52	-39,821.63	38,202.86
5	50,812.10	-43,061.10	41,310.65
		-256,465.10	106,918.99

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 27. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
AÑOS	FLUJO	FLUJO	FLUJO
	EFFECTIVO	ACTUALIZADO	ACUMULADO
0	-71003.51	-71003.51	-71003.51
1	37301.77763	30649.44217	-40354.0678
2	40342.77468	27236.53501	-13117.5328
3	43655.06144	24216.63196	11099.0991
4	47263.49364	21542.59439	32641.6935
5	51196.24926	19173.58727	51815.2808

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 28.COSTOS DE PRODUCCION PARA EL AÑO 1.

COSTOS DE PRODUCCION PARA EL AÑO 1.

RUBROS	COSTOS	
	FIJOS	VARIABLES
Compras y Materia Prima		27540
Materiales Directos		171360
Mano de Obra Directa		27095.41
Mano de Obra Indirecta	5508	
Insumos		4026.84
Depreciación Costo	982.26	
Reparación y Mantenimiento	2820.77	
Seguros	4419.78	
Subtotales	13730.81	230022.25
Total de Costo de Producción	243753.06	
Gastos Administrativos	59475	
Gastos Financieros	6492.55	
Gastos de Ventas	94747.65	
Depreciación Gasto	10268.27	
Amortización	352	
Subtotales	171335.47	
Costo Total	415088.53	
Unidades Vendidas	115000	
Costo Unitario	3.61	

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

6.4 ESTADO DE RESULTADOS

Una vez que se dispone de la información necesaria se procede a estructurar el estado de resultados proyectado, el cual es importante porque representa un detalle ordenado de los ingresos y egresos, con el fin de establecer la utilidad resultante en un período determinado. Lo que demuestra el grado de eficiencia en la administración de los recursos disponibles para la producción de tarjetas de papel reciclado.

Tabla 29. Estado de Resultados Proyectados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
AÑOS: 2013-2017					
EN DÓLARES					
RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas Netas	456550	497639.5	542425.07	591240.19	644450.1
- Costo de Producción	243753.06	265602.432	289418.247	315377.486	343673.057
= UTILIDAD BRUTA	212796.94	232037.068	253006.823	275862.704	300777.043
- Gastos de Administración	59475	64827.75	70662.2475	77021.8498	83953.8163
- Gastos de Ventas	94747.65	103274.939	112569.683	122700.954	133744.04
- Depreciación	10268.27	10268.27	10268.27	10268.27	10268.27
- Amortización	352	352	352	352	352
= UTILIDAD OPERACIONAL	47954.02	53314.1095	59154.6221	65519.6294	72458.9167
- Gastos de exportacion	1298.51	1428.32	1571.152	1728.267	1901.094
= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN	46655.51	51885.7895	57583.4701	63791.3624	70557.8227
- 15% de Participación Trabajadores	6998.3265	7782.86842	8637.52051	9568.70437	10583.6734
= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS	39657.1835	44102.9211	48945.9495	54222.6581	59974.1493
- 25% Impuesto a la Renta	9914.29588	11025.7303	12236.4874	13555.6645	14993.5373
= UTILIDAD NETA	29742.8876	33077.1908	36709.4622	40666.9936	44980.612

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 30. PUNTO DE EQUILIBRIO

ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO							
EN DÓLARES							
AÑOS	Ventas	Gastos	Costos	Costos	Unidades	Precio de vta.	Pto. Equilibrio
	Totales	Fijos	Fijos	VARIABLES	Producidas	unitario	CF+GF/(Pu-CVu)
1	456550	171335.47	13730.81	230022.25	115000	3.97	93951.50
2	497639.5	185215.51	14878.1795	250724.25	125350	3.97	101580.38
3	542425.07	200344.75	16128.8123	273289.44	136631	3.97	109896.26
4	591240.19	216835.62	17492.002	297885.48	148927	3.97	118960.80
5	644450.1	234810.68	18977.8787	324695.18	162330	3.97	128840.85

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

El punto de equilibrio determina cuanto se debe vender en dólares y en unidades siendo para el primer año 115000 unidades a 3,97 dólares cada una lo que nos da un resultado de 93.951,50 dólares para que la empresa no gane ni pierda.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: TASAS MENORES

tm	0,15
TM	0,18
VAN tm	-242.322,92
VAN TM	95.967,25

tm	0,14
TM	0,19
VAN tm	-243.825,75
VAN TM	94.564,17

ANALISIS DE SENSIBILIDAD: TASAS MAYORES

tm	0,22
TM	0,28
VAN tm	-232.492,92
VAN TM	82.922,94

tm	0,25
TM	0,3
VAN tm	-228.617,09
VAN TM	80.554,89

7. CONCLUSIONES

1. La elaboración, producción y comercialización de tarjetas de papel reciclado en forma artesanal aporta sustancialmente a la protección del medio ambiente. El uso de materiales de desecho es factible para la elaboración de nuevos productos.
2. La empresa de tarjetas de papel reciclado destinadas a elaborar es factible de implementarse dentro del país por cuanto el estudio del campo demuestra que el producto propuesto tiene amplia aceptación por parte del consumidor en el mercado inglés.
3. La producción y exportación de las tarjetas a base de papel reciclado es una buena alternativa para generar altos réditos económicos por cuanto puede constituirse en una fuente sustentable de ingreso de divisas por exportaciones.
4. Es importante estar informados sobre las Leyes, Reglas y Reglamentos vigentes en el país importador como en el país exportador a fin de evitar que el proceso de comercialización sufra demoras.
5. El proyecto es viable desde el punto de vista financiero, ya que los indicadores obtenidos, reflejan que el proyecto está en capacidad de retornar la inversión en menos de un año y las ganancias que la empresa obtiene son significativas.

8. RECOMENDACIONES

1. Es necesario incentivar a los artesanos ecuatorianos y a la sociedad en común a la producción de tarjetas de papel reciclado, como una nueva alternativa en el mercado internacional.
2. Se debe seleccionar una buena materia prima para que los productos sean de mejor calidad, y al mismo tiempo promover campañas de preservación de los recursos naturales, disminuyendo la contaminación ecológica.
3. Es necesario promover la creatividad para competir en el mercado con productos de similares características. Los estándares de calidad con los que trabajan las empresas productoras en el Ecuador deben ir evolucionando de acuerdo a las normas exigidas por los mercados externos, con el fin de cumplir con sus requerimientos de calidad del producto y de esta manera incrementar los volúmenes de exportación.
4. Es importante cumplir con las indicaciones que el país importador solicite en lo referente al envase, empaque o embalaje que el producto a exportarse debe tener, con el fin de evitar complicaciones en el momento de la comercialización al mercado Inglés.

5. La empresa debe trabajar con las mejores estrategias de marketing, para lograr posesionar y mantener el producto en el mercado, principalmente ofreciendo un producto a precios accesibles y con alto nivel de calidad enfocado al mercado Inglés.

9. BIBLIOGRAFÍA

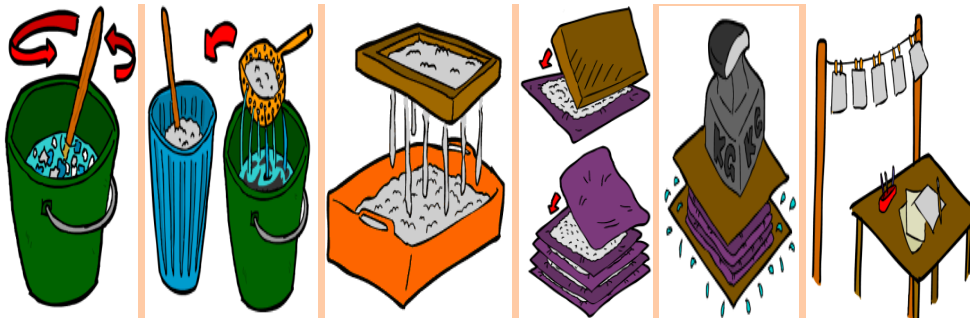
- Aduana del Ecuador. (s/f). Recuperado el 02 de 2013, de <http://www.aduana.gob.ec/index.action>
- Baca, & Urbina. (2002). *Evaluación de proyectos de inversión*. México: Ed. McGraw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (2012). Recuperado el 02 de 2013, de <http://www.bce.fin.ec>
- Barreno, L. (2004). *Manual de formulación y evaluación de proyectos, Primera Edición*. Quito.
- Borrero, J. (2008). *Marketing Estratégico. Págs. 124-125*. Editorial San Marcos.
- Burgwal, G., & Cuéllar, J. (1999). *Planificación estratégica y operativa aplicada a gobiernos locales*. ABYA YALA.
- Camacho, H., Cámara, L., Cascante, R., & Sainz, H. (2001). *El enfoque del marco lógico: 10 casos prácticos*. Madrid: CIDEAL-ADC.
- Córdoba, & Padilla. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Madrid: ECOE EDICIONES.
- CORPEI. (2012). *Guía para exportar a Europa*. Ecuador.
- CORPEI. (2012). Proyecto CORPEI-CBI. Expansión de la oferta exportable del Ecuador. Ecuador.
- CORPEI. (s/f). Recuperado el 16 de 01 de 2013, de <http://www.ecuadorexporta.org>
- Daniels, J., & L, H. (2004). *Negocios internacionales*. Prentice Hall.
- Enríquez, J. (2008). *Transporte Internacional de Mercancías. Pág. 13*.
- Erossa, V. (2004). *Proyectos de Inversión en Ingeniería*. México: Ed. Limusa.
- Estrada, R., & Estrada, P. (2003). *Lo que se debe conocer para exportar*. Quito-Ecuador.

- Franco, J., & Játiva, L. (2006). *Estudio del Sector Artesanal del Ecuador*. Quito.
- Gómez, M., & Cámara, L. (2003). *Orientaciones para la aplicación del enfoque del marco lógico. Errores frecuentes y sugerencias para evitarlos* . Madrid: CIDEAL-ADC.
- Gómez, M., & Sainz, H. (2003). *El ciclo del proyecto de cooperación al desarrollo: la aplicación del marco lógico. segunda edición ampliada* . Madrid: CIDEAL-ADC.
- González, G. (2007). *Artesanías de España. Pág.345*. Madrid.
- Hargadon, B. (1976). *Principios de Contabilidad*. Colombia: Editorial Norma.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (s/f). Recuperado el 22 de 01 de 2013, de <http://www.inec.gob.ec/home/>
- Jácome, W. (2005). *Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos, y de inversión*. Ibarra, Ecuador: Edit.Universitaria.
- Junta Nacional de Defensa del Artesano. (s/f). Recuperado el 12 de 10 de 2012, de <http://www.jnda.gob.ec/>
- *Manualidades Con Flores Secas Y Prensadas*. (s/f). Recuperado el 11 de 2012, de <http://www.manualidadesybellasartes.com/flores.html>
- MIRANDA, J. (2005). *Gestión de proyectos*. MMEDITORES.
- O'Neal, C., & Bertrand, K. (2002). *Marketing justo a tiempo* . Colombia: Ed. Norma.
- Ortigón, E., Pacheco, J., & Prieto, A. (2005). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. INSTITUTO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL (ILPES) . Santiago de Chile.
- PÉREZ, B., ABAD, A., CARRILLO, E., CUENCA, E., CANTERO, P., & VIEUX, S. (2000). *Desarrollo local: Manual de uso* . Sevilla: ESIC EDITORIAL.

- Pérez, C. (1996). *La aventura de la investigación científica*. Ecuador: Edit. Planeta.
- Porter, M. (1990). *Estrategia competitiva*. México: Ed. CECSA.
- Ramírez, C. (1993). *Gestión Administrativa*. México: Editorial Trillas.
- San Ramón. (23 de 10 de 2007). Recuperado el 12 de 2012, de <http://taladearboles.foroactivo.com/t3-3-que-es-el-papel-100-reciclado-y-ecologicoagentes>
- Sapag, N. (S/f). *Preparación y evaluación de proyectos*.
- Sarmiento, R. (2000). *Contabilidad General. Quinta Edición*. Quito, Ecuador.
- Seglin, J. (1995). *.Curso de Mercadotecnia*. México: McGraw Hill.
- Stanton, W. (2007). *Fundamentos de Marketing* . México: McGraw Hill.
- UD-NORAD. (1998). *El Enfoque del Marco Lógico: Manual para la planificación de proyectos orientada mediante objetivos*. Madrid: IUDC.
- V, A. (2001). *Manual de Gestión del Ciclo de Proyecto.COMISIÓN EUROPEA-EUROPE AID*.
- WESTON, J. (1994). *Fundamentos de Administración Financiera.Cuarta Edición*. México: McGraw-Hil.

10. ANEXOS

Cómo Hacer Papel Reciclado



- Primeramente cortamos las hojas de papel y los diarios a trocitos pequeños.
- Echamos todos los trocitos dentro del cubo de agua y lo dejamos en remojo medio día.
- Para facilitar que los trozos de papel se vayan deshaciendo removemos el agua con la cuchara de vez en cuando.
- Utilizando el colador vamos cogiendo la pasta de papel y la vertemos en la jarra.
- Una vez hemos separado la mezcla pastosa de papel del agua sucia y la hemos vertido en la jarra, cogemos la cuchara (en caso de practicarlo con niños) o la exprimidor y molemos aun más la mezcla.
- Cuando más fina sea la mezcla obtendremos un papel de menor grano y más fácil será escribir en él.
- Ahora vertemos todo el contenido de la jarra en la cubeta con agua.
- Ya estamos preparados para crear papel.
- Sumerge el marco en el interior de la cubeta y súbelo otra vez distribuyendo uniformemente la mezcla de papel sobre la rejilla.
- Ve removiendo de vez en cuando el interior de la cubeta con la cuchara para homogeneizar el líquido.
- Escurrida toda el agua de la pasta del marco volcamos la rejilla sobre un trozo de tela.
- Cubrimos la película de pasta de papel que hemos situado sobre el trozo de tela con otro trozo de tela.

- Volvemos a sumergir el marco en la cubeta y volcamos su contenido escurrido sobre el trozo de tela anterior. Al acabar cubrimos la pila con otro trozo de tela.
 - Repetimos estos pasos hasta obtener una pila de 10 o 12 láminas de mezcla de papel.
-
- Situamos entre las dos tablas de madera la pila anterior y la comprimimos aplicando peso sobre la nueva pila- podemos situar unos cuantos libros gordos encima de la tabla.
 - Cuando se ha haya escurrido todo el agua de la pila quitamos la primera tabla y separamos las láminas de mezcla de papel de los trozos de tela con mucho cuidado.
 - Dejamos secar las láminas en un lugar seco y caluroso durante un día completo.
 - Tendremos nuestras hojas de papel reciclado listas para ser dibujadas nuevamente.
 - Crea una gran variedad de tipos de papel utilizando diferentes hojas viejas, mezclando la pasta con colorantes, añadiendo semillas o restos de flores.
- ¡El límite está en tu imaginación!

Tabla 6.14 Vehículo

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Camionetas NHR 2000	Unidad	2	23.485,00	46.970,00
SUBTOTAL				46.970,00
2% Imprevistos				939,40
TOTAL				47.909,40

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 6.15 EQUIPOS DE**COMPUTACIÓN.**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computadora de escritorio	Unidad	1	700,00	700,00
Impresora multifunción	Unidad	1	120,00	120,00
Computadora Lapto	Unidad	1	900,00	900,00
SUBTOTAL				1.720,00
2% Imprevistos				34,40
TOTAL				1.754,40

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 6.16 EQUIPOS DE OFICINA.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono	Unidad	1	30,00	30,00
Fax	Unidad	1	160,00	160,00
Sumadora	Unidad	2	65,00	130,00
Calculadora	Unidad	2	13,00	26,00
Grapadora	Unidad	2	5,00	10,00
Perforadora	Unidad	2	5,00	10,00
SUBTOTAL				366,00
2% Imprevistos				7,32
TOTAL				373,32

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 6.17 MUEBLES Y ENSERES.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	Unidad	2	120,00	240,00
Silla giratoria	Unidad	2	65,00	130,00
Sillas	Unidad	4	25,00	100,00
Archivador	Unidad	2	80,00	160,00
SUBTOTAL				630,00
2% Imprevistos				12,60
TOTAL				642,60

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 6.18 REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO.

CONCEPTO	INVERSIÓN TOTAL	PORCENTAJE ANUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Vehículo	47.909,40	5%	199,62	2.395,47
Maquinaria y Equipos	9.486,00	3%	23,72	284,58
Construcción	0,00	1%	0,00	0,00
Equipos de computación	1.754,40	4%	5,85	70,18
Equipos de oficina	373,32	1,5%	0,47	5,60
Muebles y Enseres	642,60	1,5%	0,80	9,64
Subtotal			230,46	2.765,46
2% Imprevistos			4,61	55,31
TOTAL			235,06	2.820,77

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 6.19 SEGUROS.

CONCEPTO	VALOR INICIAL	COSTO PRIMA	SEGURO MENSUAL	SEGURO ANUAL
Vehículo	47.909,40	5,00%	173,26	2.079,17
Maquinaria y Equipos	9.486,00	6,00%	163,36	1.960,36
Utensilios y Accesorios	336,60	3,00%	3,29	39,42
Equipos de Computación	1.754,40	4,50%	18,33	220,01
Equipo de Oficina	373,32	2,00%	4,89	58,69
Muebles y Enseres	642,60	2,00%	5,18	62,14
TOTAL			368,32	4.419,78

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 6.20 GASTOS**ADMINISTRATIVOS.**

GASTOS PERSONALES	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Propietario - Gerente	1	1.670,70	10.024,20	20.048,40
Secretaria	1	487,29	2.923,73	5.847,45
Contador	1	974,58	5.847,45	11.694,90
Chofer	1	626,51	3.759,08	7.518,15
	0	0,00	0,00	0,00
TOTAL PERSONAL		3.759,08	22.554,45	45.108,90
GASTOS GENERALES				
Suministros de Oficina	1	100,00	600,00	1.200,00
Arriendo	1	1.000,00	6.000,00	12.000,00
TOTAL GENERAL		1.100,00	6.600,00	13.200,00
2% Imprevistos		97,18	583,09	1.166,18
TOTAL		4.956,26	29.737,54	59.475,08

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 6.21 GASTOS DE VENTAS.

GASTOS	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
GASTOS PERSONALES				
Jefe de Ventas	1	835,35	5.012,10	10.024,20
Operarios	2	885,47	5.312,83	10.625,65
Total Personal		1.720,82	10.324,93	20.649,85
GASTOS GENERALES				
Promoción	1 set	1.800,00	10.800,00	21.600,00
Propaganda	1 set	4.000,00	24.000,00	48.000,00
	0	0,00	0,00	0,00
Total Generales		5.800,00	34.800,00	69.600,00
GASTOS DE DISTRIBUCION				
Gasolina	galones	220,00	1.320,00	2.640,00
Total Gastos Distribucion		220,00	1.320,00	2.640,00
Subtotal		7.740,82	46.444,93	92.889,85
2% Imprevistos		154,82	928,90	1.857,80
TOTAL GASTOS VENTAS		7.895,64	47.373,82	94.747,65

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 6.22 DEPRECIACIÓN DE LOS**ACTIVOS FIJOS.**

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
DEPRECIACION COSTO:				
Maquinaria y Equipos	9.486,00	10,00%	10	948,60
Utensilios y Accesorios	336,60	10,00%	10	33,66
Total Depreciacion Costo				982,26
DEPRECIACION GASTO:				
Vehículos	47.909,40	20,00%	5	9.581,88
Equipos de Computación	1.754,40	33,33%	3	584,80
Equipo de Oficina	373,32	10,00%	10	37,33
Muebles y Enseres	642,60	10,00%	10	64,26
Total Depreciacion Gasto				10.268,27
TOTAL				11.250,53

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

Tabla 6.25 GASTOS FINANCIEROS.

PERIODO	INTERÉS
0	
1	1.106,88
2	1.017,00
3	923,03
4	824,79
5	722,09
6	614,71
7	502,45
8	385,09
9	262,39
10	134,11
	6.492,55

Fuente: Estudio Financiero

Autor: Lourdes López

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRAFICO DE TESIS**

ESCUELA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO: Ingeniería en Negocios Internacionales

AUTOR: Lourdes Adriana López Rodríguez

DIRECTOR: Ec. Galo Paz y Miño

ENTIDAD QUE AUSPICIO LA TESIS

FINANCIAMIENTO: SI NO: PREPAGADO: POSGRADO:

FECHA DE ENTREGA DE TESIS:

GRADO ACADEMICO OBTENIDO: Ingeniería en Negocios Internacionales

No. Págs.: 138

No. Ref. Bibliográfica: 15

No. Anexos: 12

No. Planos: 0

RESUMEN:

En resumen lo que se trata con este proyecto de inversión es dar a conocer que en el país se puede desarrollar proyectos de inversión los mismos que son rentables en el caso específico exportar a Inglaterra constituye una verdadera manera de llegar a nuevos mercados con productos diferenciados como son las artesanías realizadas con papel reciclado conociéndose que el crecimiento económico se da por nuevos desarrollos y emprendimientos, la empresa que se creará para comercializar y exportar pretende realizar la mayor parte de sus procesos de forma manual; las principales materias primarias para la elaboración de los productos son materiales de desecho; los artículos terminados tendrán diferentes texturas (hilos, desechos de coco, de plantas, de tallos y de flores secas), fragancias, tamaños, colores y acabados, el decorado se lo hará con flores secas, pintadas a mano o con impresión a tinta. Para el modelo de exportación propuesto se utilizará un canal sencillo de distribución indirecta para los productos, los mismos que se venderán tanto nacional como internacionalmente. Se dará a conocer también los productos por medio de campañas publicitarias en los puntos de venta y en medios de comunicación mediante el desarrollo de un verdadero plan de marketing respetando los reglamentos y leyes arancelarias tanto internas como al país que se exportará en este caso Inglaterra.

El proyecto persigue comprar el papel reciclado, para luego diseñarlos que productos artesanales los cuales pueden ser comercializados a nivel internacional específicamente en el Mercado Inglés. Para el desarrollo se tomará cuenta el sector comercial de la ciudad de Guayaquil con el tiempo se irá extendiendo a las demás provincias proporcionando capacitaciones a pequeños o grandes empresas. A nivel del mercado Inglés se trata de exportar un producto diferenciado y que es muy apetecido por los consumidores europeos.

Con este proyecto además en el aspecto social se pretende mejorar el nivel de vida de las personas que están en el desempleo brindando un nuevo medio de ganarse la vida lo que repercutirá a nivel económico en el país.

Palabras Claves: Inversión, comercialización, exportación, reciclaje, mercado, producto, manual, distribución.

Materia principal: Legislación Aduanera

Materia secundaria: Marketing

SUMMARY:

In short what is this investment project is to show that the country can develop the same investment projects that are profitable in the specific case export to England is a real way to reach new markets with differentiated products as are handicrafts made from recycled paper knowing that economic growth is given by new developments and ventures, the company that will be created for export market and seeks to make the most of their processes manually, the principal primary materials for the manufacture of the products are waste materials, finished goods will have different textures (wire, coconut waste, plants, stems and dried flowers), fragrances, sizes, colors and finishes, the set is will do with dried flowers, hand painted or print in ink. To export the model proposed will use an indirect distribution channel for simple products, the same will be sold both domestically and internationally.

They will also know the products through advertising campaigns outlets and media through the development of a true marketing plan respecting the tariff laws and regulations both internal to the country to be exported in this case England.

The project aims to buy recycled paper, and then designing crafts that which can be traded internationally specifically in the English Market. For development we will consider the commercial sector of the city of Guayaquil eventually be extended to other provinces providing training to small and large companies. At the market level English it comes to exporting a differentiated product that is very appreciated by European consumers.


With this project in addition to the social aspect is to improve the standard of living of the people on unemployment by providing a new means of making a living at what economic impact in the country.

KEYS WORDS: Investment, export, recycled, market, distribution, standard, products, development.

FIRMAS:



DIRECTOR



GRADUADO

NOTA: