

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

“Tema: Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montúfar-San Gabriel.””

Trabajo de titulación de grado previa a la
obtención del título de Ingeniera en Comercio
Exterior y Negociación Comercial Internacional

AUTOR: Diana Cristina Yar Carvajal

ASESORA: MSc. Beatriz Realpe

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2016

CERTIFICADO.

Certifico que la estudiante Diana Cristina Yar Carvajal con el número de cédula 0401674080 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel.””.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Msc. Beatriz Realpe

Tulcán, 10 de agosto de 2016

AUTORÍA DE TRABAJO.

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Diana Cristina Yar Carvajal con cédula de identidad número 0401674080 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....

Diana Cristina Yar Carvajal

Tulcán, 10 de agosto de 2016

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Diana Cristina Yar Carvajal, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 10 de agosto de 2016

Diana Cristina Yar Carvajal
CI 0401674080

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a Dios y a todas las personas que en su momento fueron una guía durante mi proceso estudiantil.

A mis padres por ser el pilar fundamental dentro de mi vida, por su apoyo incondicional, por sus consejos y motivación durante mi carrera y a mis hermanos por darme la fuerza para salir adelante y obtener mi título profesional.

A mi tutora de tesis MSc. Beatriz Realpe, por brindarme su conocimiento, preocupación, comprensión y dedicación incondicional al momento de revisar los avances de mi tesis, y consejos enriquecedores para el desarrollo del proyecto.

Al MSc. Edison Caza que con sus conocimientos, su amplia experiencia y su constante motivación han sido mi guía para la elaboración y culminación de la tesis.

Y por último a mis amigos, por tantas experiencias compartidas, por su amistad, consejos, ánimo y compañía en el transcurso de la culminación de mi tesis.

DEDICATORIA.

A Dios, por guiarme siempre y acompañarme en cada instante de mi vida por brindarme la sabiduría y el entendimiento durante mi vida estudiantil y personal, y sobre todo por concederme la felicidad de culminar una meta más en mi vida

Con mucho amor y cariño para mi madre por ser mi fuente de inspiración para llegar a conseguir esta meta y que vio en mí una persona capaz de alcanzar sus objetivos, luchadora y responsable para llegar a ser una buena profesional, ya que con su cariño, su apoyo incondicional, palabras de aliento me permitieron salir adelante.

ÍNDICE

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO.	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.	iii
AGRADECIMIENTO.	iv
DEDICATORIA.	v
RESUMEN EJECUTIVO.	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN.....	xxi
CAPÍTULO I.....	- 1 -
I. EL PROBLEMA.....	- 1 -
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 1 -
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	- 4 -
1.3 DELIMITACIÓN.	- 4 -
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	- 4 -
1.5. OBJETIVOS.....	- 7 -
CAPÍTULO 2.....	- 8 -
II. MARCO TEÓRICO.	- 8 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 8 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 12 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	- 15 -
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL.....	- 16 -
2.5 Alternativa Comercial.....	- 22 -
2.5.1 Exportación.....	- 22 -
2.5.1.1 Exportación Indirecta.....	- 22 -
2.5.1.1.1 Los intermediarios independientes pueden ser.....	- 23 -
2.5.1.1.2 Las Trading Company.....	- 23 -
2.5.1.2 Exportación Directa.....	- 23 -
2.5.1.2.1 Venta directa desde el país de origen.....	- 24 -
2.5.1.2.2 Implantación en el país destino.....	- 25 -
2.5.1.2.3 Utilización de un agente.....	- 25 -
2.5.1.2.4 Utilización de un distribuidor.....	- 26 -
2.5.1.3 La Exportación Concertada.....	- 27 -
2.5.2 Demanda.....	- 28 -
2.5.3 Oferta.....	- 28 -
2.5.4 Competencia.....	- 28 -
2.5.5 Mercado.....	- 28 -
2.5.6 Estrategia.....	- 29 -
2.6 Internacionalización.....	- 29 -
2.6.1 Razones de la Internacionalización:.....	- 29 -
2.6.2 Proceso de entrada a la internacionalización.....	- 30 -
2.6.2.1 Dilemas estratégicos.....	- 30 -
2.6.2.1.1 ¿En qué mercado entrar?.....	- 30 -
2.6.2.1.3 ¿Con que tipo de Organización?.....	- 31 -
2.6.2.2 Ventajas y Obstáculos de la Internacionalización.....	- 32 -
2.6.3 Producto.....	- 33 -
2.6.4 Estudio de Mercado.....	- 33 -

2.6.5 Productividad	- 34 -
2.7. IDEA A DEFENDER.	- 35 -
2.8. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.	- 35 -
CAPÍTULO 3	- 36 -
III. MARCO METODOLÓGICO.	- 36 -
3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 36 -
3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	- 37 -
3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	- 37 -
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.	- 39 -
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	- 40 -
3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	- 45 -
3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 45 -
3.8 Estudio de Mercado	- 48 -
3.8.1.1 Análisis Situacional	- 49 -
3.8.1.1.1 Factores Externos	- 49 -
3.8.1.1.1.1 Factores Socioeconómicos	- 49 -
3.8.1.1.1.2 Factores Políticos.....	- 56 -
3.8.1.1.1.3 Factores Legales	- 59 -
3.8.1.1.1.4 Factores Demográficos	- 61 -
3.8.1.1.1.5 Factores Culturales	- 66 -
3.8.1.1.1.6 Factores Tecnológicos	- 70 -
3.8.1.1.1.7 Análisis POAM	- 73 -
3.9 Análisis Situacional Estados Unidos	- 75 -
3.9.1 Perfil del Consumidor de Estados Unidos.....	- 75 -
3.9.2 Canales de Distribución	- 76 -
3.9.3 Definición del Mercado.....	- 77 -
3.9.3.1 Salario Básico en Estados Unidos	- 78 -
3.9.3.2 Gustos y Preferencias.....	- 78 -
3.9.3.3 Precios Internacionales.....	- 78 -
3.9.3.4 Principales Competidores	- 79 -
3.9.3.5 Exportaciones de Estados Unidos de América	- 82 -
3.9.3.6 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por estados unidos de américa	- 83 -
3.9.3.7 Tendencias y comportamiento de consumo.....	- 83 -
3.10 Diagnóstico Situacional. Ecuador	- 84 -
3.10.1 Análisis Situacional del Ecuador	- 85 -
3.10.1.1 Factores Socio-Económicos	- 85 -
3.10.1.2 Balanza Comercial Ecuador-Estados Unidos	- 87 -
3.10.1.3 Factores Políticos-Legales.....	- 88 -
3.10.1.3.1 Barreras arancelarias.....	- 89 -
3.10.1.3.2 Barreras no arancelarias.....	- 90 -
3.10.1.3.3 Acuerdos Comerciales de Ecuador.....	- 90 -
3.10.1.4 Tecnología del Ecuador	- 92 -
3.10.1.5 El Producto	- 94 -
3.10.1.6 Análisis FODA de la Asociación "Tusa Gabal"	- 96 -
3.10.1.7 Proyecciones del estudio	- 99 -

3.10.6. Validación de la idea a defender.....	- 103 -
CAPÍTULO 4.....	- 105 -
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 105 -
4.1. CONCLUSIONES.....	- 105 -
4.2. RECOMENDACIONES.....	- 107 -
CAPÍTULO 5.....	- 109 -
V. PROPUESTA.....	- 109 -
5.1. TÍTULO.....	- 109 -
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	- 109 -
5.3. JUSTIFICACIÓN.....	- 110 -
5.4. OBJETIVOS.....	- 111 -
5.5 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 111 -
5.5.1 Oferta efectiva.....	- 113 -
5.5.1.1 Oferta Ecuador.....	- 113 -
5.5.1.2 Descripción del producto.....	- 113 -
5.5.1.3 Precio de la oferta sobre el producto	- 117 -
5.5.1.4 Temporada de producción	- 118 -
5.5.1.5 Formas de Comercialización.....	- 119 -
5.5.2 Demanda de Estados Unidos	- 120 -
5.5.2.2 Frecuencia de Consumo	- 120 -
5.6 Estudio Técnico	- 120 -
5.6.1 Macro Localización	- 121 -
5.6.2 Micro Localización.....	- 121 -
5.6.3 Nombre de la Empresa:	- 122 -
5.6.3.1 Slogan.....	- 122 -
5.6.3.2 Logotipo	- 122 -
5.6.3.3 Organigrama Organizacional de la Asociación “Tusa Gabal”	- 123 -
5.6.3.4 Determinación de la Organización de la Asociación “Tusa Gabal” ..	- 126 -
5.6.3.4.1 Determinación de Mano de Obra	- 126 -
5.6.3.4.2 Requerimiento de Activos Fijos.....	- 126 -
5.6.3.5 Diseño de la Planta de la Asociación “Tusa Gabal”	- 128 -
5.6.3.6 Modelo Operativo de la Propuesta.....	- 129 -
5.6.4 Negociación Internacional.....	- 130 -
5.6.5 Distribución Física Internacional	- 130 -
5.6.6 Mecanismo de comercialización	- 132 -
5.6.6.1 Datos básicos del producto	- 132 -
5.6.6.2 Cálculo de cubicaje.....	- 133 -
5.6.6.3 Logística de exportación	- 135 -
5.6.6.3.1 Requisitos de exportación para los tejidos de lana e hilo.....	- 135 -
5.6.6.3.2 Término de negociación.....	- 136 -
5.6.6.3.3 Envase	- 137 -
5.6.6.3.4 Empaque.....	- 138 -
5.6.6.3.5 Embalaje	- 139 -
5.6.6.3.6 Unitarización	- 139 -
5.6.7 Transporte.....	- 141 -
5.6.7.1 Costos Indirectos país de Exportación.....	- 142 -
5.6.7.2 Capital e inventario país de origen.....	- 142 -

5.6.7.3 Total Costo- Tiempo de la DFI del país exportado.....	- 143 -
5.6.7.4 Seguro Internacional.....	- 144 -
5.6.7.5 Capital e Inventario	- 145 -
5.8 Evaluación Financiera y Económica	- 146 -
5.8.1 Inversión Inicial	- 146 -
5.8.2 Proyección de Costos	- 148 -
5.8.3 Proyección de Gastos.....	- 148 -
5.8.3 Estados Financieros	- 150 -
5.8.3.1 Balance General	- 150 -
5.8.3.2 Estado de Resultados.....	- 151 -
5.8.3.3 Flujos del Efectivo.....	- 152 -
5.8.3.4 Punto de Equilibrio.....	- 154 -
5.9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 155 -
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	- 157 -
ANEXOS.....	- 160 -

Tabla 1: Delimitación	- 4 -
Tabla 2: Fundamentación Legal.....	- 12 -
Tabla 3: Planificación Nacional.....	- 14 -
Tabla 4: Fundamentación Filosófica	- 15 -
Tabla 5: Población y Muestra.....	- 39 -
Tabla 6: Operacionalización de Variables.....	- 41 -
Tabla 7: PIB	- 49 -
Tabla 8: Doing Businnes (Facilidad para hacer Negocios)	- 50 -
Tabla 9: Inflación.....	- 51 -
Tabla 10: Balanza Comercial Ecuador-Chile	- 52 -
Tabla 11: Balanza Comercial Ecuador-México	- 53 -
Tabla 12: Balanza Comercial Ecuador- Estados Unidos	- 54 -
Tabla 13: Riesgo País.....	- 55 -
Tabla 14: Tipo de Gobierno	- 56 -
Tabla 15: Acuerdos Comerciales.....	- 58 -
Tabla 16: Barreras Arancelarias	- 59 -
Tabla 17: Barreras no Arancelarias	- 60 -
Tabla 18: Desempeño Logístico	- 61 -
Tabla 19: Tamaño de la Población	- 64 -
Tabla 20: Estructura de Edades.....	- 65 -
Tabla 21: Lenguaje	- 66 -
Tabla 22: Normas de Cortesía	- 67 -
Tabla 23: Religión	- 69 -
Tabla 24: Tecnología	- 70 -
Tabla 25: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio	- 71 -
Tabla 26: Riesgo País Estados Unidos.....	- 75 -
Tabla 27: Partida- Principales Competidores (sacos hombres y niños).....	- 79 -
Tabla 28: Producto-Principales Competidores (sacos hombres y niños).....	- 80 -
Tabla 29:Partida-Principales Competidores (sacos mujeres y niñas).....	- 81 -

Tabla 30: Producto- Principales Competidores (sacos mujeres y niñas)	81 -
Tabla 31: Exportaciones Estados Unidos (sacos hombres y niños)	82 -
Tabla 32: Exportaciones Estados Unidos (sacos mujeres y niñas).....	83 -
Tabla 33: Factores Socio-Económicos	85 -
Tabla 34: Indicadores Básicos	85 -
Tabla 35: Balanza Comercial Ecuador Estados Unidos.....	87 -
Tabla 36: Matriz- Características el Producto	94 -
Tabla 37: Matriz-Características Producto (saco mujer)	95 -
Tabla 38: FODA	96 -
Tabla 39: Oferta Exportable	99 -
Tabla 40: Proyección de la oferta	100 -
Tabla 41: Demanda Proyectada	101 -
Tabla 42: Cobertura del Proyecto	102 -
Tabla 43: Ficha Técnica del Producto (saco hombre).....	116 -
Tabla 44: Ficha Técnica del Producto (saco mujer).....	117 -
Tabla 45: Precio de la Oferta	118 -
Tabla 46: Participación en el mercado de las empresas importadoras.....	120 -
Tabla 47: Localización de la Asociación	121 -
Tabla 48: Requerimiento de Mano de Obra.....	126 -
Tabla 49: Requerimiento de activos fijos	127 -
Tabla 50: Flujo-grama de Procesos	131 -
Tabla 51: Datos Básicos del Producto (tejidos de lana e hilo)	132 -
Tabla 52: Datos Básicos del Embarque	133 -
Tabla 53: Información Adicional.....	133 -
Tabla 54: Cálculo de cubicaje	133 -
Tabla 55: Proyección de ventas.....	134 -
Tabla 56: Incoterms	136 -
Tabla 57: Cálculo Envase	137 -
Tabla 58: Unidades de Embarque	140 -
Tabla 59: Dimensiones del Pallet y Embalaje.....	140 -
Tabla 60: Costo Transporte Interno	141 -
Tabla 61: Manipuleo de embarque	141 -
Tabla 62: Costo agente.....	142 -
Tabla 63: Costos Bancarios.....	142 -
Tabla 64: Capital e Inversión país de Origen.....	143 -
Tabla 65: Costos País de Exportación.....	143 -
Tabla 66: Seguro Internacional.....	144 -
Tabla 67: Tiempos del transporte internacional	144 -
Tabla 68: Costo del Capital e Inventario- Tránsito Internacional	145 -
Tabla 69: Análisis de costos en el Tránsito Internacional	145 -
Tabla 70: Activos Fijos.....	146 -
Tabla 71: Capital de Operación	146 -
Tabla 72: Activos Diferidos	147 -
Tabla 73: Inversión Inicial	147 -
Tabla 74: Estructura de Financiamiento	147 -
Tabla 75: Costos de Producción	148 -
Tabla 76: Proyección de Gastos.....	149 -

Tabla 77: Gastos de Ventas	- 149 -
Tabla 78: Balance General con Financiamiento	- 150 -
Tabla 79: Estado de Resultados- Con Financiamiento	- 151 -
Tabla 80: Flujo de Efectivo con Financiamiento.....	- 152 -
Tabla 81: Indicadores Financieros	- 153 -
Tabla 82: Punto de Equilibrio	- 154 -

Gráfico 1: Publicaciones e Investigaciones.....	- 8 -
Gráfico 2: Fundamentación Conceptual de las Variables	- 17 -
Gráfico 3: Estudio de países consumidores.....	- 48 -
Gráfico 4: Balanza Comercial Ecuador-Chiles Miles USD	- 52 -
Gráfico 5: Balanza Comercial Ecuador- México miles USD.....	- 53 -
Gráfico 6: Balanza Comercial Ecuador-Estados Unidos miles USD	- 54 -
Gráfico 7: Edad Chile.....	- 65 -
Gráfico 8: Edad México.....	- 65 -
Gráfico 9: Edad Estados Unidos.....	- 66 -
Gráfico 10: Canal de Distribución	- 76 -
Gráfico 11: Mapa de ubicación de la ciudad de New York.....	- 77 -
Gráfico 12: Tamaño de la población New York.....	- 77 -
Gráfico 13: Principales Competidores a nivel Mundial.....	- 79 -
Gráfico 14: Producto-Principales Competidores (sacos hombres y niños) ...	- 80 -
Gráfico 15: Producto- Principales Competidores (sacos mujeres y niñas.....	- 82 -
Gráfico 16: Inflación interanual de América Latina 2015.....	- 86 -
Gráfico 17: Acceso a Internet por provincia	-83-
Gráfico 18: Exportaciones por Tipo de Producto	- 103 -
Gráfico 19: Importaciones por Bloque Económico	- 104 -
Gráfico 20: Modelo Operativo de la Propuesta	- 112 -
Gráfico 21: Canal de Distribución de la Asociación "Tusa Gabal"	- 119 -

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene la finalidad de identificar la mejor alternativa comercial, analizando factores internos y externos de cada país con la utilización de la matriz del perfil de oportunidades y amenazas (POAM) se estudió a tres países, Chile, México, Estados Unidos.

Se identificó que Estados Unidos es la mejor opción de mercado, debido a que su situación económica, política, social y tecnológica es muy estable, por ende ofrece un ambiente confiable y seguro para realizar la comercialización de las prendas tejidas de lana e hilo, que se pretende exportar, cumpliendo con las normas de empaque, embalaje y documentos necesarios como lo es el certificado de origen mismo que ayudará a gozar de las preferencias arancelarias en el país de destino.

Para esta investigación nos enfocamos en el cantón Montúfar específicamente en la ciudad de San Gabriel, en la Asociación “Tusa Gabal”, para lo cual se realizó un estudio que permitió identificar la capacidad de oferta de la misma, siendo esta una MIPYME legalmente constituida.

Años atrás, esta asociación, ha venido mejorando su actividad, por ende lo que se busca con esta investigación es identificar las diversas oportunidades de comercialización tanto a nivel nacional como internacional, mismas que le ayuden al desarrollo de la Asociación. Por tal motivo, se elaboró un plan de factibilidad para la exportación de prendas de tejidos de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal del cantón Montúfar, en dicho plan se tomó en cuenta la capacidad de producción de la Asociación, medio de transporte a utilizar mismo que involucra costos, tiempo y riesgos que implica movilizar la mercancía en origen como en destino, acuerdos comerciales del Ecuador con diversos bloques económicos, y estudios financieros que permiten determinar la rentabilidad del proyecto.

ABSTRACT

The present research has as the objective of identifying the best commercial alternative, analyzing internal and external factors from each country with the use of a Threat and Opportunity (TOP) Profile. Three countries were studied, Chile, Mexico and The United States.

It was concluded that The United States is the best option in the whole market, mainly because of the fact that its economic, political and technological situation is a very stable one, therefore this offers a very reliable and secure atmosphere for taking the commercialization of the wool and threads clothing items to be exported through, fulfilling all of the wrapping, packing and documents needed, as the origins certificate itself, which will definitely help to enjoy the import duties preferences within the country destination.

For this research we focused on the Montufar Canton, more specifically in "San Gabriel" City, at the "Tusa Gabal" Association, for which a study that allowed to identify its complete offer was performed, being this a legally constituted micro, small and medium-size enterprise.

From a few years ago, this association has been improving its activity, thus the main purpose of this research is to identify all of the diverse commercialization opportunities, nationally and internationally respectively, those that would help to develop the Association. For that reason, a feasibility plan for the exportation of wool and threads clothing products coming from Montufar Canton "Tusa Gabal" was elaborated, in that plan several aspect were taken into consideration, such as the production capacity of the Association, the means of transportation to be utilized, including the costs, time and all the risks involved in the merchandise mobility process, both in the origin as in the destination places, all of the commercial treaties in Ecuador with diverse economic blocks, and finally but not least important, the financial studies that allow to determine the rentability of the project.

INTRODUCCIÓN

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Es por ello que el rescate de la memoria ancestral de un pueblo permitió a varias mujeres artesanas del norte andino ecuatoriano consolidar un proyecto de desarrollo en el que trabajan la iconografía pastusa en pro de rescatar su identidad. Estas prendas son elaboradas por las integrantes de la Asociación “Tusa Gabal” de la ciudad de San Gabriel como una forma de ingreso para sus hogares, por tal motivo no existe un estudio que les ayude a exportar su producto.

La presente investigación recopila información para determinar la demanda existente y las diversas formas de ingresar al mercado estadounidense. Para desarrollar esta investigación se ha establecido la siguiente estructura:

Capítulo I, se determina y analiza el planteamiento del problema, conjuntamente con la formulación, delimitación, justificación y objetivos de estudio, general y específicos.

Capítulo II, se detalla los antecedentes, fundamentación teórica, legal y conceptual, las mismas que sirven como base para sustentar la investigación.

Capítulo III, se define la metodología de la investigación que se utilizó para la selección de información, también se analiza el mercado objetivo, determinando los principales factores políticos, económicos, legales y tecnológicos, así como también la oferta y demanda del producto.

Capítulo IV, se determina las conclusiones y recomendaciones obtenidas como resultado de la investigación, mismas que sirven para la toma de decisiones en la propuesta.

Capítulo V, se establece la propuesta, esta se basa en un plan de factibilidad para la exportación de prendas de tejidos de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal del cantón Montúfar, y realizar un análisis económico-financiero para el proceso de exportación.

CAPÍTULO I

I. EL PROBLEMA.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En la actualidad el mundo de los negocios es cada vez más competitivo y requiere la expansión hacia mercados internacionales para incrementar el crecimiento económico. La globalización, el comercio internacional y la integración económica han ido en aumento; es por ello que Ecuador ha buscado oportunidades de desarrollo ante estas situaciones para obtener beneficios, y poder brindar un producto de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes.

Según Ramírez (2005), en su libro “Comercio exterior: alternativas para Ecuador” manifiesta que “la política de comercio exterior del Ecuador se ha debatido, entre la apertura para eliminar el sesgo anti-exportador y la protección, para preservar industrias o sectores más o menos sensibles a la competencia internacional”. (pág.20), también destaca que desde hace mucho tiempo atrás el Estado ha buscado oportunidades comerciales, a través de convenios y tratados que le permitan incrementar su nivel económico, pero, a pesar de esto Ecuador no ha logrado integrarse totalmente, debido a que es considerado como exportador de materia prima, lo cual ha disminuido su oportunidad de ingreso a otros mercados.

Esto ha hecho que pequeñas asociaciones que forman parte del sector textil artesanal se estanquen en el mercado local, limitando su participación en mercados extranjeros, y que dependan en gran parte del mercado nacional, como es el caso de la Asociación “Tusa Gabal”, la cual es una Asociación que confecciona prendas tejidas de lana e hilo como: bufandas, guantes, sacos, ponchos entre otros, como afirma la Sra. Patricia Lloré (13/04/2016) presidenta de la misma, que a lo largo de su trabajo en esta actividad han encontrado

dificultad en poder llevar sus productos a mercados internacionales, debido al desconocimiento de los procesos de comercialización en temas como: exportaciones, financiamiento, formas de pago, negociaciones internacionales, entre otros.

Por otra parte, la Asociación “Tusa Gabal” poseen mano de obra idónea para el desarrollo de las prendas tejidas, estas cuentan con gran aceptación por parte de los clientes, debido a su diseño, calidad y comodidad, sin embargo, sus utilidades son sumamente reducidas, ya que, el sistema comercial en el ámbito local y nacional no brinda réditos económicos por el bajo valor pagado a los productos finales y en consecuencia a las tejedoras que los producen, lo que no motiva su producción en escala.

En el caso de la Asociación “Tusa Gabal” la elaboración de tejidos se la realiza bajo pedido motivo por el cual ha hecho que sus ingresos no sean tan significativos, esto ha hecho que no pueda competir a nivel nacional e internacional, la empresa no cuenta con el dinero suficiente para asumir los costos que implica dicho proceso.

Como manifiesta la señora Patricia Lloré, Presidenta de la Asociación “Tusa Gabal”, para poder cubrir parte de la demanda de los tejidos de lana e hilo, las tejedoras de Montúfar se proveen de la materia prima, comprada a los intermediarios o se trasladan a las ciudades de Ibarra, Otavalo o Tulcán, porque en su ciudad no existe un sitio donde puedan adquirirla, de esta forma pueden continuar con su proceso de elaboración.

Para la asociación Tusa Gabal tomar la decisión de buscar el posicionamiento en nuevos mercados es una tarea muy difícil, pues se enfrenta a escasos recursos, falta de contactos que dificulta aprovechar las oportunidades de negocios, además de la necesidad de inversión financiera para lanzarse al terreno internacional.

Las asociaciones pueden buscar estrategias individuales para lograr su internacionalización, sin embargo, sus debilidades podrían ser un obstáculo para el cumplimiento de su objetivo.

Dando paso a estrategias colectivas como la Asociatividad Empresarial, que permite construir y desarrollar nuevas estructuras organizacionales para aprovechar oportunidades, que de otra forma, serían muy difícil hacerlo para las MYPIMES. Estrategia que, además de obtener grandes resultados al desarrollar estructuras de apoyo para la internacionalización de las MYPIMES. (Mejía, 2011, pág.77)

Por tal motivo, estas asociaciones y por ende las MYPIMES se enfrentan a problemas que impiden su desarrollo como: competencia desleal, el comercio ilícito, “un esquema de competencia desleal que ha tomado fuerza en los últimos 3 a 4 años son las importaciones de ropa del exterior por Courier, mediante el sistema denominado “4X4”. (AITE, 2014, pág.3), subfacturación de importaciones y el contrabando. A esto se suma el hecho que no contamos con una política más agresiva que fomente las exportaciones.

El problema también radica en que por las razones antes mencionadas, las personas de esta Asociación no cuentan con el recurso financiero para llevar sus productos a mercados internacionales, por lo que necesitan el apoyo gubernamental, de antes que les permitan viabilizar este tipo de propuesta.

No obstante el “gobierno nacional ha propuesto un cambio de matriz productiva para el país, apuesta ambiciosa que debe ser evaluada con detenimiento y pragmatismo, para evitar errores que trunquen esta alternativa de desarrollo para el país”. (Crespo, 2014, párr. 4), tomando en cuenta que se debe diseñar estrategias que beneficien al pequeño fabricante, para que este pueda expandirse a nivel internacional.

Para la investigación surgen las siguientes interrogantes ¿Cuál es la situación del Ecuador frente a las manufacturas textiles?; ¿Cuál es la situación actual de la asociación Tusa Gabal?; ¿Existe en Montúfar la materia prima suficiente para la elaboración de los tejidos de lana e hilo? ¿Los costos de la materia prima son accesibles para las tejedoras de prendas de tejidos de lana e hilo que produce la asociación Tusa Gabal? ¿Cuáles son los principales países importadores de

las prendas de tejidos de lana e hilo?; ¿La Asociación cuenta con conocimientos de exportación?; ¿La Asociación aplican estrategias de comercialización para aumentar sus ganancias?; ¿Han recibido ayuda o financiamiento del Estado o entidades privadas? ¿Existen otros lugares en Ecuador que elaboren este producto?;

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

El desconocimiento de las alternativas comerciales incide en la internacionalización de las prendas tejidas de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal del cantón Montúfar-San Gabriel

1.3 DELIMITACIÓN.

Tabla 1: Delimitación

Área	Comercio Exterior
Objeto:	Alternativa Comercial
Sujeto:	Internacionalización de los tejidos de lana e hilo
Área geográfica:	Carchi (Ecuador)
Tiempo estimado:	2015 – 2016
Grupo social:	Asociación Tusa Gabal (Ecuador)/San Gabriel

Fuente: Estudio Investigativo

Elaborado por: Autora

1.4 JUSTIFICACIÓN.

El desarrollo y culminación de este estudio es de interés académico, social y cultural sirviendo de base para posteriores estudios no solo de prendas tejidas de lana e hilo , sino de estudios que hablen de alternativas comerciales de un determinado producto en los mercados internacionales, permitiendo abrir caminos con compradores nacionales y compradores internacionales.

La presente investigación es importante, debido a que permite obtener ingresos favorables a través de la comercialización de productos no tradicionales como

la exportación de las prendas tejidas de lana e hilo de la Asociación “Tusa Gabal” ubicada en el cantón Montúfar- San Gabriel, promoviendo la elaboración de las mismas con un valor agregado, originalidad y estándares de calidad que satisfagan las necesidades del consumidor, además de la diversidad de la oferta exportable que se va incrementado día a día tanto a nivel local como internacional.

El comercio exterior impulsa el crecimiento económico a través de sus aportes a una mayor productividad, eficiencia en el uso de recursos, aprovechamiento de ventajas comparativas, (Ramírez, 2005, pág.23), siendo así una de las políticas del Estado ecuatoriano la promoción a las exportaciones, y basándonos en el objetivo 10 del plan nacional del buen vivir (cambio de la matriz productiva), garantizar la obtención de productos de alta calidad para su comercialización a nivel internacional.

La aceptabilidad que tienen diversos productos ecuatorianos en los diferentes mercados internacionales ha impulsado a que el Estado Ecuatoriano incentive a los pequeños productores para que formen sus propios negocios y ayuden a mejorar la economía del Ecuador y sus hogares, se busca con esta investigación potenciar el producto de la asociación Tusa Gabal para que pueda ser reconocida a nivel nacional e internacional, logrando con ello la eliminación de intermediarios y que la asociación tenga contacto directo con sus clientes en mercados extranjeros.

Es importante fomentar dentro de las artesanas o tejedoras un conocimiento de la importancia de su labor dentro de la evolución económica del Ecuador y el aporte que ellas brindan a través de sus artesanías de la riqueza de cultura que posee nuestro país para mostrarla en el exterior. (Arias, 2009, pág. 11).

De igual manera las Universidades aportan con conocimientos de los diversos procesos que se deben aplicar para promover estas ideas con la implementación de proyectos por parte de los estudiantes que ayuden a la solución de un problema de la zona en la que se encuentren ubicados.

Con la investigación se genera un impacto económico beneficioso para la Asociación “Tusa Gabal”, ya que le permite adquirir conocimiento con respecto al proceso de internacionalización, que se reflejara en un incremento de su economía al ingresar su producto a un mercado internacional, de igual manera tiene una factibilidad documental ya que se basará en investigaciones realizadas, utilizando la tecnología como el internet obteniendo información primaria y secundaria para fundamentar el problema en el tema “Alternativa Comercial de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montúfar-San Gabriel para su Internacionalización.”

La investigación beneficiará directamente a los miembros de la “Asociación Tusa Gabal” del cantón Montúfar – Carchi quienes serán los proveedores directos de los tejidos de lana e hilo, de la misma manera beneficiará indirectamente a todas las personas involucradas en la cadena logística desde el lugar de origen hacia el lugar de destino, como transporte local e internacional, agentes de aduanas de origen y de destino, y todas las personas quienes indirectamente actuarán en este proceso investigativo.

Lo que se busca con esta investigación es incentivar a la asociación Tusa Gabal para que a través de la colaboración conjunta de sus integrantes se pueda tener una mayor producción y formar parte de las empresas exportadoras con capacidad de competir tanto en calidad como en precios, además de posibilitar la exportación a otros mercados, y de la misma manera ayudará a la obtención del título de grado del ingeniero de comercio exterior en donde se reflejan los conocimientos adquiridos en el aula, durante su vida estudiantil.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

Determinar la alternativa comercial para la internacionalización de las prendas tejidas de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal del cantón Montúfar-San Gabriel.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Fundamentar documentalmente las alternativas comerciales y la internacionalización.
- Diagnosticar la situación de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montúfar-San Gabriel y las alternativas comerciales para la internacionalización.
- Diseñar un estudio de factibilidad para la exportación de los tejidos de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal del cantón Montúfar.

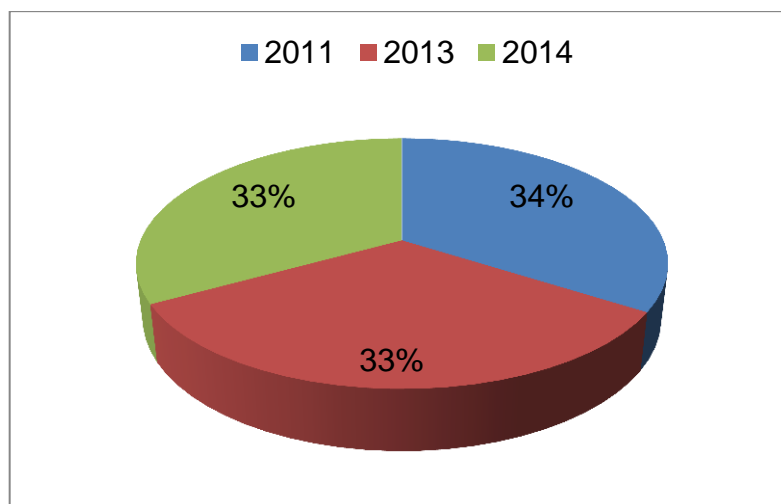
CAPÍTULO 2

II. MARCO TEÓRICO.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Para el desarrollo de la investigación fue muy importante recurrir a investigaciones anteriores que facilitan la sustentación del tema planteado.

Gráfico 1: Publicaciones e Investigaciones



Fuente: Análisis Bibliográfico
Elaborado por: Diana Yar

Resulta interesante observar que en el año **2011**, existen algunas publicaciones al respecto siendo la mayoría tesis que ayudarán a realizar un estudio más profundo del trabajo a investigar así tenemos:

- A. Rocío Mejía Prieto (2011), ***Asociatividad Empresarial como Estrategia para la Internacionalización de las PYME***, Tesis Ingeniería. Universidad Andina Simón Bolívar.

La presente tesis determina que las PYMES ecuatorianas tienen una gran fuente de oportunidades generadas por la globalización y el avance tecnológico, las cuales deben ser aprovechadas a tiempo y con

eficiencia, para ello, deben cambiar sus estructuras, estratégicas y buscar su internacionalización.

Estas estrategias deben fomentar el crecimiento y permanencia en el tiempo, con mejores niveles de competitividad y productividad para lograr economías de escala, mejorar el nivel de negociación y lograr su internacionalización, los datos proporcionados permitirán establecer los beneficios de la asociatividad de las MIPYMES para la internacionalización dando así un gran aporte a la investigación.

Esta investigación aportará al desarrollo del proyecto tomando como referencia las estrategias de asociatividad para las empresas que quieran internacionalizarse tomando en cuenta la competitividad y productividad de las mismas.

- B. Paola Elizabeth Miranda Gaibor (2011) ***Alternativas y oportunidades comerciales de la oferta exportable ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica, ACE Nº 65***, Programa de Maestría en Relaciones Internacionales con Mención en Manejo de Conflictos. Universidad Andina Simón Bolívar.

Esta investigación trata de las oportunidades comerciales que tiene Ecuador con Chile, tomando en cuenta la oferta exportable que ofrece nuestro país como los acuerdos comerciales de las dos naciones, basándose en estadísticas que ayudan a determinar la mejor oportunidad comercial para Ecuador, encaminando a nuestra investigación a la búsqueda de un nuevo mercado que permita la introducción de nuestro producto con una nueva oportunidad comercial.

Esta información ayudará al desarrollo del proyecto tomando como referencia la oferta exportable de Ecuador hacia diversos países, y los acuerdo comerciales que son de gran ayuda a la hora de exportar.

- C. Mientras que en el año **2013** se obtuvo acceso a la información de: Henry Edison Polit Dorado (2013). ***La comercialización de artesanías desde Ecuador a Francia y los ingresos económicos de la Asociación “SIN FRONTERAS” de la ciudad de San Gabriel.*** Tesis Ingeniería. Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

Este proyecto tiene por objetivo atender a la necesidad de los artesanos para comercializar sus productos, colocarlas a mejor precio y con mayor facilidad en el mercado, encontrar en la exportación una alternativa de negocio, que ayude e incremente los ingresos económicos de los afiliados de la asociación SIN FRONTERAS, mejorar su nivel de vida y la de sus familias, rescatando y fomentando los valores culturales tradicionales plasmados en las artesanías , el cual reviste importancia por la diversidad de etnias que habitan el territorio ecuatoriano.

Esta información contribuirá a la investigación, en lo referente, al lugar donde se origina la materia prima, en este caso la ciudad de San Gabriel, ubicado en la provincia del Carchi, y de la misma manera se toma en cuenta las diversas culturas con las que cuenta nuestro país enriqueciendo en gran parte a nuestra investigación ya que permite conocer más a fondo nuestra cultura la cual es el punto clave para el desarrollo de la misma, con la mira hacia un nuevo mercado.

- D. De la publicación encontrada en el año **2014** se pudo resaltar el estudio realizado por: Cecilia Villarroel Medina (2014). ***“Plan Estratégico de Creación e Internacionalización de ALWE como Canal de Exportación de Tejidos Hechos a Mano”.*** Tesis Ingeniería .Universidad de Chile.

Según Villarroel Medina (2014) “La globalización es un fenómeno que se encuentra presente en todo el mundo reflejándose en un sinnúmero de avances tecnológicos, flujos de información a través de redes y vías de

comunicación”, permitiendo a la empresa Fibras del Sur la búsqueda de un plan de negocios para la creación de una plataforma web que no sólo permita contar con un sistema de ventas, sino que además sea una herramienta de gestión para una producción de alta calidad.

Esta información ayudará al proyecto de investigación tomando como base las nuevas formas de venta online que se puede utilizar para exportar productos bajo pedido como es el caso de la Asociación “Tusa Gabal”, orientando a nuestra investigación a indagar nuevas herramientas que le permita a la asociación Tusa Gabal su desarrollo y la expansión de su producto al mercado extranjero.

Análisis:

El Ecuador se dedica a la labor artesanal y patrimonial, como manifiesta la ministra, Verónica Sión (2012)-“recordó que el sector artesanal representa alrededor del 32% de la producción económicamente activa.”(p.17). como de otros oficios no artesanales, pero que aplican tecnología artesanal en sus procesos, dando un gran aporte al tema expuesto ya través de la recolección de esta información científica le permitirá a la asociación tusa Gabal el mejoramiento de su proceso productivo .

Por ende esta información recopilada tendrá un gran aporte para la investigación a realizarse debido a que nuestro estudio va enfocado a lograr la internacionalización de las MIPYMES siendo el caso de la Asociación Tusa Gabal con el fin de fomentar el crecimiento, mejorando los niveles de competitividad y productividad , buscando redes para optimizar recursos logrando así economías de escala, creando un plan e implementando un modelo de negocios que ayude a mejorar su productividad a partir de la creación de valor, calidad, innovación y el emprendimiento, siendo de gran beneficio para el tema expuesto debido a que las MIPYMES necesitan de algunos de estos aspectos ya mencionados para poder desarrollarse de mejor manera y poder competir a nivel nacional e internacional.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Para el proceso de la investigación se han tomado fuentes importantes, las mismas que son reguladas por la constitución, acuerdos nacionales e internacionales, ordenanzas, reglamentos, leyes que sirven como apoyo y como base legal para sustentar el desarrollo de la investigación.

Tabla 2: Fundamentación Legal

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN	ARTÍCULOS
Constitución del Ecuador 2008	Impulsar las exportaciones nacionales generando competitividad con el incremento de valor agregado a los productos para la búsqueda de nuevos mercados a nivel internacional	<p>Art. 284.- literal 2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.</p> <p>Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.</p> <p>Art. 385.- Numeral 3.- Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la producción nacional, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir.</p>
OMC	Cláusula de la Nación más Favorecida	1. (NMF): igual trato para todos los demás.-En virtud de los Acuerdos de la OMC, los países no pueden normalmente establecer discriminaciones entre sus diversos interlocutores comerciales. Si se concede a un país una ventaja especial (por ejemplo, la reducción del tipo arancelario aplicable a uno de sus productos), se tiene que hacer lo mismo con todos los demás Miembros de la OMC.

CAN	Decisión 416	Adoptar normas especiales para la calificación y certificación del origen del universo de las mercancías comprendidas en la NANDINA, aplicables al comercio en el mercado ampliado de los Países Miembros del Acuerdo de Cartagena.
CONVENIOS INTERNACIONALES	Sistema General de Preferencias Arancelarias (SGP)	Programa de preferencias comerciales que tiene por objetivo fomentar la diversificación de las economías. (...)
CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES (COPCI)	El COPCI impulsa las exportaciones generando el cambio de la matriz productiva a través de la innovación en los productos no tradicionales para que las empresas sean más eficientes y competitivas a nivel nacional e internacional aprovechando los beneficios arancelarios acuerdos comerciales para facilitar el comercio.	<p>Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por 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.</p> <p>Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente. i. Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico. o. Fomentar y diversificar las exportaciones. p. Facilitar las operaciones de comercio exterior. <p>Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de</p>

		<p>productos primarios de bajo valor agregado.</p> <p>Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno.</p>
--	--	--

Fuentes: Normativa Nacional e Internacional.

Elaborado Por: Diana Yar

Tabla 3: Planificación Nacional

	DESCRIPCIÓN	ARTÍCULO
Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017	Se expresa la diversificación de productos no tradicionales como los tejidos para la apertura de nuevos mercados con el incremento de valor agregado en la producción nacional, para impulsar al cambio de la matriz productiva.	<p>Objetivo 6: Garantizar el trabajo.</p> <p>6.3.- Aumento de la productividad real y diversificación de las exportaciones, exportadores y destinos mundiales.</p> <p>Objetivo 10: Transformación de la matriz productiva</p> <p>10.1 se enfoca a diversificar y generar mayor valor agregado en la producción nacional.</p> <p>Objetivo 11: Sistema económico social</p> <p>11.2.- Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan.</p>

Fuente: Normativa Nacional

Elaborado Por: Diana Yar

2.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.3.1 Teorías Utilizadas en la Investigación

Para la presente investigación, se tomará en cuenta las teorías de David Ricardo ventaja comparativa, Teoría de Hecksher-Ohlin y la Nueva Teoría de Comercio dada por Paul Kruman que nos ayudará a fundamentar el presente trabajo de investigación con cada uno de sus criterios.

Tabla 4: Fundamentación Filosófica

Teoría	Característica	Relación con la Investigación
Ventaja Comparativa	Especializarse en la producción de un bien en la que tenga mayor ventaja a través de las economías de escala. Exportar sus excedentes e importar productos que no puede producir.	Para la aplicación de esta teoría se debe tomar en cuenta que se debe brindar un producto con precios competitivos para poder llegar a nuevos mercados, y por ende especializarse en lo sabe hacer bien cada país, para poder brindar un producto de calidad y así poder llegar a mercados internacionales.
Teoría de Hecksher-Ohlin	La ventaja reside en el uso intensivo del factor más abundante que tenga un país, ya sea en el trabajo o en el capital. Un país debía especializarse en la producción y exportación de aquellos productos que utilizan intensamente su factor relativamente abundante.	Aplicando a nuestra investigación se aprovechará los recursos naturales y mano de obra en la que en cada país varía, en unos habrá abundancia de capital en otros no tendrán esta ventaja la cual permitirá producir a bajos costos y se podrá exportar aprovechando las ventajas comparativas frente a otros mercados.
Nueva Teoría del Comercio Paul Krugman	*Según Krugman "La nueva teoría del comercio se centra en el análisis de las economías de escala a nivel de empresas o la industria y en las imperfecciones del mercado", mediante el cual a mayores volúmenes de producción, menores costos, que a su vez facilitan la oferta de productos, beneficiando a los consumidores. *Paul Krugman también aplica el modelo Ricardiano en donde predice un grado de especialización extremo que no se observa en la realidad, es decir, que los países se especializan en la producción	El proyecto se fundamenta en la nueva teoría de comercio, ya que hace referencia a las teorías de Adam Smith y David Ricardo, mejorando la interacción del comercio internacional, tomando en cuenta las economías de escala, siendo beneficiada la Asociación "Tusa Gabal", y los clientes con precios del producto más bajo. Es por ello que Ecuador con su nuevo modelo productivo busca ser

	<p>de bienes y servicios en donde posean mayores ventajas comparativas, pero en el mundo real cada país produce una variedad diversificada de productos para exportar y para abastecer su propia demanda</p> <p>*Los países desarrollados exportarán manufacturas e importarán productos no elaborados, mientras que los países en vías de desarrollo importarán manufacturas y exportarán productos no elaborados (materias primas y alimentos) debido al diferente precio relativo de sus factores.</p>	<p>un país competitivo a través de la diversificación de bienes o servicios de calidad con valor agregado como lo son los tejidos a mano, logrando mayor intercambio comercial, tomando en cuenta el factor más abundante que posee el país.</p>
--	---	--

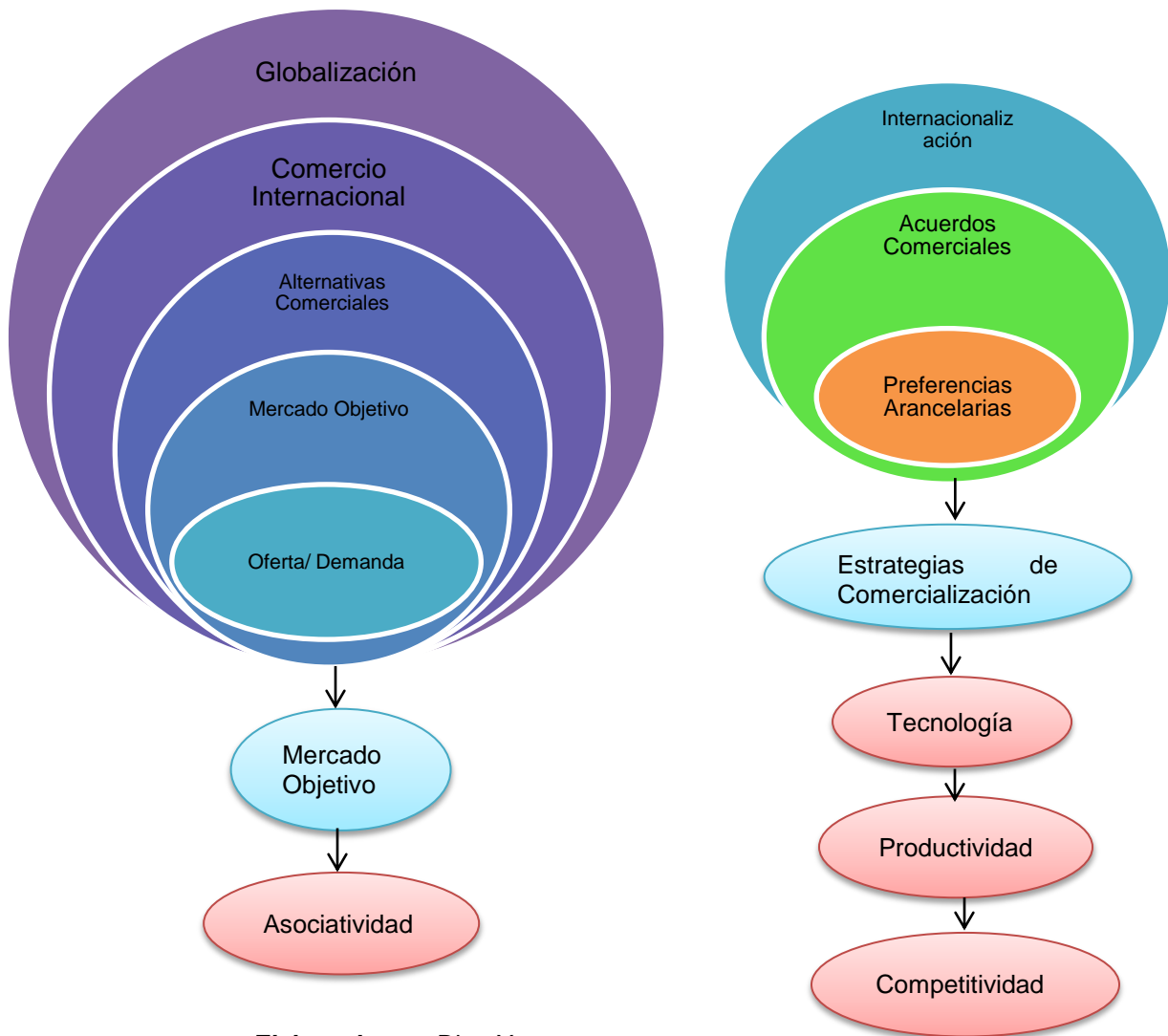
Fuente: Boris Melguizo Teorías del Comercio pág.3-7

Elaborado por: Diana Yar

2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

La economía internacional juega un papel muy importante debido a que permite la eliminación de fronteras políticas, económicas, sociales, comerciales y financieras, paralela a un desarrollo tecnológico gracias a la globalización la cual nos impone cambiar, ser más eficientes, competitivos y así poder realizar el intercambio de bienes y servicios entre naciones manteniendo buenas relaciones comerciales otorgando una estabilidad mayor a los países permitiendo que los países crezcan en sus aspectos sociales y económicos.

Gráfico 2: Fundamentación Conceptual de las Variables



Alternativas Comerciales.- Son las nuevas formas de comercialización que a más de responder a los intereses nacionales también determinan requerimientos de nuestros socios comerciales.

Comercio Exterior.- Cada país fabrica sus propios bienes y servicios, también escasea de algunos insumos y activos (humanos, naturales, financieros e industriales). Precisamente el intercambio que existe entre dos naciones al exportar (vender), e importar (comprar) sus productos es lo que llamamos "comercio exterior.(Gerencia.com, 2014).

¿Cómo comerciar exitosamente?

Existen naciones que, por razones políticas e ideológicas, tienen paralizadas sus actividades comerciales. Sin embargo, la clave está en que ambos países sean capaces de aceptar sus diferencias, para comenzar a trabajar en pro de la integración de sus economías. (degerencia.com, 2015)

Beneficios del comercio exterior

Cuando dos o más naciones intercambian sus bienes y servicios, se producen innumerables ventajas. Algunas de éstas son:

- Impulso del bienestar económico y social
- Estabilidad de los precios
- Disminución de la tasa de desempleo
- Aumento de la productividad y competitividad
- Menor riesgo de pérdidas económicas

Comercialización Internacional.- Movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. (Comercio Exterior y Aduanas, 2014)

Según ETTA (s/f.) menciona:

La comercialización internacional es un factor importante y necesario que se sigue hacer llegar los bienes desde el productor localizado en un país al consumidor que se encuentra en otro país, involucra actividades como compraventa, publicidad, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamientos.

Las empresas con visión internacional tienen departamentos o gerencias especializadas en la comercialización de sus productos, las cuales se hacen cargo, usualmente, de la investigación de mercados, para conocer las necesidades de los individuos sus hábitos de consumo y la posible aceptación de nuevos productos.

En este proyecto se ha identificado la demanda de las prendas tejidas de lana e hilo, lo cual ha dado como resultado una nueva oportunidad comercial para el ingreso de dicho producto a diversos mercados.

Globalización.- en la economía es un proceso histórico, el resultado de la innovación humana y el progreso tecnológico. Se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a través del comercio y los flujos financieros. En algunos casos este término hace alusión al desplazamiento de personas (mano de obra) y la transferencia de conocimientos (tecnología) a través de las fronteras internacionales. La globalización abarca además aspectos culturales, políticos y ambientales. (Castillo, 2011)

La globalización es una teoría entre cuyos fines se encuentra la interpretación de los eventos que actualmente tienen lugar en los campos del desarrollo, la economía mundial, los escenarios sociales y las influencias culturales y políticas.

“Es un conjunto de propuestas teóricas que subrayan especialmente dos grandes tendencias: (a) los sistemas de comunicación mundial; y (b) las condiciones económicas, especialmente aquellas relacionadas con la movilidad de los recursos financieros y comerciales”. (Reyes, 2011)

Economía Internacional.-hace referencia a la globalización creciente de la economía mundial, refiriéndose tanto al aumento del comercio internacional (**CI**) como de las inversiones extranjeras directas (**IED**), de las transacciones financieras internacionales (**TFI**) o la internacionalización de las empresas (**IE**), que cada vez más tienden a operar en varios países. (Llinas, 2011).

Según Hernández:

Conjunto de relaciones productivas, comerciales, financieras, monetarias, sociales y políticas que conforman el orden económico mundial, bajo el cual se estructura las formas de producción y cooperación entre países. Rama que estudia la manera cómo interactúan diferentes economías en el proceso de asignar recursos escasos para la satisfacción humana, centrándose en dos o más economías, La economía internacional se divide en dos ramas: el comercio internacional que es la teoría de intercambio, de equilibrio estático

de largo plazo y las finanzas internacionales que se centran en los aspectos monetarios de relaciones internacionales. (Hernández, p.129)

La teoría del comercio internacional analiza, con enfoque microeconómico, las transacciones reales entre países, es decir, aquellas que implican movimiento físico de bienes o un compromiso tangible de recursos económicos.

Asociatividad: Es un mecanismo de cooperación entre productores, sean personas naturales o empresas micro, pequeñas y medianas, en donde cada unidad productiva participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda del objetivo común que determina la asociación. (Comunidad Andina, 2013, pág.2)

Los mecanismos asociativos son formas de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común.

Características de los modelos asociativos son:

- Su incorporación es voluntaria.
- No excluyen a ninguna empresa por el mercado en el cual operan.
- Se mantiene la autonomía general de las empresas. (gestiopolis.com, 2015)

Internacionalización.- Es la participación directa de las empresas en otros países y es un proceso que fortalece la integración de las naciones a la economía global a través del mejoramiento de la productividad de sus empresas. (Pro México, 2014)

La Universidad Nacional de Colombia (s/f.) dice:

Es el proceso que conduce a la intensificación de los intercambios de cualquier naturaleza entre estados naciones definidos con referencia a un territorio. Una economía internacional liga mercados nacionales

territorialmente circunscritos a través de flujos transfronterizos de capitales, de mercancías de personas y de informaciones.

Competitividad.- Es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores, depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo. (Zona Económica, 2010)

El término competitividad ha evolucionado e incorporando nuevos elementos tales como cambios tecnológicos, productivos y organizacionales.

El marco conceptual de la competitividad fue establecido en el siglo XVII por las teorías de comercio internacional, cuya esencia está centrada sobre todo en aspectos económicos. El principal mentor de estas teorías fue David Ricardo, quien destacó por su metodología de las ventajas comparativas. (Rojas y Sepulveda, 2010).

Las ventajas competitivas son creadas para la diferenciación del producto y reducción de costos en los procesos productivos, esto tomando en cuenta la capacidad tecnológica, infraestructura, innovación y capacidades adquiridas por un proceso de educación constante que hace que las personas se vuelvan cada vez más competitivas en un mundo que avanza rápidamente por la presencia de nuevas necesidades.

Niveles de análisis de la competitividad

- ✓ Nivel meta.- Se refiere al desarrollo de habilidades y conocimientos a través de un proceso de capacitación al recurso humano empleado en el proceso productivo.
- ✓ Nivel macro.- Manejadas por el Estado como el déficit fiscal, la inflación, tipo de cambio, tasas de interés, así como también se debe considerar factores internacionales que afectan en cierta forma en el proceso productivo.
- ✓ Nivel meso.- Se toman en cuenta factores como la infraestructura, el desarrollo de la logística, factores naturales entre otros.
- ✓ Nivel micro.- Se puede mencionar factores como el comportamiento de la empresa como su productividad, manejo de costos, esquema organizativo, tecnologías que utiliza en el proceso productivo, modelo de gestión organizativa etc.

Innovación.- se puede considerar como la aplicación comercial de una idea de forma que se originen productos, procesos o servicios nuevos o mejorados, permitiendo generar beneficios empresariales. Tan vital como la innovación, es la difusión y comercialización que permiten dar utilidad a la idea generada. (Centro Europeo de Empresas e Innovación, 2012).

El concepto de innovación ha evolucionado a través del tiempo y fue analizado por numerosos autores en forma exhaustiva.

“La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio por el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Es la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza. La innovación crea un “recurso” (PYME Activa, 2012)

Howard Stevenson, profesor de la Universidad de Harvard, realizó en la década de los '80 un análisis acerca de la mentalidad emprendedora y el concepto de innovación. Según él, innovar no implica sólo crear un nuevo producto, puede innovarse al crearse una nueva organización, una nueva forma de producción o una forma diferente de llevar adelante una determinada tarea.

2.5 Alternativa Comercial

Una alternativa comercial se la puede denominar como una nueva estrategia o forma de comercializar cierto producto sea este un bien o servicio a mercados internacionales.

Según Estrada (2013) manifiesta que:

Una de las decisiones más importantes que deben tomar en cuenta las compañías exportadoras y los productores visionarios que deseen expandir sus operaciones hacia el extranjero, es saber elegir la forma de ingreso en los mercados internacionales. La correcta selección de la forma de entrada mejorará los ingresos, la capacidad de negociación hará mucho más grande el impacto hacia la actividad exportadora. (pág.99)

Para ello tenemos diversas formas de entrar a los mercados internacionales las cuales se menciona a continuación:

2.5.1 Exportación

Es la operación que permite sacar libremente del territorio de un país mercancías para su uso o consumo en el exterior. (Estrada, 2013)

2.5.1.1 Exportación Indirecta

Significa que la empresa vende sus productos en los mercados internacionales a través de otras empresas. Es algo parecido a las exportaciones pasivas, que son aquellas que no se han programado o no se han buscado deliberadamente y funcionan cuando la empresa no vende

directamente sino a través de agencias o intermediarios independientes.
(Estrada, 2013)

La exportación indirecta representa para los productores una venta local, esta actividad no la realizan los fabricantes, sino que se encarga a otras personas o empresa la exportación del producto, existen dos apartados: Los intermediarios independientes y las agencias de trading.

2.5.1.1.1 Los intermediarios independientes pueden ser.

- a) Comerciante Exportador o Distribuidor
- b) Comisionista de exportación
- c) Agente de exportación

2.5.1.1.2 Las Trading Company

Son empresas, son empresas comerciales exportadoras e importadoras que tienen por objeto la compra y venta de bienes y servicios para los mercados locales y del exterior, ya sea por cuenta propia, de terceros o asociadas con terceros.

La Asociación "Tusa Gabal" vende sus productos a personas de Otavalo para que ellas se encarguen de la distribución y venta hacia diferentes lugares, debido a que la Asociación no conoce los mercados que adquieren su producto.

2.5.1.2 Exportación Directa

El fabricante productor controla o supervisa cada una de las fases de la exportación, desde el lugar de producción hasta el último puerto de su distribución en el territorio externo.

La exportación directa se presenta de tres formas que son:

2.5.1.2.1 Venta directa desde el país de origen

Esto normalmente implica realizar visitas comerciales periódicas al país, complementadas con ventas por teléfono, o aceptar pedidos del extranjero mediante una página web de comercio electrónico. Esta puede ser una estrategia simple y efectiva en costes, pero aleja de los posibles clientes, y no permite compartir con socios o intermediarios la carga de trabajo y riesgos asociados a la exportación.

Ventajas	Desventajas
Puedes utilizar los recursos existentes para empezar a exportar en tu nuevo mercado.	Distancia del mercado y de los clientes potenciales
Conservas todo el control directo sobre el proceso – incluyendo todos los aspectos del marketing de tus productos.	Mayor dificultad para detectar oportunidades de negocio al no tener presencia en el país.
Es una buena forma de experimentar con la exportación – la estrategia es fácilmente reversible si no funciona.	Se necesitará conocer bien el mercado para encontrar compradores y construir relaciones. Asunción de la totalidad de los riesgos asociados a la exportación.
Percibes las ganancias totales de las ventas realizadas. No tienes que compartirlo con tus intermediarios o tus socios.	Puede ser necesario contratar personal capacitado o invertir en capacitar a tu plantilla.

Fuente: ENTRETRAIN (2011)

Elaborado por: Diana Yar

2.5.1.2.2 Implantación en el país destino

Esto conlleva abrir una filial o sucursal en el nuevo mercado, o crear un Joint venture con un socio local. Tener presencia física puede ser muy valioso, pero esta vía exige un mayor esfuerzo en recursos.

Ventajas	Desventajas
Mientras los intermediarios pueden optar por ventas a corto plazo, de esta manera, tú puedes planificar en el largo plazo.	Esta opción requiere recursos importantes e implica una gran labor previa de investigación, planificación y gestión
Tus clientes te tomarán más en serio si tienes una base local. Esto es especialmente relevante si tus productos necesitan un servicio postventa especializado.	Necesitarás conocer la legislación empresarial, laboral y fiscal en el nuevo territorio y contratar ayuda específica
Si utilizas una Joint Venture, podrás compartir el riesgo. También te beneficiarás del conocimiento y reputación de tu socio local.	Difícil reversibilidad de la estrategia adoptada
	Conocer y adaptarse a las normas y requerimientos locales.

Fuente: ENTRETRAIN (2011)

Elaborado por: Diana Yar

2.5.1.2.3 Utilización de un agente

Un agente de ventas actúa en tu nombre en el mercado extranjero, realizando ventas por las que recibe una comisión. La principal ventaja es que permite aprovechar del conocimiento que posee el agente del mercado objetivo.

Ventajas	Desventajas
Evitas los costes de selección, formación así como los costes fijos salariales derivados de crear tu propia plantilla para entrar en un mercado internacional.	Recae sobre ti la responsabilidad de la gestión logística.
El agente deberá tener ya sólidas relaciones con clientes potenciales que te permitirá introducirte en el mercado más rápidamente. Crear tus propios contactos desde cero te costaría mucho más tiempo.	El servicio post-venta puede ser complicado de ofrecer.
Utilizar un agente te permite un mayor control en aspectos como el precio final o la imagen de marca que la opción del distribuidor.	Perderás cierto control sobre el proceso de marketing e imagen de marca en comparación con la opción de venta directa o de implantación.

Fuente: ENTRETRAIN (2011)

Elaborado por: Diana Yar

2.5.1.2.4 Utilización de un distribuidor

Un distribuidor asume una mayor responsabilidad en la exportación que un agente de ventas. El distribuidor compra productos directamente para luego venderlos cargando un margen de beneficio en el mercado extranjero.

Ventajas	Desventajas
Permiten el acceso a mercados internacionales evitando asuntos logísticos y muchos de los riesgos relacionados con el comercio.	A cambio de asumir parte de las cargas y riesgos del proceso de exportación pueden exigir importantes descuentos y condiciones de pago generosas.

El distribuidor es en muchos casos responsable del transporte de los bienes y de las formalidades y documentación aduanera.	Puedes perder el control de la manera en que tus productos se posicionan en el mercado.
Muchos distribuidores mantienen un stock de los productos que venden, por tanto, compran en mayores volúmenes y se encargan del almacenaje de los productos.	Con un agente de ventas, puedes utilizar un sistema de incentivos para motivarle, en el caso del distribuidor este mecanismo tiene una mayor dificultad de aplicación.
Para un distribuidor con experiencia y con una red de clientes en el mercado destino, es más sencillo introducir una marca nueva que si lo hicieras por ti mismo.	Los distribuidores a menudo exigen largos periodos de exclusividad, luego cobra mayor importancia realizar una elección adecuada del mismo.

Fuente: ENTRETRAIN (2011)

Elaborado por: Diana Yar

Por lo tanto para el caso de la Asociación “Tusa Gabal” debería utilizar algunas de estas formas de entrada hasta lograr posicionarse en el mercado y a futuro pueda competir con empresas reconocidas, utilizando su mayor potencial.

2.5.1.3 La Exportación Concertada

La exportación concertada permite distintas formas de entrada en mercados exteriores entre ellas tenemos tres principales:

- a) **Estrategias de Piggyback.-** Funciona cuando un productor fabrica un artículo y entrega a un comercializador para que lo coloque su propia marca y lo venda.
- b) **Consortios de exportación.-** Consiste en el agrupamiento de productores para la comercialización conjunta en el exterior de las diferentes representaciones que tiene el producto.
- c) **Joint Venture.-** Son empresas creadas por dos o más países para desarrollar una actividad exportadora, estrategia punta para ingresar a los mercados internacionales.

2.5.2 Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer la exteriorización de sus necesidades y deseos específicos. Además está condicionada por los recursos disponibles del consumidor o usuario, precio del producto, gustos y preferencias de los clientes, estímulo de marketing recibidos, área geográfica y disponibilidad de productos por parte de la competencia, entre otros factores. (Córdova, Sandoval, Medina, 2010, pág.51)

Es muy importante identificar la demanda de un mercado, ya que así se puede satisfacer las necesidades del consumidor, por ende dentro de la investigación se determinará la demanda existente en el mercado objetivo, logrando como resultado el número de personas que pueden adquirir las prendas tejidas de lana e hilo.

2.5.3 Oferta

Cuando se habla de oferta se hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones. El precio es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado. (Subgerencia Cultural del Banco de la República, 2015)

En el proyecto se establecerá la cantidad de prendas tejidas de lana e hilo, que la Asociación está dispuesta a vender, tomando en cuenta la demanda efectiva y los precios para poder comercializar los tejidos.

2.5.4 Competencia

“Se denomina competencia a la oposición entre individuos que disputan por la obtención de algún beneficio, premio, cargo, o liderazgo. Pueden ser competencias deportivas, intelectuales, políticas, laborales o comerciales. En las competencias siempre habrá luego de la disputa, ganadores y perdedores”. (Veleiro, 2008, p.8)

Para el caso de nuestro estudio se deberá identificar las empresas que venden este producto, su nivel de eficiencia y competitividad, ya que, este factor, se convertirá en una amenaza para la Asociación, impidiendo la comercialización en el país objetivo.

2.5.5 Mercado

Mercado es otra palabra, como Marketing, que tiene diferentes interpretaciones, entendiéndose, en términos generales, como el lugar en donde coinciden para hacer sus transacciones los compradores (la demanda) y los vendedores (la oferta). Un mercado es el área dentro de la

cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. (Manene, 2016)

Para el desarrollo de este proyecto se ha identificado 3 mercados como lo es Chile, México y Estados Unidos considerándolos como los mercados más óptimos para la venta de las prendas tejidas de lana e hilo por diversos factores, que pueden permitir el posicionamiento del producto, tomando en cuenta la gran competencia que puede existir en ellos, por ser mercados muy atractivos para la venta de diversos productos.

2.5.6 Estrategia

Una estrategia comercial se define como los principios o caminos que una empresa toma para alcanzar sus metas comerciales, es decir, para llevar los productos al mercado sin que se pierdan en el tiempo a través del uso de marketing. (Chávez, 2014).

Dentro del proceso de desarrollo de la investigación se establecerá la mejor estrategia comercial, para llevar a cabo la exportación de las prendas tejidas de lana e hilo al mercado más óptimo, tomando en cuenta los consumidores potenciales.

2.6 Internacionalización

“La internacionalización de la empresa se puede definir como el conjunto de actividades que la empresa desarrolla fuera de los mercados que constituyen su entorno geográfico natural”. (SIECAN, 2016)

2.6.1 Razones de la Internacionalización:

1. Seguir creciendo en su sector, dado que el mercado interno se ha quedado pequeño.
2. Aprovechar la capacidad ociosa de fabricación.

3. Exportar porque el mercado externo es el mercado natural por escasez de estos productos.
4. Diversificar el riesgo de operar en un solo mercado.
5. Ganar prestigio en el mercado interno.
6. Compensar una crisis en el mercado interno.
7. Acceder a un mercado más grande (mayor volumen) y así poder competir en un sector donde otras firmas obtienen economías de escala a nivel mundial.
8. Ganar competitividad al luchar con competidores más eficientes.
9. Por la dura competencia en el mercado interno o como reacción ante el ataque de un competidor internacional que amenaza su posición.
10. Porque el mercado internacional es más rentable. (SIECAN, 2016)

Para ello la Asociación “Tusa Gabal” debe tomar en cuenta estos 10 aspectos que serán de gran ayuda para su desarrollo y así poder competir a nivel nacional e internacional aplicando economías de escala las cuales le permitirán obtener mayor productividad y competitividad frente a otras empresas.

2.6.2 Proceso de entrada a la internacionalización

2.6.2.1 Dilemas estratégicos

2.6.2.1.1 ¿En qué mercado entrar?

Las variables relevantes para la selección de países son aquellos que respondan a las ventajas competitivas que la empresa busca enfatizar u obtener y con qué recursos contamos como para tomar dicha decisión.

Si la empresa busca aprendizaje, la gradualidad es aconsejable, si busca exportar volumen y lograr economías de escala es aconsejable la entrada simultánea en varios países para llegar rápidamente al tamaño eficiente. (Valero, 2011)

Por lo tanto para el caso de la Asociación “Tusa Gabal”, lo que busca es lograr economías de escala las cuales serán de beneficio para el futuro aprovechando su capacidad de producción y la facilidad para adquirir la materia prima.

2.6.2.1.2 ¿Con que estrategia de mercado?

- a) Exportaciones: directa o indirecta
- b) Inversión directa.
- c) Joint Venture o conversiones con socios locales o extranjeros
- d) Licencias.
- e) Mediante franquicias, contratos de administración y o de producción.

2.6.2.1.3 ¿Con que tipo de Organización?

Si la empresa busca aprovechar su KNOW HOW aplicándolo en los otros países, lo más lógico sería durante la 1er etapa del proceso enviar personal formado en la casa, y una vez transferida la tecnología y desarrollada la capacitación se opte por el personal local. Si la empresa busca penetrar a otro país básicamente para aprender de él y de sus competidores, y diversificar el riesgo teniendo allí una buena base, lo más recomendable para abrirse paso en el mercado sería contar con una subsidiaria autónoma. (Valero, 2011)

El objetivo de la Asociación “Tusa Gabal” es ingresar a otro mercado para mejorar el nivel económico de las integrantes y de la Asociación y por ende ser reconocida a nivel internacional, por ello lo que le conviene hacer es buscar un intermediario o bróker que ayude en la venta del producto debido a la falta de experiencia para la venta en plazas internacionales.

El actual entorno económico internacional se caracteriza por su dinamismo y requiere de las empresas una visión cosmopolita de la actividad económica y de las estrategias empresariales.

En la situación actual, la internacionalización es uno de los elementos clave para el buen funcionamiento de una empresa y sus perspectivas de futuro. Pero hay que tener en cuenta que la actividad exportadora no es una actividad eventual que responde a situaciones coyunturales, sino que exige una visión a medio plazo y una estrategia claramente definida.

En cualquier caso, la decisión de internacionalizar una empresa responde al deseo de crecer. (AMEC, 2012)

2.6.2.2 Ventajas y Obstáculos de la Internacionalización

Ventajas	Obstáculos
<p>Producción</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Utilizar toda la capacidad productiva ➤ Economías de escala ➤ Ventaja Competitiva ➤ En los factores de producción (mano de obra, materias primas o energía) 	<p>Financieros</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Falta de adecuados créditos a la exportación. ➤ Volatilidad de los tipos de cambio.
<p>Comercialización</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Acceso a un mercado más amplio ➤ Estabilidad en las ventas ➤ Proximidad al cliente ➤ Mejora de la imagen (interna y externa) ➤ Eliminación del coste del transporte internacional ➤ Reacción frente a la competencia 	<p>Comerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Desconocimiento de oportunidades comerciales ➤ Difícil acceso a compradores potenciales en el extranjero ➤ Falta de contactos y de conocimiento de la forma de actuar en el mercado de destino.
<p>Finanzas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diversificación de riesgos ➤ Acceso a la financiación internacional ➤ Compensación de resultados 	<p>Culturales</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Idioma ➤ Gustos, costumbre y tradiciones.
<p>Recursos Humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Aprendizaje ➤ Experiencias aplicables al mercado nacional 	<p>Obstáculos en la inversión directa impuesta por los gobiernos</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Controles a la propiedad de la empresa ➤ Restricciones para la repatriación de los beneficios ➤ Obligación de fabricar productos

con contenido local.

- Obligación de contratar a mano de obra del país y limitar el número de empleados extranjeros

Fuente: SIECAN (2016)

Elaborado por: Diana Yar

A menudo las compañías se encuentran con muchos obstáculos en su proceso de internacionalización, como falta de capacidad y experiencia de los recursos humanos en el ámbito internacional, estrategias comerciales incorrectas, inadaptación de la oferta, mala elección en los canales de distribución, estructura empresarial ineficiente, marketing y marca deficientes, capacidad financiera insuficiente, competitividad insuficiente, bajo grado de innovación, elección de transporte y logística adecuados etc. Por ello hay que tener en claro el tipo de estrategia que se va a utilizar para la internacionalización de una empresa, para beneficios de la misma y evitar posibles fracasos.

2.6.3 Producto

El producto es el bien o servicio que la empresa ofrecerá en el mercado y del cual se espera obtener una rentabilidad, para que este sea aceptado es necesario que la empresa tome en consideración algunos aspectos que aumentarán la competitividad del mismo. (Chávez, 2014)

El producto, para esta investigación, tejidos de lana e hilo, se comercializará utilizando todos los requisitos solicitados por el país de destino, para de esta manera no tener ningún inconveniente y pueda ser adquirido por los consumidores.

2.6.4 Estudio de Mercado

Es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Shujel, 2014)

Para el desarrollo de esta investigación, el estudio de mercado se lo realizará con 3 países como lo son Estados Unidos, Chile y México, en donde se tomará en cuenta el poder adquisitivo, gustos y preferencias, PIB, balanza comercial,

cultura etc. que tienen los consumidores para seleccionar al más idóneo para la venta del producto.

2.6.5 Productividad: Se entiende como productividad “la relación entre la producción obtenida por un sistema de fabricación de bienes o servicios y los recursos utilizados para obtenerla”. (Gonzalo, 2013).

Según el Centro I-CREO menciona:

Productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. Generalmente, el concepto de productividad está ligado a entornos de fabricación, dado que el cálculo de la productividad en este ámbito es sencillo, bastando dividir la producción total entre el tiempo que se ha tardado en realizarla (productos/hora) o por el número de recursos del mismo tipo utilizados (productos/máquina o productos/hombre).

Factores de la productividad

- ✓ Inversión.- Es uno de los factores claves de la productividad pues se debe realizar una adecuada inversión en equipos o maquinaria de calidad que asegure el rendimiento productivo, en función de las necesidades del mercado.
- ✓ Investigación y desarrollo.- Estas contribuyen de una manera sustancial al incremento de la productividad pues permiten el desarrollo de nuevas formas productivas que incentiven a producir más rápidamente y disminuir tiempos en los procedimientos.
- ✓ Mano de obra.- Es un factor importante pues de ella depende el buen funcionamiento y rendimiento en los procesos productivos, una adecuada capacitación impulsa a una mejor competitividad en los procesos productivos.

Para la Asociación “Tusa Gabal” incrementar su productividad se requiere del posicionamiento de su producto en los mercados internacionales y de esta manera aplicar la producción en escala.

2.7. IDEA A DEFENDER.

Determinar la alternativa comercial permite la internacionalización de las prendas tejidas de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal” desde el cantón Montúfar- San Gabriel.

2.8. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.

V.I: Alternativa Comercial

El desconocimiento de la alternativa comercial, es la causa que no permite la internacionalización de los tejidos de lana e hilo a mercados internacionales.

V.D: Internacionalización.

La internacionalización de los tejidos de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal en el Cantón Montúfar-San Gabriel depende de la identificación de Alternativas Comerciales a mercados internacionales.

CAPÍTULO 3

III. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 Cualitativo

Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. (Sampieri .et al, 2010, pág. 7)

Se hizo uso de la investigación cualitativa en la presente investigación debido al estudio de campo porque ayudará a tener contacto directo con la Asociación “Tusa Gabal” el cual proporcionará información sobre el tema en mención, y determinar el problema existente, con el fin de obtener datos del producto para establecer gustos y preferencias de consumo, comportamiento frente a la adquisición de productos no tradicionales, factores sociales, culturales y políticos que enmarcan el proceso de exportación de los tejidos de lana e hilo desde el cantón Montúfar- San Gabriel a los distintos países factibles etc, por ende también a entender el comportamiento de las variables de estudio.

3.1.2 Cuantitativo

“Es secuencial y probatorio. Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (Sampieri. et al, 2010, pág. 4).

También se toma en cuenta la investigación cuantitativa que ayudó a analizar varios elementos tales como situación económica actual del mercado objetivo, balanza comercial de los países en estudio, datos estadísticos de la oferta y demanda ,demanda insatisfecha, de las prendas tejidas de lana e hilo que pueden ser medidos y cuantificados.

3.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Documental.- “Tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos (fuentes primarias), o en libros, revistas, periódicos y otras publicaciones (fuentes secundarias)”. (Herrera, Medina, Naranjo 2014, pág.95)

A través de la recolección de datos sobre las variables: alternativa comercial y la Internacionalización se analizará los resultados de la investigación y publicaciones referente al tema, a fin de tener un apoyo en fuentes confiables que contribuyan al desarrollo de la investigación, para ello se utilizará libros, documentos técnicos, revistas especializadas sobre requerimientos técnicos y legales, páginas web que permitan sustentar nuestra investigación.

Investigación de Campo.-Otra de las metodologías que se utilizó es la de campo, también llamada in situ , es decir el estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se produce a la cual Herrera, Medina y Naranjo (2008), la definen como “la modalidad en la cual el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para tener información de acuerdo con los objetivos del proyecto” (pág. 95), para ello se utilizó la entrevista realizada a la presidenta de la Asociación “Tusa Gabal”, información que será de gran relevancia para la interpretación de resultados, aportando a la investigación con información real.

Además, al implementar esta información se establecerá la producción de los tejidos de lana e hilo en la ciudad de San Gabriel en donde se determinará cuál es la capacidad de oferta que tiene la Asociación para el mercado demandante.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

3.3.1 Descriptiva, Según Játiva (2014) “Interpreta el estado del fenómeno investigado y su interpretación de causas, rasgos resaltantes y diferenciadores que lo condicionan. Se complementa por su carácter **Correlacional**, ya que se

manifiesta en la incidencia de la variable independiente con su correspondiente variable dependiente”. (pág.25).

Se utilizó la investigación descriptiva para conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes del mercado objetivo, en lo que se refiere prendas tejidas de lana e hilo, sobre los gustos, costumbres o preferencias en este tipo de producto para poder tener una predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos variables, es decir que no es suficiente recolectar datos sino interpretar y describir todos los elementos de la investigación, para poder realizar un diagnóstico de la situación actual de las dos variables en estudio a utilizarse.

3.3.2 Explicativa

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables. (Hernández, R, et al, 2010. pág. 83,84)

Se aplica la investigación explicativa puesto que se ha planteado objetivos generales, como específicos los mismos que serán cumplidos gracias a la recolección de información confiable analizando causa y efecto del problema para poder obtener los resultados a lo largo de la investigación.

3.3.3 Exploratoria.- “Es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico”. (Hernández, Fernández et, al. 2010, p. 152).

Se utilizó la investigación exploratoria debido a que permitió solucionar inquietudes de la investigación como lo es la situación actual de la Asociación Tusa Gabal, de la misma manera el proceso comercialización de los tejidos de lana e hilo, para poder identificar las mejores estrategias de mercado y cubrir la demanda existente, según las dos variables en estudio.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

“La población es la totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características (...) y la muestra, para ser confiable, debe ser representativa, y además ofrecer la ventaja de ser la más práctica, la más económica y la más eficiente para su aplicación”. (Herrera, Medina, & Naranjo, 2014, pág. 98)

La muestra, para ser confiable debe ser representativa, por ello mientras más grande es la muestra es menor el error de muestreo, y por lo tanto existe mayor confiabilidad en los resultados.

Por ello según Herrera, Medina y Naranjo mencionan que:

Al extraer la muestra se debe: definir el universo que sirve de base para la muestra, disponer de un registro del universo es decir una lista de sus elementos, determinar el tamaño de la muestra, para obtener el resultado al menor costo, menos tiempo y con el personal indispensable, lograr que la muestra sea representativa, es decir, que refleje las características del universo en la misma proporción, aplicar en la muestra los procedimientos e instrumentos de recolección de información (pág.98-99)

Tabla 5: Población y Muestra

OFERENTE	GRUPO OBJETIVO
País: Ecuador Provincia: Carchi Sector: Cantón Montúfar Asociación: Tusa Gabal Tipo de Producto: Tejidos de la e hilo	País: Estados Unidos Ciudad: New York Consumo: Mujeres y Hombres de acuerdo a las estaciones
Fuente de Investigación:	Fuente de Investigación:
Técnica: Entrevista realizada a la presidenta de la asociación “Tusa Gabal” Patricia Lorré.	Técnica: Estudio de mercado de las páginas web.

Elaborado por: Diana Yar

De Acuerdo a la investigación de campo realizada, se estableció realizar una entrevista a la presidenta de la Asociación “Tusa Gabal” en la ciudad de San Gabriel dicha Asociación cuenta con 17 integrantes dedicadas a la elaboración de prendas tejidas de lana e hilo, en donde se determina la parte ofertante del producto. (Véase Anexo No.1)

Para conocer la demanda de tejidos de lana e hilo se procedió a buscar información, a través del estudio de mercado, en donde se escogió a Estados Unidos como el mercado más óptimo para la comercialización de los tejidos de lana e hilo, tomando como referencia documentos y fuentes secundarias, datos estadísticos que ayudaron al desarrollo del estudio.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Tabla 6: Operacionalización de Variables

IDEA A DEFENDER: Determinar la alternativa comercial permite la internacionalización de las prendas tejidas de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal” desde el cantón Montufar- San Gabriel.

VARIABLE	CONCEPTO	INDICES	INDICADORES	ITEMS	TECNICA	INTRUMENTO	INFORMATE(S)
ALTERNATIVA COMERCIAL	Opción a buscar nuevos mercados para los mismos productos o buscar nuevos productos para los mismos mercados, explotar actividades económicas como nuevas fuentes de ingresos exteriores	ENTORNO (Perfil de Oportunidades y Amenazas del medio)	Factores Socioeconómico	¿Cuál es la situación del PIB en los mercados internacionales a ser analizados?	Análisis Documental: Linkográfico Bibliográfico	Observación- Fichas	Internet: Archivos Sitios Web Revistas Informes
				¿Cuál es el PIB per cápita de los habitantes?			
				¿Qué calificación tiene en el Doing Bussines de los mercados internacionales a ser analizados?			
				¿Cuál es la tasa de inflación anual de los mercados internacionales a ser analizados?			
				¿Cuál es la situación de la balanza comercial de los países a ser analizados con ecuador?			
				¿Cuál es el índice de riesgo país en los mercados internacionales a ser analizados?			
			Factores Políticos	¿Cuál es el tipo de gobierno de los países a ser analizados?	Análisis Documental: Linkográfico Bibliográfico	Observación- Fichas	Internet: Archivos Sitios Web Revistas Informes
				¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones (Acuerdos comerciales)?			
				¿Existen acuerdos comerciales vigentes entre Ecuador y los países sujetos de estudio?			
			Factores Legales	¿Existen barreras arancelarias para la importación de productos tejidos de lana?	Análisis Documental: Linkográfico	Observación- Fichas	Internet: Archivos Sitios Web
				¿Existen barreras no arancelarias para la importación de tejidos de lana?			

				¿Existe requisitos de etiquetado, embalaje para la importación los tejidos de lana?	Bibliográfico		Revistas Informes
			Factores Demográficos	¿Cuál es el índice de desempeño logístico de los países a ser analizados?	Análisis Documental: Linkográfico Bibliográfico	Observación- Fichas	Internet: Archivos Sitios Web Revistas Informes
				¿Qué medios de transporte se utiliza para comercializar las mercaderías?			
				¿Cuáles son los tiempos de transporte desde Ecuador a los mercados internacionales?			
				Tamaño de la población de los países a ser analizados?			
				¿Cuál es la estructura de edades de los países a ser analizados?			
			Factores Culturales	¿Cuál es el idioma de negocios que utilizan los países a ser analizados?	Análisis Documental: Linkográfico Bibliográfico	Observación- Fichas	Internet: Archivos Sitios Web Revistas Informes
				¿Cuáles son sus normas de cortesía?			
			Factores Tecnológicos	Nivel tecnológico de los países a ser analizados	Análisis Documental: Linkográfico Bibliográfico	Observación- Fichas	Internet: Archivos Sitios Web Revistas Informes
		Diversificación de mercados	Oferta- Demanda	¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? ¿Cuál es el nivel de aceptación de las prendas de tejidos de lana e hilo?	Archivos: Sitios web	Observación- Fichas	FAO Embajadas MACMAP

IDEA A DEFENDER: Determinar la alternativa comercial permite la internacionalización de las prendas tejidas de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal” desde el cantón Montufar- San Gabriel.

VARIABLE	CONCEPTO	ÍNDICES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE(S)	
INTERNACIONALIZACIÓN	Internacionalización es la participación directa de las empresas en otros países y es un proceso que fortalece la integración de las naciones a la economía global a través del mejoramiento de la productividad de sus empresas.	ENTORNO (País de Origen)	Político/Legal	¿Cuál es Política económica/comercial?	Análisis Documental	Fichas	Páginas Web	
				¿Existen barreras arancelarias para la exportación de las prendas de tejidos de lana e hilo?	Análisis Documental	Fichas	Páginas Web	
				¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de las prendas de tejidos de lana e hilo?	Análisis Documental	Fichas	Páginas Web	
				¿Cuál es la balanza comercial del país?	Análisis Documental	Fichas	Páginas Web	
				¿Cuál es el nivel de Desempleo del Ecuador?	Análisis Documental	Fichas	Páginas Web	
				¿Cuál es el avance tecnológico en Ecuador?	Análisis Documental	Fichas	Páginas Web	
				¿Cuál es la situación del sector ofertante?	Análisis Documental	Fichas	Páginas Web	
		PRODUCTO	Proveedores	¿Cuáles son los proveedores del sector?	Entrevista	Cuestionario	Asociación	
				Precio	¿Cuál es el precio del producto a nivel nacional? ¿Existen productos sustitutos?	Entrevista	Cuestionario	Asociación
			Productos sustitutos	Características del Producto	¿Cuáles son las características del producto?	Entrevista	Cuestionario	Asociación
				¿Cuáles con los costos de la producción?	Entrevista	Cuestionario	Asociación	
				¿A qué mercado está destinado su producto?	Entrevista	Cuestionario	Asociación	
			Oferta Exportable	¿Cuál es el precio de venta de las prendas de	Entrevista	Cuestionario	Asociación	

			tejidos de lana e hilo en la asociación?			
			¿Con que frecuencia se vende las prendas de tejidos de lana e hilo?	Entrevista	Cuestionario	Asociación
			¿La asociación se encuentra en la capacidad de aumentar su producción?	Entrevista	Cuestionario	Asociación
		Eficiencia Efectividad Eficacia	¿Capacidad de producción de la asociación? ¿Cantidad de demanda que se pretende cubrir?	Entrevista	Cuestionario	Asociación
		Tecnología	¿Usted cuenta con tecnología para el proceso de producción?	Entrevista	Cuestionario	Asociación
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD			Canal de distribución Red de Transporte Proceso Logístico	¿Cuáles son las características del embarque? ¿Cuál es la red de transporte adecuado para llegar a destino? ¿Cuáles son los costos de origen? ¿Cuáles son los costos de transporte? ¿Cuáles son los costos de destino? ¿Cuáles el precio de la pulpa de mora en planta?	PROPUESTA	
			LOGÍSTICA	Estudio técnico Evaluación financiero Estudio Logístico		

Elaborado por: Diana Yar

3.6. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Con el fin de llevar a cabo la investigación, para el plan de Recolección de Información se ha realizado de una forma técnica a través de Fichaje (Análisis-Linkográfico) y fichas de observación, es decir se obtuvo información de fuentes primarias y secundarias, las cuales sirvieron para el estudio del mercado del país de destino.

Como fuente **primaria** se utilizó la entrevista realizada a la presidenta de la Asociación “Tusa Gabal” y al Sr. Oscar Ruano Director Distrital Zona 1 para conocer datos importantes, tales como, proceso y capacidad de producción, precios, y la comercialización actual de los tejidos de lana e hilos, de igual manera información secundaria, que son los datos estadísticos que provienen de fuente confiables tales como:

- Banco Central de Ecuador(BCE)
- Banco Mundial(BM)
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro- Ecuador)
- TRADE MAP
- Santander Trade
- Unión Europea (UE)

De la misma manera se utilizó el programa Excel para la realización de gráficas estadísticas y proyecciones para ser analizados e interpretados para una mejor elección del mercado.

3.7. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Para el análisis e interpretación de resultados se realizó una entrevista a la presidenta de la Asociación “Tusa Gabal”, obteniendo información concreta y ordenada para posteriormente realizar un análisis de la misma.

Por ende se procedió de la siguiente manera: se substrajo la información de la entrevista realizada obteniendo como resultado los procesos de elaboración,

precio, cantidad y comercialización de los tejidos de lana e hilo. (Ver anexo No.1)

3.7.1. Análisis e interpretación de resultados.

Análisis: De acuerdo a la entrevista realizada, según Patricia Lloré manifestó que las integrantes de la Asociación “Tusa Gabal” elabora diferentes prendas tejidas de lana e hilo como son gorras, sacos, ponchos, bufandas, tapetes utilizando diferentes tipos de lana para obtener un producto de calidad y se sea acorde a los gustos del cliente.

No cuentan con flujo-gramas establecidos pero si conocen su proceso ya que cada socia realiza la elaboración de las prendas por su propia cuenta en sus hogares y luego estas son trasladadas a las instalaciones de la asociación para su posterior comercialización.

Para poder fijar los precios se realiza un costo de producción, este depende de los gustos y preferencias del consumidor el cual se lo calcula de la siguiente manera, Costo de producción= Mano de obra más materia prima más 10% de utilidad para la asociación, para de esta manera poder determinar los precios de las prendas a nivel local.

La característica que vuelve especiales a estos artículos son las impresiones típicas de los motivos ornamentales de la cultura Pasto, pueblo precolombino que habitó el norte ecuatoriano y el sur de Colombia.

La asociación cuenta con una capacidad de elaboración que puede ayudar a que su producto sea vendido a nivel internacional para ello están dispuestas a incrementar la producción, para cumplir los pedidos del cliente, y si por algún motivo las integrantes no abastecen el pedido subcontrataría a más personal para cumplir con el contrato.

Interpretación:

Luego de haber aplicado el instrumento para la recolección de la información (entrevista), se pudo determinar que la Asociación “Tusa Gabal” está establecida en la ciudad de San Gabriel cuenta con 17 integrantes,

Esta asociación es la única en elaborar prendas con insignias de la cultura pasto permitiéndole ser más competitiva en el mercado local, debido a que las demás asociaciones realizan este tipo de tejidos.

La Asociación desde su fundación ha estado en constante crecimiento, tratando de incorporar a más mujeres a través de cursos y capacitaciones que induzcan a la realización de este tipo de tejidos.

Todas las prendas son elaboradas totalmente a mano, requiere insumos como lana, hilo, agujones, hilo sintético y agujetas estas son confeccionados tomando en cuenta la experiencia en la elaboración de las prendas de las asociadas.

La forma de comercializar que utiliza la asociación se basa en la venta a familiares, amigos y turistas que llegan a la ciudad, además de participar en ferias que organiza las instituciones gubernamentales. Muchas de estas actividades han impedido que la Asociación pueda incrementar sus ventas, perdiendo la oportunidad de exportar sus productos.

La producción mensual por cada una de las asociadas, es de 4 a 5 prendas, dependiendo del pedido que realice el cliente, cabe recalcar que la mayor producción la tienen en la confección de sacos para adultos obteniendo un aproximado de 15 sacos mensuales.

Algunos organismos gubernamentales como: GAD MUNICIPAL MONTÚFAR, PROECUADOR están dispuestos apoyar a esta Asociación a través de eventos que puedan ayudar a posicionar este tipo de tejidos en el mercado internacional.

3.8 ESTUDIO DE MERCADO

3.8.1 Estudio de países consumidores

Destino de las exportaciones ecuatorianas de prendas y complementos de vestir de punto

Valor miles USD FOB
Año 2012

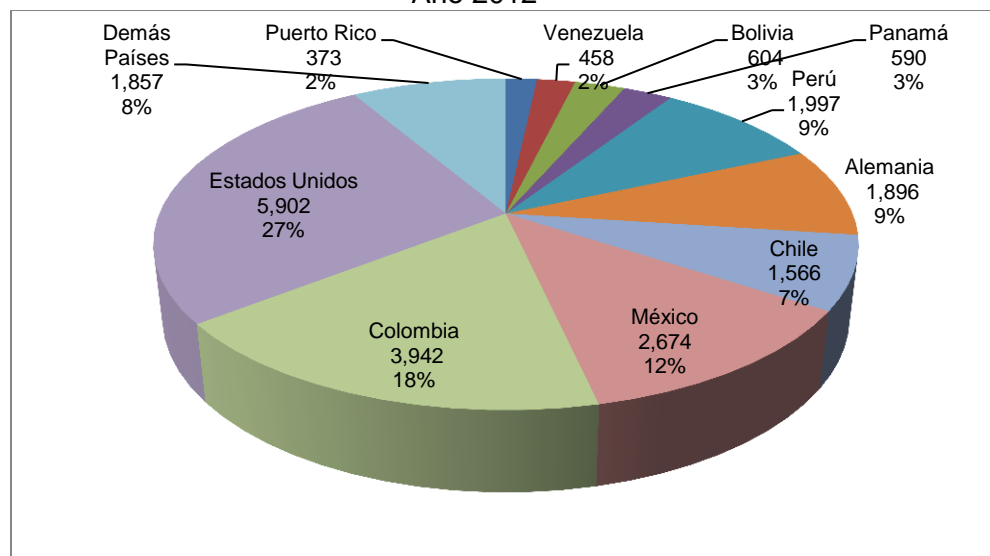


Gráfico 3: Estudio de países consumidores

Fuente: Pro Ecuador (2012)

El destino de las exportaciones de Ecuador con más porcentaje de exportación está entre Estados Unidos con un 27%, seguido por Colombia con el 18% y México con el 12%, y los países que adquieren menor cantidad son Venezuela 2%, Puerto Rico 2%.




De acuerdo a los datos proporcionados se ha identificado a tres países potenciales consumidores como lo son Estados Unidos, México, Chile, en donde se ha encontrado un porcentaje de consumo muy elevado para la comercialización de los tejidos de lana e hilo dando paso a la apertura de un nuevo mercado.

3.8.1.1 Análisis Situacional

3.8.1.1.1 Factores Externos

3.8.1.1.1.1 Factores Socioeconómicos




Tabla 7: PIB

Indicador: PIB		
<p>Descripción: El PIB per cápita es el producto interno bruto dividido por la población a mitad de año. EL PIB es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos.</p> <p>Se calcula sin hacer deducciones por depreciación de bienes manufacturados o por agotamiento y degradación de recursos naturales. Datos en US\$ apreciados actuales. (Banco Mundial, 2016) se puede decir que establece el ingreso de cada habitante de un país, permitiendo conocer el estado en el que se encuentra cada habitante para ofertar un determinado producto.</p>		
<p>Chile(2014)258.1 mil millones</p> 	<p>México(2014) 1,295 billones</p> 	<p>Estados Unidos(2014) 17,42</p> 
<p>billones</p>	<p>billones</p>	<p>billones</p>
<p>PIB per- cápita \$14.528,3</p>	<p>PIB per- cápita 10.325,6</p>	<p>PIB per- cápita 54.629,5</p>
<p>Es el primer país sudamericano en ingresar a la OCDE, Chile es una de las economías de América Latina que ha crecido más rápidamente, pero a pesar de progresar considerablemente en la reducción de la pobreza, todavía enfrenta el reto de la desigualdad.</p> <p>Chile cuenta con una buena economía a pesar de la caída del precio del cobre, ocupando el puesto 43 en el ranking de los 196 países por volumen del PIB y el puesto 35 en el ranking de competitividad).</p> <p>Gracias a sus reformas estructurales ambiciosas, Chile sigue siendo un referente latinoamericano de progreso, desarrollando políticas públicas creativas que regularmente son analizadas y estudiadas, las cuales se convierten en modelos internacionales de buen Gobierno.</p>	<p>México es la 14ª potencia económica del mundo y la segunda de América Latina. La labor del Banco Mundial en México se organiza en torno a un modelo que ofrece soluciones integrales y personalizadas para el desarrollo mediante un paquete de herramientas financieras.</p> <p>México es la economía número 15 en el ranking de los 196 países por volumen de PIB, ocupando el puesto 57 en el ranking de competitividad.</p> <p>Importante productor petrolero, se ha visto penalizado por la caída de los precios a nivel mundial en 2014, mientras que las inversiones extranjeras directas han disminuido considerablemente. Sin embargo, la economía ha aprovechado el auge del sector automotriz.</p>	<p>Estados Unidos ha obtenido 5,61 puntos en el Índice de Competitividad publicado por el Foro económico Mundial, que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. Ha mejorado su puntuación respecto al informe del año anterior en el que obtuvo 5,54 puntos.</p> <p>Dicho valor le coloca entre los 10 países más competitivos del mundo.</p> <p>El PIB per cápita es un muy buen indicador de la calidad de vida y en el caso de Estados Unidos, en 2015, fue de 50.292 euros. Esta cifra supone que sus habitantes tienen un buen nivel de vida, ya que ocupa el puesto número 7 en el ranking de 196 países. que tenía en 2015</p>

Fuente: Banco Mundial, Datosmacro.com (2014-2016)

Elaborado por: Diana Yar

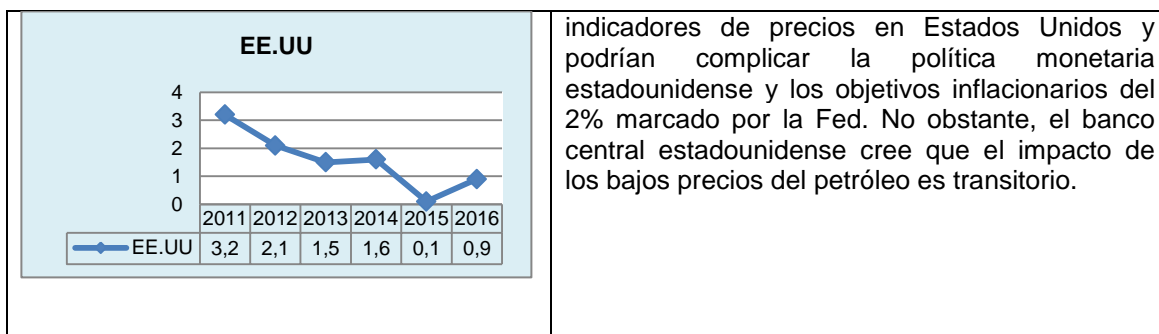
Tabla 8: Doing Business (Facilidad para hacer Negocios)

Indicador: DOING BUSINESS																																																																																																																																																																										
Descripción: Es el estudio que se realiza para medir las facilidades que ofrecen los países para hacer negocios, presenta indicadores sobre el marco regulatorio, pago de impuestos, acceso al crédito, protección de los inversores, entre otros.																																																																																																																																																																										
 Chile (2014)	 México(2014)	 Estados Unidos(2014)																																																																																																																																																																								
<p>Chile se encuentra en el 48º puesto de los 189 países que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.</p> <p>En el último año Chile no ha variado su posición respecto al año anterior.</p> <table border="1" data-bbox="300 821 643 1010"> <caption>Chile - Índice Doing Business</caption> <thead> <tr> <th>Fecha</th> <th>Índice</th> <th>Doing Business</th> <th>Apertura de un negocio</th> <th>Permisos de construcción</th> <th>Obtención de electricidad</th> <th>Registro de propiedades</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2016</td> <td>71,68</td> <td>48º</td> <td>62º</td> <td>24º</td> <td>13º</td> <td>9º</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>73,86</td> <td>48º</td> <td>58º</td> <td>25º</td> <td>13º</td> <td>49º</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>71,15</td> <td>39º</td> <td>52º</td> <td>61º</td> <td>47º</td> <td>44º</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>73,33</td> <td>34º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>72,06</td> <td>33º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>69,52</td> <td>43º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>68,12</td> <td>49º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Fecha	Índice	Doing Business	Apertura de un negocio	Permisos de construcción	Obtención de electricidad	Registro de propiedades	2016	71,68	48º	62º	24º	13º	9º	2015	73,86	48º	58º	25º	13º	49º	2014	71,15	39º	52º	61º	47º	44º	2013	73,33	34º					2012	72,06	33º					2011	69,52	43º					2010	68,12	49º					<p>México se encuentra en el 38º puesto del "Doing Business" de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. En el último año México ha mejorado su posición, ya que el año anterior estaba en el 42º, así que se ha hecho más fácil realizar negocios en el país.</p> <table border="1" data-bbox="662 894 1029 1073"> <caption>México - Índice Doing Business</caption> <thead> <tr> <th>Fecha</th> <th>Índice</th> <th>Doing Business</th> <th>Apertura de un negocio</th> <th>Permisos de construcción</th> <th>Obtención de electricidad</th> <th>Registro de propiedades</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2016</td> <td>73,72</td> <td>38º</td> <td>69º</td> <td>62º</td> <td>12º</td> <td>9º</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>72,15</td> <td>42º</td> <td>63º</td> <td>69º</td> <td>12º</td> <td>119º</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>70,63</td> <td>43º</td> <td>61º</td> <td>67º</td> <td>112º</td> <td>109º</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>70,90</td> <td>51º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>69,04</td> <td>53º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>67,44</td> <td>39º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>65,10</td> <td>51º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Fecha	Índice	Doing Business	Apertura de un negocio	Permisos de construcción	Obtención de electricidad	Registro de propiedades	2016	73,72	38º	69º	62º	12º	9º	2015	72,15	42º	63º	69º	12º	119º	2014	70,63	43º	61º	67º	112º	109º	2013	70,90	51º					2012	69,04	53º					2011	67,44	39º					2010	65,10	51º					<p>Es útil saber se encuentra en el 7º puesto del Doing Business de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.</p> <table border="1" data-bbox="1049 695 1451 884"> <caption>Estados Unidos - Índice Doing Business</caption> <thead> <tr> <th>Fecha</th> <th>Índice</th> <th>Doing Business</th> <th>Apertura de un negocio</th> <th>Permisos de construcción</th> <th>Obtención de electricidad</th> <th>Registro de propiedades</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2016</td> <td>82,15</td> <td>7º</td> <td>49º</td> <td>33º</td> <td>11º</td> <td>0º</td> </tr> <tr> <td>2015</td> <td>82,15</td> <td>7º</td> <td>44º</td> <td>33º</td> <td>11º</td> <td>29º</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>81,96</td> <td>7º</td> <td>41º</td> <td>43º</td> <td>58º</td> <td>30º</td> </tr> <tr> <td>2013</td> <td>84,94</td> <td>4º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>85,65</td> <td>4º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2011</td> <td>85,72</td> <td>5º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>85,72</td> <td>4º</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Fecha	Índice	Doing Business	Apertura de un negocio	Permisos de construcción	Obtención de electricidad	Registro de propiedades	2016	82,15	7º	49º	33º	11º	0º	2015	82,15	7º	44º	33º	11º	29º	2014	81,96	7º	41º	43º	58º	30º	2013	84,94	4º					2012	85,65	4º					2011	85,72	5º					2010	85,72	4º				
Fecha	Índice	Doing Business	Apertura de un negocio	Permisos de construcción	Obtención de electricidad	Registro de propiedades																																																																																																																																																																				
2016	71,68	48º	62º	24º	13º	9º																																																																																																																																																																				
2015	73,86	48º	58º	25º	13º	49º																																																																																																																																																																				
2014	71,15	39º	52º	61º	47º	44º																																																																																																																																																																				
2013	73,33	34º																																																																																																																																																																								
2012	72,06	33º																																																																																																																																																																								
2011	69,52	43º																																																																																																																																																																								
2010	68,12	49º																																																																																																																																																																								
Fecha	Índice	Doing Business	Apertura de un negocio	Permisos de construcción	Obtención de electricidad	Registro de propiedades																																																																																																																																																																				
2016	73,72	38º	69º	62º	12º	9º																																																																																																																																																																				
2015	72,15	42º	63º	69º	12º	119º																																																																																																																																																																				
2014	70,63	43º	61º	67º	112º	109º																																																																																																																																																																				
2013	70,90	51º																																																																																																																																																																								
2012	69,04	53º																																																																																																																																																																								
2011	67,44	39º																																																																																																																																																																								
2010	65,10	51º																																																																																																																																																																								
Fecha	Índice	Doing Business	Apertura de un negocio	Permisos de construcción	Obtención de electricidad	Registro de propiedades																																																																																																																																																																				
2016	82,15	7º	49º	33º	11º	0º																																																																																																																																																																				
2015	82,15	7º	44º	33º	11º	29º																																																																																																																																																																				
2014	81,96	7º	41º	43º	58º	30º																																																																																																																																																																				
2013	84,94	4º																																																																																																																																																																								
2012	85,65	4º																																																																																																																																																																								
2011	85,72	5º																																																																																																																																																																								
2010	85,72	4º																																																																																																																																																																								

Fuente: Datosmacro.com
Elaborado por: Diana Yar

Tabla 9: Inflación

Indicador: INFLACIÓN															
<p>Descripción: La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios en un país a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta a los hogares. (Banco Central del Ecuador, 2016)</p> <p>Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices, que reflejan el crecimiento porcentual de una canasta de bienes ponderada. El índice de medición de la inflación es el Índice de Precios al Consumidor (IPC) Este índice mide el porcentaje de incremento en los precios de una canasta básica de productos y servicios que adquiere un consumidor típico en el país.</p>															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>2011</th> <th>2012</th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>chile</td> <td>3,3</td> <td>3</td> <td>1,9</td> <td>4,4</td> <td>4,4</td> <td>3,7</td> </tr> </tbody> </table>	Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016	chile	3,3	3	1,9	4,4	4,4	3,7	<p>Hablar de inflación en Chile, es referirse a menudo al índice de precios al consumo, abreviado como IPC. El IPC chileno muestra la evolución de los precios de una serie definida de productos y servicios que adquieren los hogares en Chile para su consumo. Para determinar la inflación, se analiza cuánto ha aumentado porcentualmente el IPC en un período determinado con respecto al IPC en un período anterior. En caso de caída de los precios, se habla de deflación (inflación negativa)</p> <p>Ahora bien el índice inflacionario de Chile en el 2015 se ha mantenido porcentualmente en comparación al 2014.</p>
Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016									
chile	3,3	3	1,9	4,4	4,4	3,7									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Año</th> <th>2011</th> <th>2012</th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MÉXICO</td> <td>3,4</td> <td>4,1</td> <td>3,8</td> <td>4</td> <td>2,8</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016	MÉXICO	3,4	4,1	3,8	4	2,8	3	<p>En el 2012 el promedio de inflación de México fue de 4,1% que está por encima de lo alcanzado en el 2011 que fue de 3,4% esto se debe a la caída de los servicios telefónicos y menores costos de algunos productos agropecuarios para el público en general (El economista.com, 2012).</p> <p>Según los datos del 2015 se manifiesta en medio de un débil crecimiento económico y bajas en las tarifas de telefonía móvil, las presiones sobre los precios disminuyeron con fuerza para permitir niveles bajos nunca antes vistos, también se estimó que las presiones están alineadas para alcanzar una variación del 3.1% anual en el 2016, considerando que en enero, el INPC tendrá un comportamiento positivo ante la baja en los precios de la gasolina y las tarifas eléctricas, que restarán presiones de los consumidores. (El economista.com, 2015).</p>
Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016									
MÉXICO	3,4	4,1	3,8	4	2,8	3									
	<p>La tasa de variación anual del IPC en Estados Unidos en marzo de 2016 ha sido del 0,9%, 1 décima inferior a la del mes anterior.</p> <p>El Índice de Precios al Consumo (IPC) de Estados Unidos cayó en diciembre un 0,4 % respecto a noviembre, debido a la caída en los precios del petróleo, lo que provocó el mayor retroceso de este indicador desde 2008, según datos oficiales divulgados. (El mundo, 2015).</p> <p>La caída de los precios del petróleo y la renovada fortaleza del dólar están desplomando los</p>														




indicadores de precios en Estados Unidos y podrían complicar la política monetaria estadounidense y los objetivos inflacionarios del 2% marcado por la Fed. No obstante, el banco central estadounidense cree que el impacto de los bajos precios del petróleo es transitorio.

Fuente: Datosmacro.com
Elaborado por: Diana Yar

Tabla 10: Balanza Comercial Ecuador-Chile

Indicador: BALANZA COMERCIAL
Descripción: Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. (Pro Ecuador, 2013)

Chile (2014) 

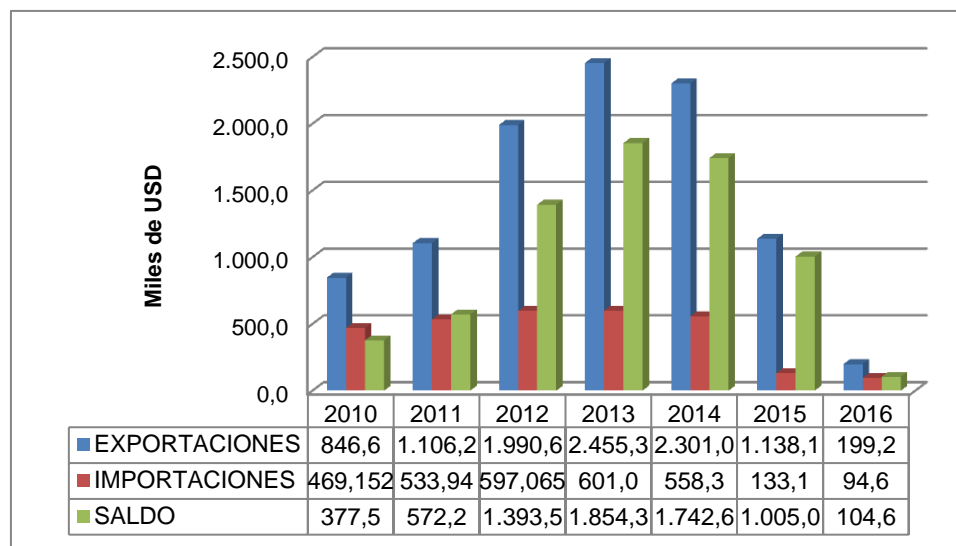


Gráfico 4: Balanza Comercial Ecuador-Chiles Miles USD
 Datos marzo 2016*
Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR(2016), FICHA PROECUADOR(2014)
Elaborado por: Diana Yar

La balanza comercial entre Ecuador y Chile en los últimos 5 años ha sido positiva datos que son reflejados en las exportaciones.

Para el 2013 las exportaciones alcanzaron USD 2.455,3 millones y las importaciones USD 601,0 millones, resultando una Balanza Comercial positiva de USD 1.854,3 millones. El Ecuador ha exportado 536 subpartidas (10 dígitos) hacia Chile en el 2013, las exportaciones

del año registran un incremento del 23.80% entre 2012 y 2013. Las importaciones registran un crecimiento del 0.66% entre 2012 y 2013.

La relación comercial entre Chile y Ecuador se ha profundizado en los últimos por ello, se concretó el nuevo Acuerdo de Complementación Económica ACE No. 65 (dejando sin efecto el anterior, ACE No. 32). Este nuevo acuerdo incluye modificaciones principalmente en el campo de la Normativa de Origen, manteniendo las mismas Listas de Excepciones del acuerdo anterior que agrupan cerca del 96% de todo el universo arancelario.

Tabla 11: Balanza Comercial Ecuador-México

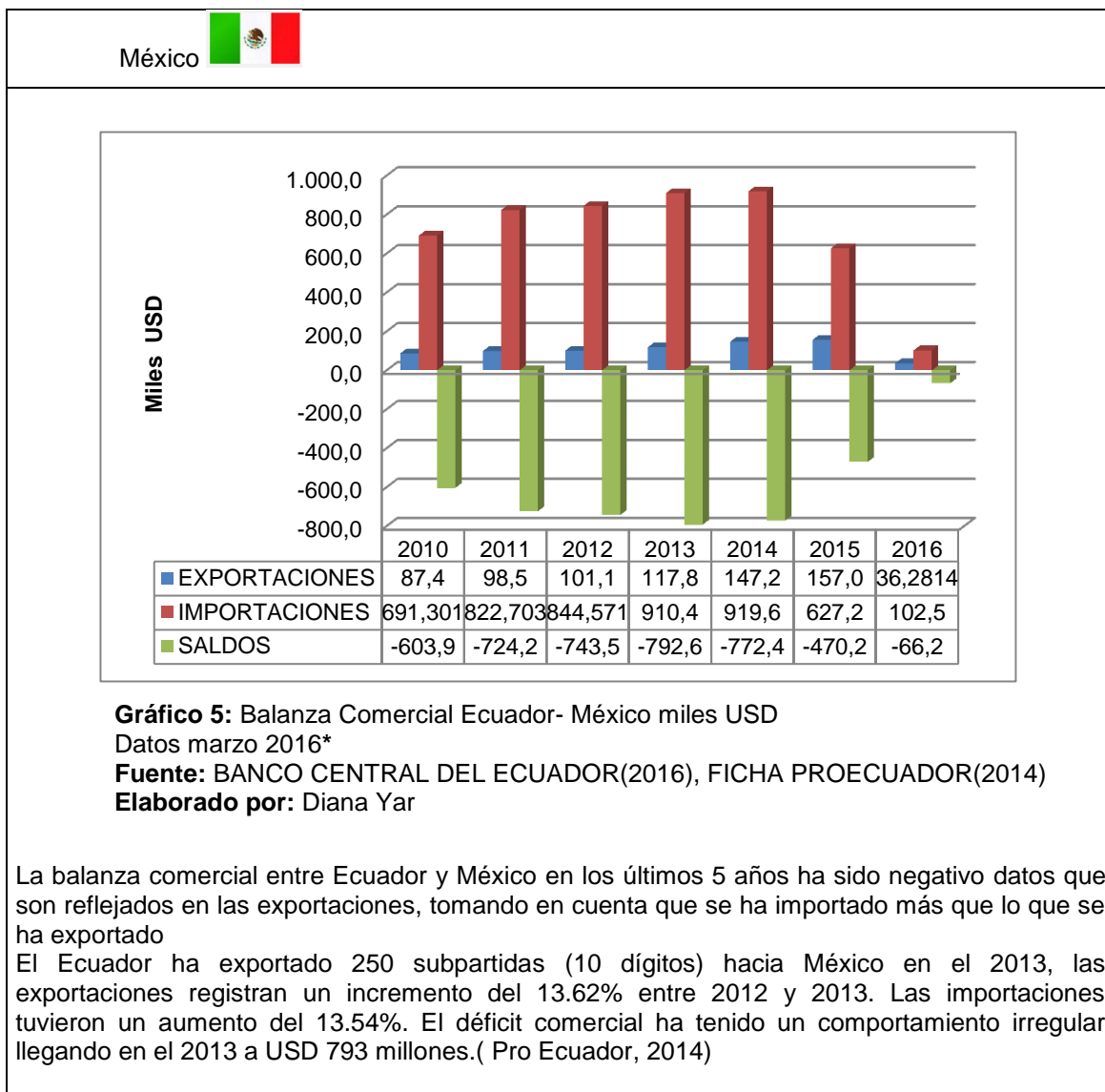


Tabla 12: Balanza Comercial Ecuador- Estados Unidos

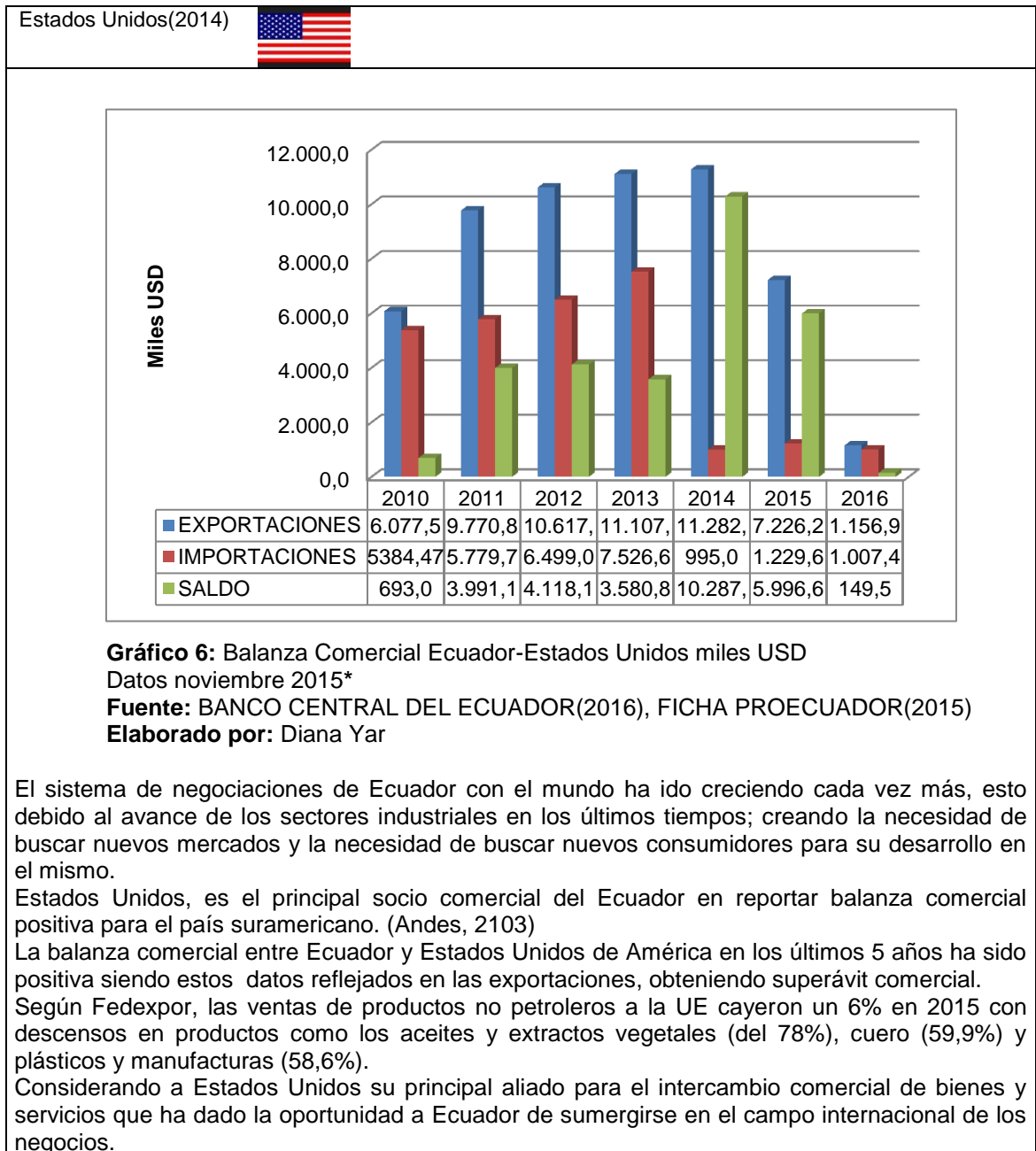


Tabla 13: Riesgo País

Indicador: RIESGO PAÍS		
<p>Descripción: El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos. (Banco Central del Ecuador, 2016).</p> <p>El riesgo país se mide en puntos base, donde 100 puntos base equivale a un punto porcentual. Cabe mencionar que el riesgo soberano impone, en la mayoría de los casos, un piso a las tasas de interés, internas y externas, a la que las empresas y consumidores pueden endeudarse. Luego, si el riesgo soberano es mayor, las tasas de interés de los créditos para el sector privado serán más altas.</p>		
<p>Chile (2014) </p>	<p>México(2014) </p>	<p>Estados Unidos(2014) </p>
 <p>El riesgo Comercial de Chile es mínimo. El riesgo político se encuentra muy estable significa que existe un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables. La situación política constituye un factor positivo en la valoración del riesgo del país.</p>	 <p>El riesgo Comercial de México es alto. El riesgo político se encuentra muy estable significa que existe un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables. La situación política constituye un factor positivo en la valoración del riesgo del país.</p>	 <p>El riesgo Comercial de Estados Unidos es alto. El riesgo político se encuentra muy estable significa que existe un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables. La situación política constituye un factor positivo en la valoración del riesgo del país.</p>

Fuente: CESPE, (BANCO CENTRAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ, 2015)

Elaborado por: Diana Yar

3.8.1.1.2 Factores Políticos

Tabla 14: Tipo de Gobierno

Indicador: TIPO DE GOBIERNO		
Descripción: El término gobierno hace alusión al ejercicio de poder en un determinado Estado o bien, se habla de gobierno como la conducción política en sí. (tiposde.org, 2012-2016).		
 Chile (2014)	 México(2014)	 Estados Unidos(2014)
<p>La República de Chile es un Estado unitario democrático y presidencialista, conformado por diversas instituciones autónomas que se insertan en un esquema constitucional que determina ciertas funciones y distribuye las competencias entre los órganos del Estado. El poder ejecutivo, el gobierno y la administración pública están encabezados por el Presidente de la República, que es el jefe de Estado y de gobierno. De acuerdo a la Constitución, el Presidente permanece en el ejercicio de sus funciones por un término de 4 años y no puede ser reelegido para el período siguiente. El Presidente de la República designa a los ministros de Estado, quienes son sus colaboradores directos e inmediatos en el gobierno y administración del Estado y funcionarios de su exclusiva confianza. El Senado, constituido por 38 senadores, son elegidos por votación popular que permanecen en el cargo por 8 años, con la posibilidad de ser reelectos en sus respectivas circunscripciones, las que eligen dos senadores en cada elección. Cada 4 años se renueva la mitad</p>	<p>Los Estados Unidos Mexicanos es una nación democrática, federal y laica, cuyo gobierno está basado en un sistema presidencial o congresista en el que el presidente de México es el jefe de Estado, en un sistema pluripartidista. El gobierno federal está repartido en tres poderes: ejecutivo, legislativo y judicial, de acuerdo a lo establecido por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en 1917. El poder ejecutivo es dirigido por el Presidente, aconsejado por el gabinete de ministros, a los cuales se les llama oficialmente secretarios de Estado. El poder legislativo recae en el Congreso de la Unión, un cuerpo legislativo bicameral compuesto por la Cámara de Senadores y la Cámara de Diputados. El poder judicial se encarga de la judicatura, conformada por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, el Consejo de la Judicatura Federal, los tribunales colegiados y unitarios de Circuito, así como por los Juzgados de distrito. Claramente en el código electoral de México, establece que solo los partidos políticos pueden presentar el registro de las candidaturas a nivel municipal, estatal y federal; A partir de la reforma electoral publicada el 10 de febrero de 2014 en el Diario Oficial de la</p>	<p>El Gobierno Federal de los Estados Unidos está constituido bajo las teorías de separación de poderes, pesos y contrapesos (checks and balances). El gobierno está dividido en tres ramas: legislativa, ejecutiva y judicial. Cada rama tiene una esfera de competencia propia y poderes que les permiten limitar las acciones de las otras dos ramas. La finalidad de este sistema es evitar la tiranía que ocurriría si una rama del gobierno concentrara demasiado poder y dominara a las otras dos. La Constitución de los Estados Unidos, aprobada en 1789 por una convención constitucional en Filadelfia, establece el marco básico del gobierno de Estados Unidos en sus siete artículos. Esta Constitución sustituyó el sistema confederado, que estuvo en vigor de 1781 a 1788. La Constitución actualmente se exhibe en los Archivos Nacionales de Estados Unidos. Las Leyes de Estados Unidos están contenidas en la legislación federal, recopiladas en el Código de Estados Unidos; las regla dictadas por las agencias administrativas reconocidas por la legislación a promulgarlas; y las decisiones judiciales y de agencias interpretando los estatutos y reglamentaciones</p>

<p>de la plantilla de senadores en las elecciones parlamentarias regulares. La Cámara de Diputados, constituida por 120 miembros electos por votación popular que permanecen 4 años en sus cargos y también pueden ser reelectos en sus respectivos distritos, los que eligen dos diputados en cada elección, en que se renueva la totalidad de la Cámara.</p> <p>El poder judicial, constituido por tribunales autónomos e independientes, tiene a la Corte Suprema de Justicia como su institución más alta. Además, existe un Ministerio Público autónomo y jerarquizado.</p>	<p>Federación, decreto por el que se reforman, adicionan y derogan 29 artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia político-electoral, que permite entre otras cosas, las candidaturas independientes.</p>	
--	--	--

Fuente: Gobierno de Chile, Embajada de Estados Unidos

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 15: Acuerdos Comerciales




Indicador: ACUERDOS COMERCIALES		
Descripción: Un acuerdo comercial es un convenio bilateral o multilateral entre estados, que busca conformar los intereses de cada una de las partes y aumentar el intercambio comercial, entre otros objetivos. (gestiopolis, 2000-2016).		
Chile (2014) 	México(2014) 	Estados Unidos(2014) 
<p>Chile y Ecuador firmaron el Acuerdo de Complementación Económica (ACE N°32) en 1994, con el objetivo de crear un espacio económico ampliado entre ambos países. En octubre de 2004 ambos países emitieron un comunicado conjunto anunciando que negociarían un tratado de libre comercio. Dicha iniciativa concluyó con la firma del Acuerdo de Complementación Económica N°65 el 10 de marzo de 2008. El 25 de enero de 2010 el ACE N°65 entró en vigencia reemplazando el ACE N°32 y ampliando los capítulos relativos al comercio de servicios, inversiones y modernización del mecanismo de solución de controversias. Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI): Acuerdo de alcance parcial. Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGPC): Acuerdo de alcance parcial.</p>	<p>El Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación entre Ecuador-México, suscrito el 31 de mayo 1993 Los convenios y memorandos de entendimiento suscritos por los representantes de los mandatarios de Ecuador y de México, el lunes, 10 de marzo de 2014, son :</p> <p>Documento de Acciones para la profundización y el fortalecimiento del acuerdo de alcance parcial renegociación número 29 entre Ecuador y México.</p> <p>Memorando de Entendimiento Cooperación Técnica entre el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social y la Secretaría de Desarrollo Social de México.</p> <p>Convenio de Cooperación entre el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador y el Fondo de Cultura Económica de México.</p> <p>Convenio de cooperación entre la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT) y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey de México.</p> <p>Memorando de entendimiento entre la empresa pública Yachay e instituciones académicas de México.</p>	<p>Relaciones Bilaterales entre los Estados Unidos y Ecuador Sistema Generalizado de Preferencias EE.UU y Ecuador.Cláusula de la Nación más Favorecida (NMF)</p>

Fuente: SICE (2016), ALADI (2016), CÁMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL, Embajada de los Estados Unidos, (2014)

Elaborado por: Diana Yar

3.8.1.1.1.3 Factores Legales

Tabla 16: Barreras Arancelarias

Indicador: BARRERAS ARANCELARIAS		
Descripción: Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional.(Pro Ecuador, 2015)		
Chile (2014) 	México(2014) 	Estados Unidos(2014) 
<p>Chile aplica un arancel general del 6.0% a las importaciones de la mayoría de productos, y por ende tiene una de la estructuras arancelarias más bajas en América Latina. Sin embargo, la Aduana de Chile se reserva el derecho a aplicar algunos precios mínimos para la valuación de las importaciones. Chile no aplica restricciones cuantitativas a las importaciones; tampoco mantiene un régimen de licencias de importación.</p>	<p>México es Miembro fundador de la Organización Mundial del Comercio y dentro de sus compromisos en esta organización, consolidó un arancel techo promedio general de 36.1%, y para el sector agrícola alcanzó a 44,2% para los sectores no agrícolas 34,9%. México aplicó un arancel NMF promedio en 2010 de 9% para el universo arancelario. México adicionalmente aplica aranceles específicos sobre el 0.7% del total de las subpartidas del arancel, siendo los productos agrícolas y agroindustriales los que están cubiertos por este tipo de medidas. Además de los aranceles, pueden percibirse con motivo de la importación de mercancías el IVA el cual aplica una tasa general del 15%, 10% para la región fronteriza y algunos productos están exentos. Adicionalmente para el caso de algunos productos como bebidas alcohólicas, tabacos, combustibles el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) que varía en función del producto y en el caso de automóviles el Impuesto sobre Automóviles Nuevos (ISAN).</p>	<p>Existe una preferencia arancelaria debido a los diferentes tratados y convenios que Ecuador posee con Estados Unidos, las cuales se harán efectivas cuando se presente el certificado de origen que confirme que es un producto ecuatoriano. Cabe señalar, que no existen restricciones para los artículos de esta subpartida.</p>

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 17: Barreras no Arancelarias

Indicador: BARRERAS NO ARANCELARIAS		
Descripción: Una barrera no arancelaria es toda medida distinta a la imposición de un arancel, que restringe o dificulta el ingreso de un producto a determinado mercado. (IPE, 2012).		
 Chile (2014)	 México(2014)	 Estados Unidos(2014)
<p>Se requiere obtener licencias si las importaciones de mercancías exceden los US\$ 3,500 en valor. Por lo general, estas licencias de importación son otorgadas automáticamente por el Banco Central de Chile. El importador debe llenar una solicitud "Informe de Importación" emitido por el Banco Central que puede ser obtenido y procesado a través de cualquier banco comercial. Los textiles son permitidos previa obtención de un certificado que acredite el "no contenido de aquellos tintes considerados nocivos y prohibidos", según el Environment (Protection Act) de 1986. Dicho certificado ha de ser facilitado por un laboratorio acreditado en la National Accreditation Agency del país de origen, previo envío de las mercancías.</p> <p>Chile no mantiene restricciones cuantitativas ni un régimen de licencias de importación, pero prohíbe la importación de vehículos usados, motocicletas usadas y neumáticos usados y recauchados. Además, el ingreso de ciertos productos está sujeto a formalidades administrativas.(Pro Ecuador, 2014)</p>	<p>La mayoría de las medidas aplicadas se basan en certificaciones, controles de tipo sanitario y fitosanitario, aspectos de etiquetado, manejo de contingentes en el marco de sus compromisos de la OMC y algunas regulaciones de control previo expedido por la Secretaría de Economía.</p> <p>Regulaciones para arancelarias cualitativas en México</p> <p>Regulaciones de etiquetado: ¿Qué elementos deben incluirse en las regulaciones de etiquetado?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Nombre comercial del producto. <input type="checkbox"/> Nombre y dirección del productor, exportador, importador, distribuidor, <input type="checkbox"/> País de origen, <input type="checkbox"/> Registro ante la autoridad competente, <input type="checkbox"/> Peso neto, cantidad del producto, volumen, Instrucciones de uso y de almacenamiento, <input type="checkbox"/> Fecha de producción, caducidad o de durabilidad mínima, <input type="checkbox"/> Número de lote, y Sello o indicación del cumplimiento de una norma de calidad. <p>Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado: Todos los productos para la venta en México deben ser etiquetados en español antes de ser importadas dentro de México.</p>	<p>Prohibiciones, restricciones y licencias de importación.- La lista de productos prohibidos, restringidos o con prescripciones especiales:</p> <p>Productos textiles.-Deben estar sellados, marcados, etiquetados o identificados de algún otro modo, incluyendo información específica.</p> <p>Los productos textiles deben cumplir con requerimientos de contenido, estampado y etiquetado, establecidos en la Ley de Productos y Fibras Textiles, la cual rige y contiene toda la normatividad referente a la importación de los productos de este sector. A continuación, algunos de sus requerimientos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> El nombre del país de origen de fabricación. <input type="checkbox"/> El nombre del fabricante, o identificación de registro emitido por la Comisión Federal de Comercio. <input type="checkbox"/> Porcentajes de peso de las fibras y nombres genéricos del textil deben detallarse en la etiqueta, los componentes que representan menos del 5%, deben ser listados como "otras fibras". <p>(Proecuador,2012)</p>


Fuente: (Gerencia de Investigación de Mercados Dominicana Exporta, 2011), (Chile Pro Ecuador, 2014)

Elaborado por: Diana Yar

3.8.1.1.4 Factores Demográficos

3.8.1.1.4.1 Desempeño Logístico

Tabla 18: Desempeño Logístico

Indicador: DESEMPEÑO LOGÍSTICO		
Descripción: El puntaje general del Índice de Desempeño Logístico refleja las percepciones de la logística de un país basada en la eficiencia del proceso del despacho de aduana, la calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte, la facilidad de acordar embarques a precios competitivos, la calidad de los servicios logísticos, la capacidad de seguir y rastrear los envíos y la frecuencia con la cual los embarques llegan al consignatario en el tiempo programado.(Banco Mundial, 2016)		
Chile (2014) 	México(2014) 	Estados Unidos(2014) 
3,26	3,13	3,92
<p>Según el cuarto estudio del Banco Mundial sobre el desempeño logístico de 160 países, Chile se ubica en el primer puesto en América Latina, el 42 con 3,26 puntos. Si bien esto representa una mejora de 0,9 en el índice, la realidad es que retrocedimos 3 puestos respecto al año 2012.</p> <p>Los mejores puntajes de esta nación se dan en los indicadores de oportunidad, seguimiento, competencia logística, aduanas e infraestructuras. El peor desempeño se da en los envíos internacionales.</p> <p>Chile posee más de 1.500 kilómetros para conectar con 32 puertos en el Océano Pacífico.</p>	<p>México perdió tres posiciones en el Índice de Desempeño Logístico del 2014, elaborado por Banco Mundial (BM), ubicándose así en la posición 50 de 160 economías evaluadas. (El Economista, 2016).</p> <p>En el 2014, México descendió posiciones en cinco de los seis subíndices: aduanas (de la 66 a la 70), infraestructura (de la 47 a la 50), embarques internacionales (de la 43 a la 46), competencia y calidad logística (de la 44 a la 47) seguimiento y trasteo de envíos (de la 49 a la 55).(El Economista, 2016)</p>	<p>Estados Unidos posee una infraestructura de transporte desarrollada, suficiente para soportar las necesidades de su economía.</p>
<p>Carreteras</p> <p>Chile posee una extensa red vial, cuya columna vertebral es la Ruta 5 o panamericana que recorre a el país desde Arica hasta la Isla de Chiloé, pasando por las principales ciudades. La ciudad de Santiago, capital del país, cuenta con cuatro modernos sistemas de autopistas. Son 155 kilómetros (96 millas) de vías de alta velocidad con un sistema de peaje en movimiento free flow, a través de un dispositivo electrónico adosado al parabrisas de cada vehículo conocido como Televía.</p>	<p>México cuenta con una de las más extensas redes de carretera de América Latina, con una extensión de 352.072 kilómetros dentro de los cuales existen 110.367 kilómetros de dos carriles y 10.969 kilómetros de cuatro carriles o más.</p>	<p>Estados Unidos posee una infraestructura de transporte desarrollada, suficiente para soportar las necesidades de su economía. Está compuesta por una red de carreteras de 6, 586,610 km que se extiende por todo el país conectando los 50 estados que lo componen y ocupa el primer lugar en el mundo en red de carreteras, 4,304,715 km son pavimentadas. Incluyendo 76,334 km de autopista y 2,281,895 km de carretera no pavimentada</p>

<p>Infraestructura ferroviaria La red ferroviaria de Chile cuenta con una extensión de 6.585 km, la cual se utiliza principalmente para el transporte de carga, sin embargo, se están restableciendo los servicios de pasajeros.</p>	<p>México cuenta con un total de 26.662 kilómetros en vías férreas, tres principales líneas troncales (Ferrocarriles del Noreste, Pacífico Norte y Sureste), cuatro líneas cortas (Ojinaga-Topolobampo, Coahuila-Durango, Nacozari y Chiapas-Mayab) y el 75 por ciento de la Terminal Ferroviaria del Valle de México. En términos de toneladas-kilómetro, movilizan el 98 por ciento del tráfico ferroviario y operan el 81 por ciento de las vías principales.</p>	<p>El sistema ferroviario de Estados Unidos es el mejor del mundo, tiene un ancho de vía estándar de 1,435 metros de calibre y 224,792 km de longitud, posee trenes de carga, trenes de alta velocidad y tiene una gran conectividad.</p>
<p>Infraestructura Marítima La infraestructura portuaria de Chile está compuesta por más de 70 puertos marítimos. Los puertos más importantes son de norte a sur: Arica, Iquique, Antofagasta, Coquimbo, Valparaíso, San Antonio, Talcahuano, Puerto Montt, Chacabuco y Punta Arenas. Puerto San Antonio es el principal puerto de Chile, tiene 3 terminales, ubicado en la zona central siendo el terminal portuario más cercano a Santiago, la capital del país, cuenta con ventajas competitivas frente a otros terminales de la región, entre los que puede mencionar: su ubicación estratégica, excelentes vías de conexión caminera y ferroviaria, condiciones topográficas favorables y una gran cantidad de áreas de respaldo para proyectar el crecimiento e integración a la infraestructura portuaria.</p>	<p>Los cuatro principales puertos del país, por los que pasa el 60% del tráfico marítimo de mercancías, son Puerto Altamira y Puerto Veracruz en el Golfo de México, región marítima del Océano Atlántico y Puerto Manzanillo y Puerto Lázaro Cárdenas en la costa en la costa del Pacífico. El Puerto de Veracruz es el puerto principal de México situado en una posición estratégica, cuenta con excelentes conexiones ferroviarias y carreteras, que lo enlazan a los principales centros logísticos de México; constituye uno de los puntos más importantes para el abasto de productos al granel e industriales para los principales centros productivos y comerciales del país. Está estratégicamente ubicado en el Golfo de México y se conecta con 3.000 km. De vías que le permiten llegar a las diferentes regiones del país, operando cargas provenientes y con destino hacia todo el territorio mexicano.</p>	<p>En el 2013, los 8 primeros distritos de entrada de los productos ecuatorianos a Estados Unidos representan un 94.46% del total exportado hacia el país por un valor de USD 10,820,481,000. Los distritos fueron: Los Ángeles, California (37.08 %); San Francisco, California (26.41%); Houston/Galveston, Texas (8.55%); Miami, Florida (7,62%); Port Arthur, Texas (5.89%), Nueva York (4.76%); San Diego, California (3,48%); Mobile, Alabama (2,40%); Filadelfia, Nueva y Orleans (2,35%). Los puertos en Estados Unidos son muy organizados y cuentan con grúas especiales para cargar y descargar contenedores de un buque en forma simultánea así elevando la eficiencia y el tiempo de embarque y desembarque de las navieras. Para la costa este sobresalen por importancia los puertos de: Houston, Nueva York, Baltimore, Savannah, Jacksonville, Port Everglades, Miami, New Orleans y Charlestown</p>

		<p>Por la costa oeste los más importantes son Los Ángeles, San Francisco, San Diego. Por la costa céntrica del golfo de México sobresale por su importancia el puerto de Houston.</p>
<p>Infraestructura Aérea Chile cuenta con una extensa red aeroportuaria nacional está compuesta por 330 aeropuertos y aeródromos distribuidos desde Arica a la Antártica, incluyendo territorio insular. (Pro Ecuador, 2014). De acuerdo al ranking de Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés), la infraestructura aeroportuaria de Chile se ubica en el primer lugar entre todos los países latinoamericanos y en el puesto 46 a nivel mundial, según datos para el periodo 2012-2013. La buena evaluación es reflejo del trabajo conseguido por el país gracias a la alianza público-privada la que ha permitido la remodelación y construcción de aeropuertos de primer nivel en el último tiempo.(ablturismo.com, 2016)</p>	<p>México cuenta con la red más extensa de aeropuertos de América Latina, con aeropuertos en cada ciudad de más de 500.000 habitantes. Cuenta con 82 aeropuertos de los cuales 48 cuentan con servicio aduanero a lo largo de su territorio y 1,839 pistas, de las cuales 228 se encuentran pavimentadas. (ProEcuador,2014)</p>	<p>El transporte aéreo está altamente desarrollado, los principales aeropuertos del país son los de Los Ángeles, New York y Miami. Con su sistema de carga aérea cada vez más extensivo, el Aeropuerto Internacional de Los Ángeles es un líder comercial, que aprovecha sus instalaciones modernas y excelentes conexiones con medios de transporte terrestre, acuático y aéreo. El Aeropuerto Internacional de New York John F Kennedy, inaugurado el 1 de julio de 1948, es uno de los más transitados del país y sobre todo en vuelos internacionales siendo el número uno del país en este apartado. Junto con el Newark y La Guardia, sirven a toda el área metropolitana de New York y New Jersey. El Aeropuerto Internacional de Miami, inaugurado en 1928, representa un punto de conexión entre Estados Unidos y Latinoamérica.</p>

Fuente: (AIU, 2014), (Banco Mundial, 2016), (Chile Pro Ecuador, 2015), (México Pro Ecuador, 2015), (Estados Unidos Pro Ecuador, 2015), (El Economista, 2016)

Elaborado por: Diana Yar

3.8.1.1.4.2 Tamaño de la Población

Tabla 19: Tamaño de la Población


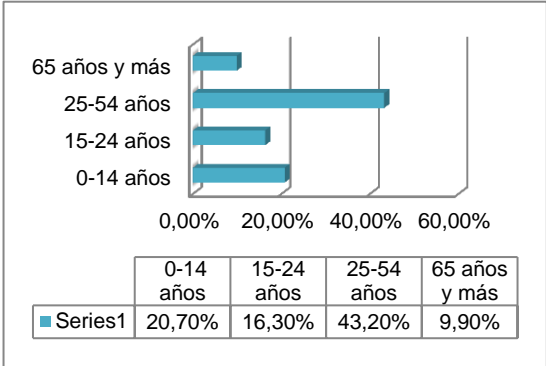

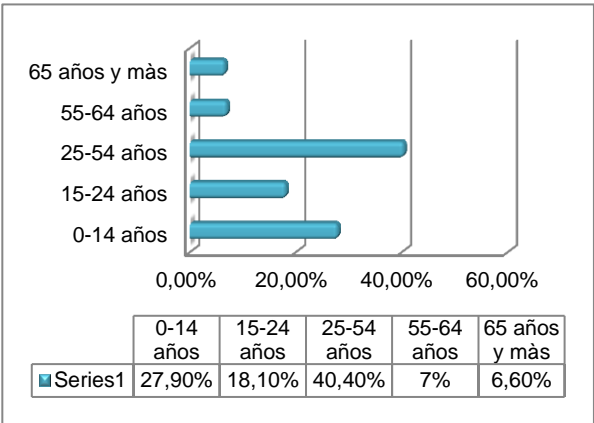
Indicador: TAMAÑO DE LA POBLACIÓN		
Descripción: Es el total de habitantes de una área específico (ciudad, país o continente) en un tiempo determinado. Este indicador es muy importante porque proporciona datos sobre el número de posibles consumidores. Los datos de la población son significativos para los productos de consumo de primera necesidad que tengan una correlación con el tamaño de la población (Lerma, 2010).		
Chile (2014) 	México(2014) 	Estados Unidos(2014) 
17.762.647	125.385.833	318.892.103
Población urbana: 89,4% Población rural: 10,6% Población masculina (en %): 49,5% Población femenina (en %): 50,7% Crecimiento natural: 1,06% Edad media: 32,0 Orígenes étnicos: 90% descendientes de europeos, 5% amerindios, de los cuales 87% de la etnia mapuche La población de Chile es muy amplia la cual se compone de nueve ciudades principales Chile está en el puesto 61 de los 196 estados que componen la tabla de la población mundial de datosmacro.com. En el 2014, la población femenina fue mayoritaria, con 9.000.209 mujeres, lo que se supone el 50,67% del total, frente a los 8.762.438 hombres que son el 49,33%. Chile, situado en el puesto 41 del ranking de densidad mundial, tiene una baja densidad de la población de 23 habitantes por Km^2 . (datosmacro.com, 2014)	Población urbana: 79,0% Población rural: 21,0% Densidad de la población: 65 hab./km ² Población masculina (en %): 48,8% Población femenina (en %): 50,3% Crecimiento natural: 1,32% Edad media: 26,0 Orígenes étnicos: 60% mestizos (Amerindio - Español), 30% amerindios, 9% blancos y otros 1%. México está entre los países con más población del mundo, dentro del ranking de 196 estados que componen la tabla de la población mundial de datosmacro.com. En 2014, la población femenina fue mayoritaria, con 63.017.797 mujeres, lo que supone el 50,26% del total, frente a los 62.368.036 hombres que son el 48,8%.	Población urbana: 81,4% Población rural: 18,6% Población masculina (en %):49,2% Población femenina (en %):50,4% Crecimiento natural: 0,74% Edad media: 37,8 Orígenes étnicos: De acuerdo a la Oficina del Censo de Estados Unidos (U.S. Census Bureau), la mayoría de los estadounidenses son de origen europeo o de del Medio Oriente, representando a más del 77% de la población. Además, más del 17% de la población tiene raíces hispanas o latinas, 13% son afroamericanos, y alrededor del 5% son asiáticos. Los Nativos Americanos y Nativos de Alaska constituyen alrededor del 1% de la población, y los Nativos de Hawaii y otras islas del Pacífico representan al 0,2% de la población.

Fuente: (Santander Trade.com, 2016) (Datosmacro.com, 2014) (INEI, 2015)

Elaborado por: Diana Yar

3.8.1.1.4.3 Estructura de Edades

Tabla 20: Estructura de Edades

Indicador: ESTRUCTURA DE EDADES													
Descripción: Distribución relativa de la población según grandes grupos de edad. Se expresa en porcentajes.													
 <p>Chile (2014)</p>													
 <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th></th> <th>0-14 años</th> <th>15-24 años</th> <th>25-54 años</th> <th>65 años y más</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Series1</td> <td>20,70%</td> <td>16,30%</td> <td>43,20%</td> <td>9,90%</td> </tr> </tbody> </table>		0-14 años	15-24 años	25-54 años	65 años y más	Series1	20,70%	16,30%	43,20%	9,90%	<p>Los datos del censo 2002 ratifican un descenso porcentual de los menores de quince años versus un aumento de adultos mayores. Los primeros representan el 25,7% y los de sesenta años o más el 11,4%. Pero podemos observar que para el año 2015 los datos han cambiado teniendo el mayor porcentaje en los adultos. Los cambios demográficos -natalidad, mortalidad y migración-, influyen directamente en la estructura de la población por sexo y edades a través del tiempo, cambios que a su vez son consecuencia de la incidencia de los factores sociales, económicos y culturales sobre las pautas de comportamiento sociodemográfico en el ámbito individual, de pareja, de familia y de la sociedad. (Instituto Nacional de Estadísticas-Chile, 2014).</p>		
	0-14 años	15-24 años	25-54 años	65 años y más									
Series1	20,70%	16,30%	43,20%	9,90%									
 <p>México(2014)</p>													
 <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th></th> <th>0-14 años</th> <th>15-24 años</th> <th>25-54 años</th> <th>55-64 años</th> <th>65 años y más</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Series1</td> <td>27,90%</td> <td>18,10%</td> <td>40,40%</td> <td>7%</td> <td>6,60%</td> </tr> </tbody> </table>		0-14 años	15-24 años	25-54 años	55-64 años	65 años y más	Series1	27,90%	18,10%	40,40%	7%	6,60%	<p>La población en México de 25 a 54 años representa un potencial de adultos del 40,40% seguido por los niños- jóvenes de 0 -14 años lo cual el producto ofertado no afecta la edad ya que es un producto general.</p>
	0-14 años	15-24 años	25-54 años	55-64 años	65 años y más								
Series1	27,90%	18,10%	40,40%	7%	6,60%								
<p>Gráfico 7: Edad Chile Fuente: Indexmundi(2015) Elaborado por: Diana Yar</p>													
<p>Gráfico 8: Edad México Fuente: Central Intelligence Agency(2015) Elaborado por: Diana Yar</p>													

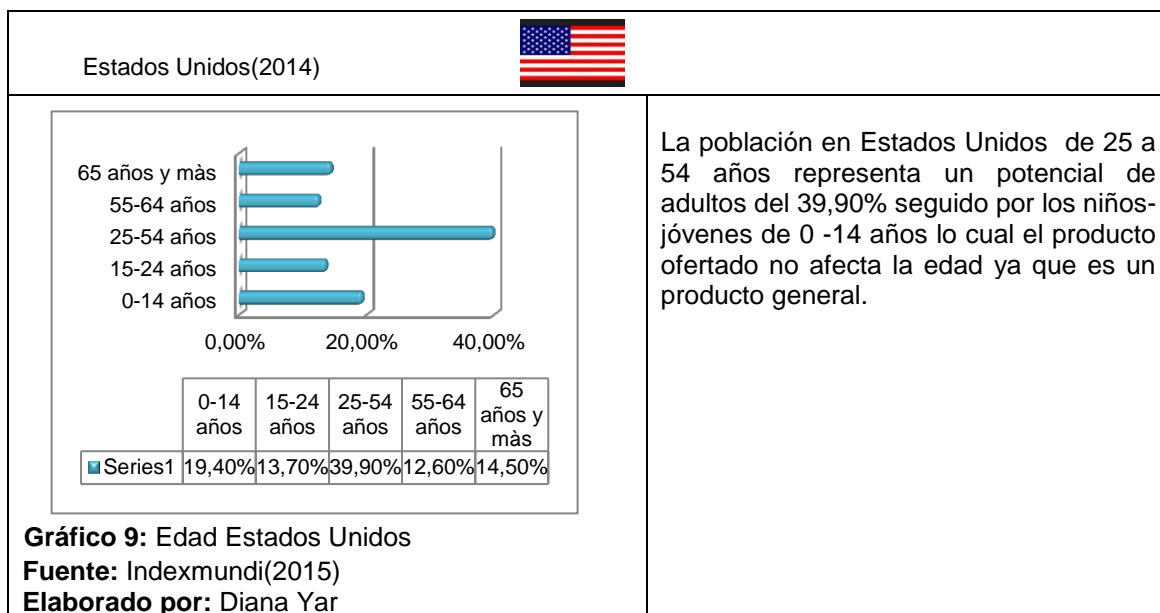


Gráfico 9: Edad Estados Unidos

Fuente: Indexmundi(2015)




Elaborado por: Diana Yar

Fuente: Indexmundi (2015)

Elaborado por: Diana Yar

3.8.1.1.5 Factores Culturales

Tabla 21: Lenguaje

Indicador: LENGUAJE		
Descripción: El Lenguaje es la capacidad que toda persona tiene de comunicarse con las demás mediante signos orales, escritos, gestuales, mímicos, simbólicos, etc. El Lenguaje es una actividad humana que nace con el hombre, que sólo a él pertenece y que le permite comunicarse y relacionarse al poder expresar y comprender mensajes. (Santaella, 2011).		
 Chile (2014)	 México(2014)	 Estados Unidos(2014)
<p>La lengua oficial de la República de Chile es el español (castellano), que es hablado por toda la población, pero también existen comunidades indígenas que utilizan sus propios idiomas o dialectos, como el mapudungún (en la zona sur) el aymará (región andina del norte) y el rapanui (en Isla de Pascua). Es importante consignar que en Chile se habla el "chileno". Este último consta del español como base, pero complementado por gran cantidad de modismos (locales y foráneos) y palabras aborígenes. La gente suele hablar bastante rápido, sin pronunciar la letra "s" al final de las palabras y con un tono muy especial. Por estos motivos, a</p>	<p>Lengua oficial: Español Otras lenguas habladas: Muchos mexicanos hablan inglés. En algunas zonas rurales se hablan dialectos indígenas. Idioma(s) de negocios: español e inglés.</p>	<p>Lengua oficial: A nivel nacional no hay una lengua oficial. Sin embargo, el inglés es la lengua oficial de la mayoría de los estados del país, y la lengua que más se habla. Otras lenguas habladas: El español es el idioma más hablado después del inglés. Dicho idioma se puede encontrar en las siguientes regiones: Arizona, Texas, California, Florida y Nuevo México, pero se pueden encontrar comunidades de habla hispana por todo el país. En estados con una proporción importante de inmigrantes, se pueden escuchar también otras</p>

<p>muchos turistas les cuesta comprender de buena forma cuando les hablan en “chileno”. (chileinside.cl, 2014). Lengua oficial: Español Otras lenguas habladas: Dialectos indígenas Idioma(s) de negocios: Español, inglés</p>		<p>lenguas, como el chino, japonés, italiano, alemán, polaco o el griego. Además, hay muchas lenguas aborígenes (de las poblaciones Nativas Americanas), como el navajo, cree, cheroqui, etc. Idioma(s) de negocios: inglés.</p>
--	--	--

Fuente: (chileinside.cl, 2014), (Santander Trade, 2016)
Elaborado por: Diana Yar

Tabla 22: Normas de Cortesía




Indicador: Normas de Cortesía		
<p>Descripción: Cortesía es un término que procede de cortés, un adjetivo que permite nombrar a las personas atentas, afables y comedidas. Las normas de cortesía son frases o acciones que expresan los buenos modales de una persona y el respeto de esta hacia los demás. Son frases que demuestran el grado de consideración que sentimos hacia aquellas personas a quienes nos dirigimos, y deben darse a todos por igual, sin importar su condición social o jerarquía; en la familia, en el trabajo, en la escuela y aun, cuando debemos dirigirnos a desconocidos. (Echeverry, 2013)</p>		
<p>Chile (2014) </p>	<p>México(2014) </p>	<p>Estados Unidos(2014) </p>
<p>Tenga en cuenta que los chilenos tienden a tener un sentido inherente de la cortesía que a veces les lleva a decir lo que piensan. Ellos quieren que usted preste atención a lo que se le dice, en lugar de dar una respuesta sincera. Es por ello que es mejor abstenerse de responder y prestarse a oír al interlocutor. El honor personal es muy importante para estos empresarios, deberá evitar la crítica pública de otros y también de hacer cualquier cosa que pueda crear confusión. El sentido del humor se aprecia, aunque en su mayor parte, las reuniones permanecerán muy centradas y serias. Mostrar amabilidad y respeto hacia los demás son cualidades valoradas, y hay una tendencia a evitar el comportamiento agresivo. Es importante ser empático en sus relaciones, especialmente con aquellos menos afortunados que uno.</p>	<p>Las citas de negocios deben acordarse con al menos dos semanas de antelación. Siempre es conveniente reconfirmar un encuentro una semana antes de la reunión prevista. Es más, es bien visto volver a confirmar de nuevo el encuentro una vez que la contraparte arriba a México y asegúrese de que el secretario de la persona con la que se reunirá sepa cómo contactarse con usted. Es importante que usted llegue a tiempo a reuniones, pese a sus socios comerciales de México puede ser de hasta 30 minutos de retraso. No se muestre irritado si esto ocurre ya que las reuniones suelen aplacerse unos minutos sin previo aviso. Es considerado un gesto altamente ofensivo el arrojar documentos sobre la mesa durante una</p>	<p>La comunicación es clara y directa. Los norteamericanos no se andan con rodeos. En el cara a cara. Son afables, competitivos y prepotentes, lo que significa que esperan que seas tú quien se adapte a sus costumbres. Formalidades. Son poco amantes de los protocolos e informales en el vestir. El contacto excesivamente cercano y las miradas fuertes no son del gusto de los norteamericanos. El punto central de las negociaciones radica en la rentabilidad, cuanto mayores sean los beneficios y más cortos sean los plazos mayor será considerada la propuesta. Se debe utilizar un lenguaje claro y directo, ya que de lo contrario podría interpretarse como falta de sinceridad y desconfianza. Durante una conversación mantienen un diálogo fluido, ya que es más enriquecedor</p>

<p>Expresar preocupación por el bienestar del país es un gesto que no pasa por alto, lo que demuestra que los sentimientos a veces tienen prioridad sobre los hechos en medio de una negociación.</p>	<p>reunión de negocios Negociación: Aunque la apariencia sea muy cercana, las negociaciones suelen ser largas, y le llevarán varios días de estancia en México, así como varios viajes a la ciudad. Si tiene que hacer un presupuesto, de un amplio margen al mismo, pues se verá sometido a un “regateo” a la hora de negociar. Poner una cierta cantidad elevada, le deja jugar con un margen de descuento o de reducción de precio.</p>	<p>para la negociación. Son bastante directos a la hora de demostrar su desacuerdo frente a alguna cuestión. Para aliviar las tensiones y crear un ambiente cómodo en una reunión se recomienda comenzar con una breve charla informal tratando temas actuales y de interés. No es adecuado tratar temas personales, recuerde que es una charla de negocios.</p>
---	--	--

Fuente:(www.protocolo.org, 2016), (<http://www.ciaindumentaria.com.ar,s/a>)

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 23: Religión

Indicador: RELIGIÓN		
Descripción: Son preceptos obligatorios que regulan la conducta del hombre en relación con la divinidad, emanan directamente de Dios o de sus representantes en la Tierra, cuyo cumplimiento está impuesto por la fe. Las normas religiosas, por su naturaleza, participan en gran parte de los rasgos de las normas morales, ya que el contenido de ambas tiene como fin los aspectos interiores de los individuos. (UNIPED, 2013).		
Chile (2014) 	México(2014) 	Estados Unidos(2014) 
<p>La religión en Chile es parte significativa de la sociedad de dicho país y ha sido relevante en varios eventos a lo largo de su historia.</p> <p>Alrededor del 79% de la población practica la religión católica. La Iglesia Católica tiene el mayor poder en la sociedad chilena, aunque fue oficialmente desestabilizada en 1925. El resto de los creyentes son protestantes pentecostales y hay un 1% de judíos. Una pequeña minoría practica la religión tradicional de los primeros pobladores de América.</p>	<p>México es un país oficialmente laico en el que la Iglesia y el Estado se conducen de forma completamente independiente. Esta separación quedó declarada en la Constitución de 1917. El clero católico intentó luchar contra esta ley a través de alentar a los campesinos a tomar las armas contra el gobierno, provocando la Guerra Cristera en la década de 1920. El conflicto concluyó con un mutuo acuerdo y una nueva legislación que otorgó personalidad jurídica a las iglesias. Sin embargo, la legislación mexicana aún desconoce el derecho de los ministros de culto a ser votados.</p>	<p>En Estados Unidos no existe una religión oficial. La constitución del país deja claramente sentada la separación de la Iglesia y el Estado, el respeto por todas las religiones y la garantía de libertad de culto y de creencia para todos sus habitantes.</p> <p>Prácticamente todas las religiones del mundo están presentes, en mayor o menor cuantía, en Estados Unidos. Predominan los grupos de protestantes (varias denominaciones) católicos romanos y judíos. Entre los inmigrantes de origen hispano o latino, la religión predominante es la católica.</p>

Fuente: (<http://neuroc99.sld.cu/>, 2015) (explorandomexico.com.mx), (amautaspanish.com, 2016)

Elaborado por: Diana Yar

3.8.1.1.6 Factores Tecnológicos

Tabla 24: Tecnología

Indicador: TECNOLOGÍA		
Descripción: Abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas. En la sociedad, la tecnología es consecuencia de la ciencia y la ingeniería, aunque muchos avances tecnológicos sean posteriores a estos dos conceptos. (alegsa, 2015).		
Chile (2014) 	México(2014) 	Estados Unidos(2014) 
<p>Es el país latinoamericano que mejor utiliza las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) para impulsar el desarrollo social y económico, según el Global Information Technology Report 2015 del Foro Económico Mundial. Chile ocupa el puesto 38 en el índice anual de preparación en materia de redes (Networked Readiness Index - NRI), que evalúa la capacidad de 143 economías para prepararse para las TIC y utilizarlas.</p> <p>El desarrollo tecnológico de Chile alcanza un 46%, sobre un cien por ciento que significaría que todas las empresas y hogares y hogares contarán con banda ancha, que todos los servicios del Estado se realizarán vía internet y que todas las empresas usarán tecnología en sus negocios.</p> <p>Un 66% de los chilenos cuenta con una conexión permanente a internet, lo que confirma la posición de vanguardia de Chile a nivel regional.</p>	<p>México obtuvo su segunda caída consecutiva al colocarse en el peldaño 61, luego de ocupar la posición 55.</p> <p>De acuerdo con el World Economic Forum (WEF): “Esta caída se debe a un deterioro en el funcionamiento percibido de las instituciones, la calidad de un sistema educativo que no parece cumplir con el conjunto de habilidades que la economía mexicana cambiante exige, y el bajo nivel de implantación de las tecnologías de la información, que es fundamental para la transformación”.</p> <p>De acuerdo con datos del INEGI, el 40% de la población mexicana utiliza el Internet, el cual en comparación con otros países como Estados Unidos es un porcentaje muy bajo.</p> <p>Por ello el gobierno de la República está comprometido con la promoción de la ciencia, la innovación y el desarrollo tecnológico, la intención es transformar a México en una sociedad del conocimiento. (El Economista, 2016)</p>	<p>La historia tecnológica e industrial de los Estados Unidos describe el surgimiento de Estados Unidos como la nación tecnológicamente más poderosa y avanzada del mundo. La disponibilidad de tierras y mano de obra, la diversidad de clima, la presencia abundante de canales navegables, ríos y vías fluviales costeras, y la abundancia de recursos naturales que facilitan la extracción de energía barata, el transporte rápido y la disponibilidad de capital contribuyeron a Estados Unidos la rápida industrialización.</p>

Fuente: (World Economic Forum, 2015), (seieg.iplaneg.net, 2014-2015), (El Economista, 2016), (INEI, 2015)

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 25: Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio

	Chile (2014) 				México(2014) 				Estado Unidos(2014) 			
	Oportunidades		Amenaza		Oportunidad		Amenaza		Oportunidad		Amenaza	
Factores Socioeconómicos	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts	Nivel	Pts
PIB	Alto	3			Medio	2			Alto	3		
Doing Business	Bajo	1			Medio	2			Alto	3		
Inflación			Alto	3			Alto	3			Bajo	1
Balanza Comercial	Medio	2			Bajo	1			Alto	3		
Riesgo País	Medio	3			Bajo	1			Medio	2		
SUMA		9		3		6		3		11		1
PROMEDIO		1,8		0,6		1,2		0,6		2,2		0,2
Factores Políticos												
Tipo de Gobierno	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Acuerdos Comerciales	Medio	2			Medio	2			Medio	2		
SUMA		5				5				5		
PROMEDIO		2,5				2,5				2,5		
Factores Legales												
Barreras Arancelarias			Medio	2			Medio	2			Bajo	1
Barreras no Arancelarias			Medio	2			Medio	2			Medio	2
SUMA				4				4				3
PROMEDIO				2				2				1,5
Factores Demográficos												
Desempeño Logístico	Medio	2			Medio	2			Alto	3		
Tamaño de la Población	Bajo	1			Medio	2			Alto	3		
Estructura de Edades	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
SUMA		6				7				9		
PROMEDIO		2				2,33				3		
Factores Culturales												
Lenguaje	Alto	3			Alto	3			Alto	3		
Normas de Cortesía	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
Religión			Media	2			Bajo	1			Bajo	1
SUMA		5		2		6		1		5		1

PROMEDIO		1,6		1		3		0,5		1,6		0,3
Factores Tecnológicos												
Tecnología	Medio	2			Medio	2			Alto	3		
SUMA		2				2				3		
PROMEDIO		2				2				3		
RESUMEN POAM												
	Chile (2014) 			México(2014) 			Estados Unidos (2014) 					
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS		OPORTUNIDADES	AMENAZAS		OPORTUNIDADES	AMENAZAS		OPORTUNIDADES	AMENAZAS	
Factores Socioeconómicos	1,8	0,6		1,2	0,6		2,2	0,2				
Factores Políticos	2,5			2,5			2,5					
Factores Legales		2			2			1,5				
Factores Demográficos	2			2,3			3					
Factores Culturales	1,6	1		3	0,5		1,6	0,3				
Factores Tecnológicos	2			2			3					
SUMA	9,9	3,6		11	3,1		12,3	2				
PROMEDIO	1,65	0,6		1,83	0,51		2,05	0,33				
	1,05			1,32			1,72					

Elaborado por: Diana Yar

3.8.1.1.1.7 Análisis POAM

De acuerdo a los parámetros seleccionados e investigados para la selección del país de destino, la mejor opción de los tejidos de lana e hilo es Estados Unidos, puesto que cuenta con una economía muy favorable para la venta de la mercadería ofertada.

El PIB per cápita es un muy buen indicador de la calidad de vida y en el caso de Estados Unidos, en 2015, fue de 50.292 euros. Esta cifra supone que sus habitantes tienen un buen nivel de vida, ya que ocupa el puesto número 7 en el ranking de 196 países, permitiendo que el proyecto pueda tener seguridad económica para ser desarrollado.

Estados Unidos posee un modelo económico abierto y estable que favorece el comercio y la inversión, que es respetado y elogiado en el mundo, considerándolo como un país abierto al mundo que promueve el libre comercio y busca activamente acuerdos con otros países y bloques comerciales.

Por otro parte los Factores Políticos y Legales juegan un rol muy importante a la hora de negociar, por ende Estados Unidos al poseer una economía muy desarrollada y confiable con acuerdos comerciales donde se propicia la creación de un área de preferencias económicas para nuestro país, con el objetivo final de lograr un mercado diversificado, se lo considera como “la primer potencia mundial, un imperio que maneja la mayor parte del mercado global, poseedor de grandes transnacionales, que cooperan en el desarrollo económico de países en desarrollo, es el principal promotor del capitalismo y por su capacidad financiera es capaz de tener mayor peso en los organismos socioeconómicos internacionales como la ONU, el FMI, el BM y la OCDE” .(Blanco de la Cruz, 2012)

Es por ello que Estados Unidos es un mercado atractivo para el ingreso de productos manufacturados, se caracteriza por ser una economía capitalista de tipo mixto que ha logrado mantener una tasa de crecimiento global del PIB

estable, un desempleo moderado y altos niveles en investigación e inversión de capital. (Buenrostro, 2012).

El sistema económico de los EE.UU. se encuadra en el capitalismo del libre mercado, dirigido por la iniciativa individual y la comercialización libre en búsqueda del beneficio.(Vossos, s/a) por lo tanto Estados Unidos es el país elegido como mercado objetivo sin dejar de lado las oportunidades que generan países como Chile y México.

3.9 Análisis Situacional Estados Unidos

Para la presente investigación es necesario identificar las preferencias del consumidor que exige la población:

Tabla 26: Riesgo País Estados Unidos

Riesgo País Estados Unidos	
<p>Estados Unidos alcanza la mejor categoría de riesgo. Ahora posee una evaluación A1, como Japón, Canadá y Suiza, y está experimentando un crecimiento dinámico y equilibrado (la previsión de Coface para 2014 es del 2,7%), beneficiándose tanto del sostenido consumo de los hogares como de la resistencia de las empresas. La rentabilidad de las empresas ha recuperado su nivel anterior a la crisis, con una deuda relativamente baja. Otro factor que contribuye a la revalorización de los Estados Unidos fue el asentamiento de la crisis del techo de la deuda pública a principios de 2014.(coface.es,2016)</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center; font-weight: bold;">PROBABILIDAD DE INCUMPLIMIENTO DE EMPRESAS</p> <ul style="list-style-type: none"> A1 Muy débil A2 Bajo A3 Satisfactorio A4 Nivel Adecuado B Moderadamente alta C Alto D Muy alto + Observación Positiva - Monitoreo Negativo ■ Reclasificación o perspectiva positiva ■ Downgrade o perspectiva negativa </div> <p>Clasificación: A1 Puntos:168 Año: 2014</p>

Fuente: coface.es (2016), datosmacro.com (2016)

Elaborado por: Diana Yar

3.9.1 Perfil del Consumidor de Estados Unidos

Según el portal Santander Trade (2016) menciona:

El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense es rico y muy diverso en sus intereses y sus gustos. Valoran la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos caros. (párr.2)

El estadounidense en general es calificado como una persona consumista y siempre dispuesto a probar productos nuevos y novedosos. Es exigente, asimismo, tiene conciencia del cuidado del medio ambiente. Conoce muy bien sus derechos como consumidor y hace uso de las leyes que lo protegen. (prom- Perú, 2015).

Según Prom-Perú (2015) manifiesta que:

Los productos que puedan asociarse a la novedad y/o exclusividad, son más sensibles a ser valorados por su calidad y no tanto por su precio. Da especial importancia a la presentación del producto, por ello el empaquetado o envase debe ser de calidad y atractivo. Cada vez destinan menos tiempo en buscar productos y comparar precios. Un consumidor promedio gasta 20 minutos en una tienda y recorre menos de la cuarta parte de ella. En relación, el número de consumidores que visitan tiendas chicas está en aumento, debido a que les hace la vida más fácil. (pág.14).

3.9.2 Canales de Distribución

Los canales de distribución son la vía o conducto por el que los productos y/o servicios llegan a su destino final de consumo o uso, por lo cual, incluyen una red de organizaciones que de forma independiente y organizada realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con consumidores finales o usuarios industriales. (Thompson, 2012)

Se puede diferenciar los diferentes canales de distribución en:

- Minoristas (Venta Directa al Público)
- Mayoristas (Proveedores de los minoristas)
- Internet

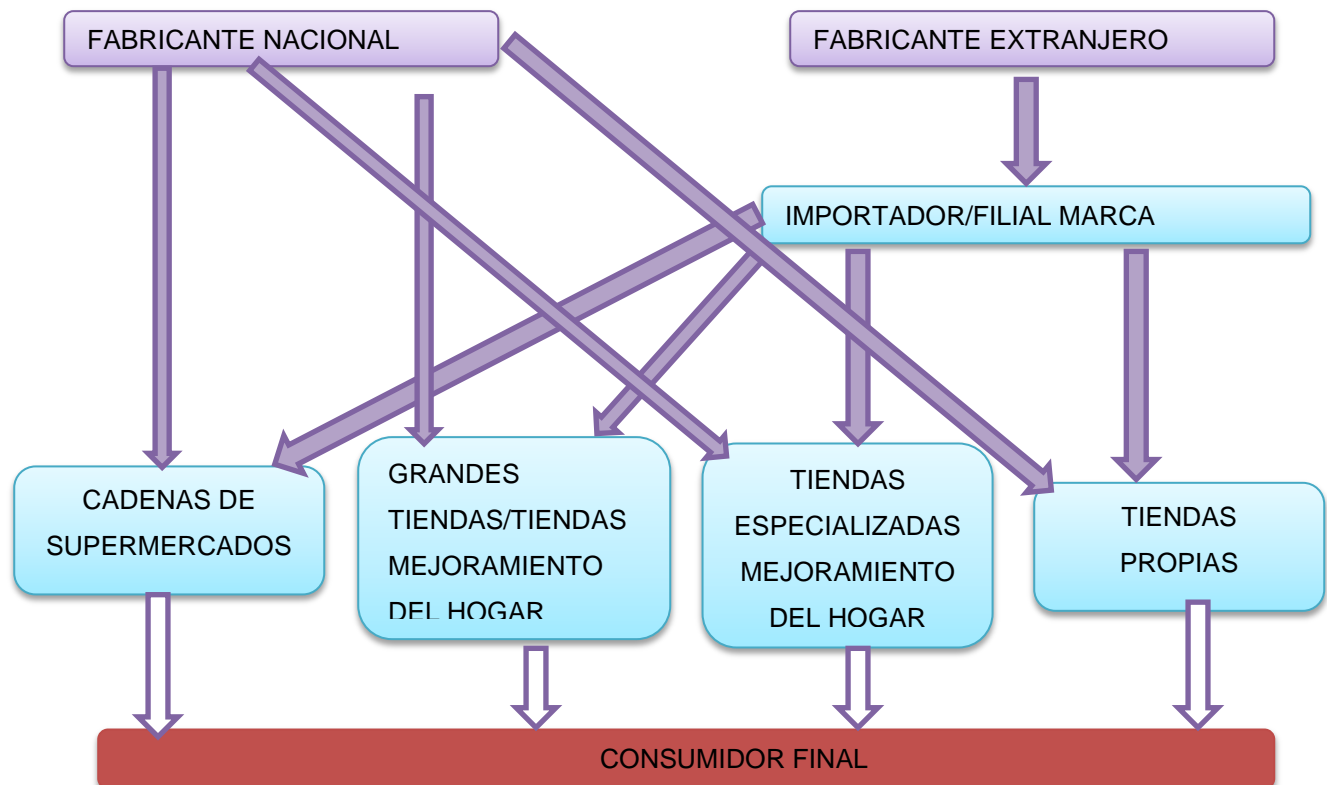


Gráfico 10: Canal de Distribución

Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: Diana Yar

3.9.3 Definición del Mercado



Gráfico 11: Mapa de ubicación de la ciudad de New York

Se realizó un estudio de mercado donde se identificó la mejor opción, eligiendo a Estados Unidos, donde “el 27 % de Estados Unidos a nivel mundial utiliza prendas tejidas de punto” (Pro Ecuador, 2013) a la población que vamos abastecer es New York no en su totalidad pero si cierta parte de este mercado

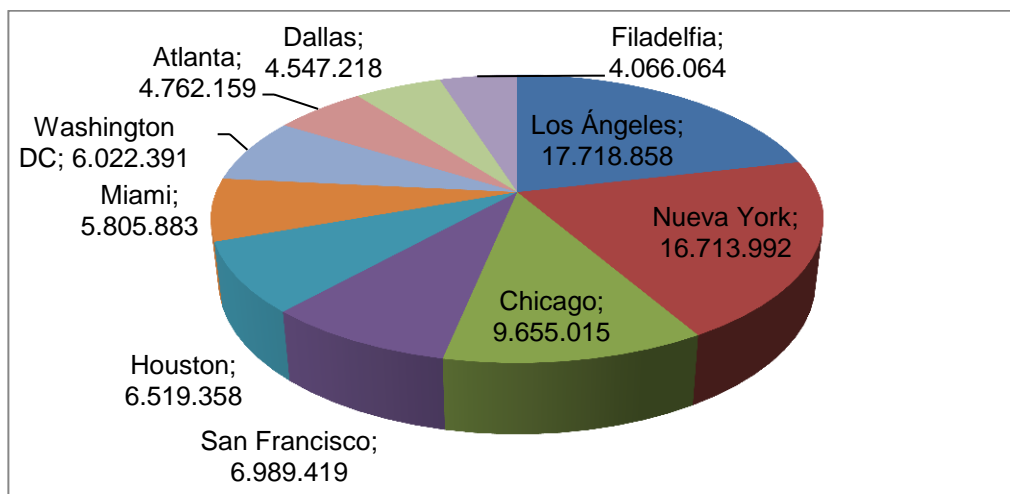


Gráfico 12: Tamaño de la población New York
Datos 2014*
Fuente: Santander Trade (2016)
Elaborado por: Diana Yar

En la ilustración 16 se puede identificar que la ciudad de New York cuenta con 16.713.992 millones de personas.

3.9.3.1 Salario Básico en Estados Unidos

El salario mínimo interprofesional en 2016 en Estados Unidos ha quedado fijado en 1.155 € al mes, es decir 13.860 euros al año, teniendo en cuenta que se consideran 12 pagas anuales.

Si miramos el salario mínimo en Dólares USA, que es la moneda oficial en Estados Unidos, podemos ver que este año fue de 1.257 Dólares USA y por lo tanto, el SMI se mantiene sin cambios respecto a 2015, mientras que el IPC de 2015 fue del 0,7%, lo que supone una pérdida de poder adquisitivo para los trabajadores en el último año. (Datosmacro, 2016)

3.9.3.2 Gustos y Preferencias

El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense es rico y muy diverso en sus intereses y sus gustos. Valoran la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos caros.

3.9.3.3 Precios Internacionales

Según datos de la CORPEI, se realizó un estudio en el cual se determinó que el precio promedio de sacos de lana para el 2013 fue de \$66,23 para ese año, y que para el año 2014 el precio promedio en el mercado internacional es de \$ 79,07 dólares, concluyendo así que el precio que tienen los productos a base lana representa de 2 a 3 veces más en el mercado internacional que el existente en el mercado nacional, siendo esta una razón para la venta de los tejidos de lana e hilo a mercados internacionales.

3.9.3.4 Principales Competidores

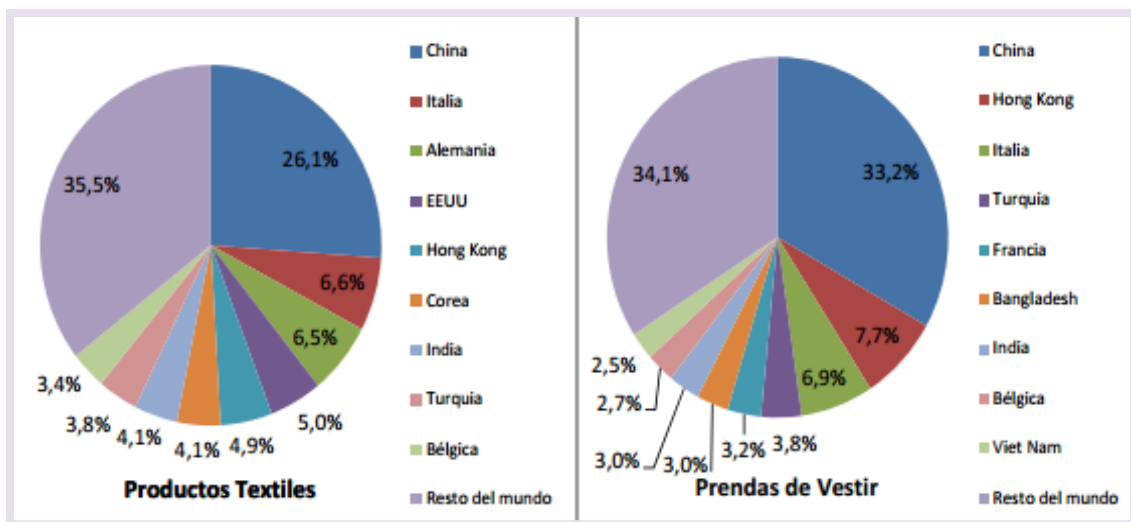


Gráfico 13: Principales Competidores a nivel Mundial

Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: Diana Yar

PARTIDA : 6103 Trajes, conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos..

Tabla 27: Partida- Principales Competidores (sacos hombres y niños)

Exportadores	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015
Mundo	1.137.987	1.119.401	1.220.072	1.452.976	1.781.075
China	245.079	226.441	256.304	341.207	431.756
Viet Nam	63.508	76.394	108.152	165.309	235.428
Indonesia	108.605	109.965	125.070	117.701	129.083
Honduras	88.487	100.647	93.906	96.464	115.622
Tailandia	88.013	87.718	90.121	92.927	105.238
Bangladesh	65.092	48.256	57.790	75.832	97.113
Camboya	57.460	56.428	67.026	76.338	94.043
Egipto	60.557	57.300	61.821	87.987	90.322
El Salvador	73.367	78.848	84.997	81.453	80.277
Pakistán	49.160	45.240	38.870	52.755	68.948

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Diana Yar

Producto: 610331 chaquetas (sacos), de punto, para hombres o niños, de lana o de pelo fino.

Tabla 28: Producto-Principales Competidores (sacos hombres y niños)

Exportadores	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015
Mundo	2.418	2.682	3.217	4.198	3.877
Italia	1.243	1.555	1.934	2.057	1.742
China	502	570	415	1.200	1.152
Reino Unido	27	58	49	80	238
Turquía	10	26	296	135	191
Portugal	269	82	154	291	71
Francia	11	7	24	123	58
Hong Kong, China	51	40	4	48	49
Rumania	63	52	38	29	48
Canadá	9	9	52	33	44
Croacia	2	1	32	1	43
Letonia	0	0	1	0	40

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Diana Yar

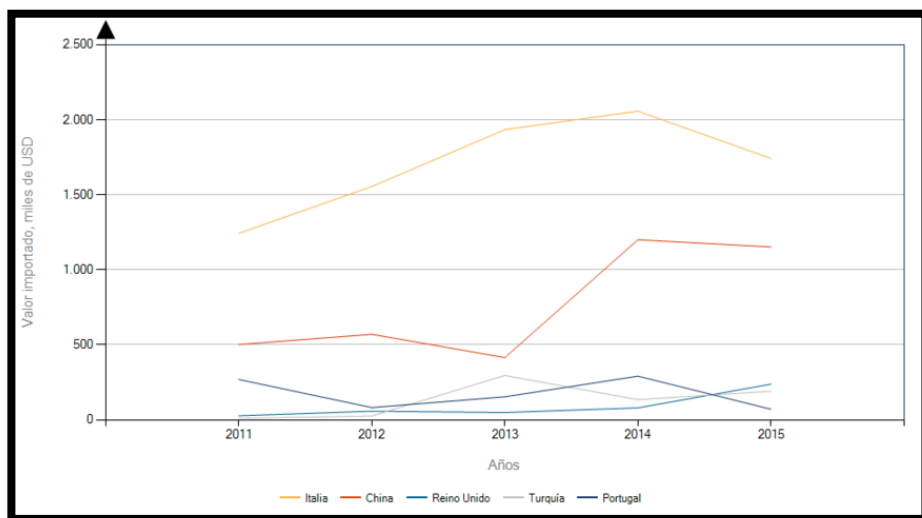


Gráfico 14: Producto-Principales Competidores (sacos hombres y niños)

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Diana Yar

Producto: 6104 Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas...

Tabla 29:Partida-Principales Competidores (sacos mujeres y niñas)

Exportadores	Valor importado en 2011	Valor importado en 2012	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015
Mundo	4.646.869	5.289.653	5.696.522	6.224.825	6.533.280
China	1.671.487	1.953.385	2.031.137	2.220.406	2.200.601
Viet Nam	627.664	838.374	980.066	1.159.359	1.367.448
Indonesia	496.364	557.084	581.625	637.125	656.744
Camboya	295.472	314.390	335.676	343.556	343.940
Sri Lanka	147.383	173.092	189.191	180.705	215.334
Filipinas	154.485	171.531	195.446	182.681	184.984
Jordania	71.732	92.288	102.693	132.842	152.734
Bangladesh	97.230	91.857	122.552	131.297	148.436
India	98.220	91.627	96.859	121.670	119.322
México	115.744	99.391	107.344	101.227	99.157
Italia	73.143	95.930	108.246	108.293	88.854

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Diana Yar

Producto: 610431 chaquetas (sacos), de punto, para mujeres o niñas, de lana o de pelo fino.

Tabla 30: Producto- Principales Competidores (sacos mujeres y niñas)

Exportadores	Valor importada en 2011	Valor importada en 2012	Valor importada en 2013	Valor importada en 2014	Valor importada en 2015
Mundo	18.481	15.243	13.491	11.591	10.804
China	9.249	5.719	3.995	2.475	4.020
México	3.048	4.006	5.028	4.539	2.810
Italia	3.304	3.059	2.502	2.885	2.521
Rumania	221	192	225	202	233
Filipinas	10	560	147	0	213
Hong Kong, China	122	16	47	27	129
Serbia	7	0	115	175	129
Turquía	93	69	65	49	105
Perú	345	347	221	191	88
Francia	466	128	139	173	79

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Diana Yar

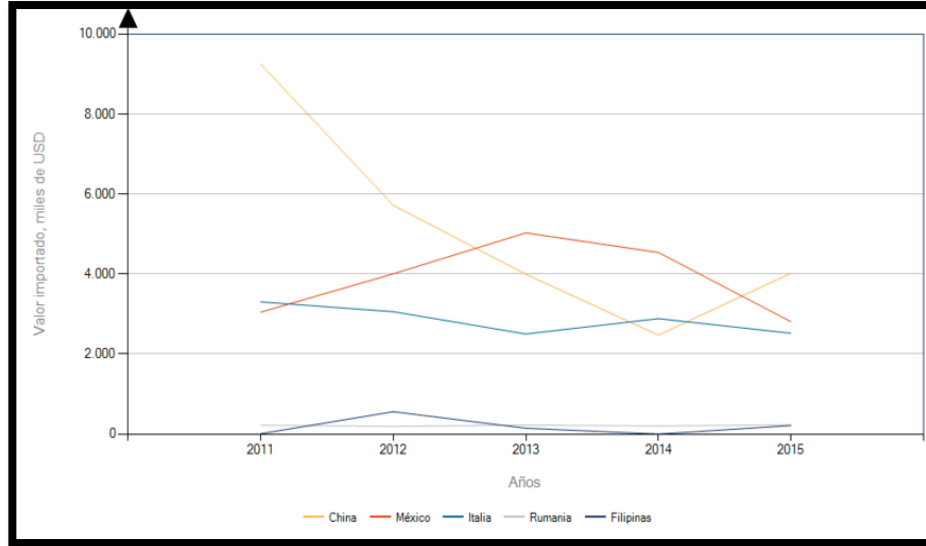


Gráfico 15: Producto- Principales Competidores (sacos mujeres y niñas
Fuente: TRADEMAP
Elaborado por: Diana Yar

ANÁLISIS: De acuerdo a lo investigado se puede determinar que China es el principal competidor para el producto ofertado referente a las 2 partidas seleccionadas 610431-610331 puesto que acapara más del 50% del mercado estadounidense, ocupando menos del 50% el resto de países que se observa en las gráficas, para ello se debería implementar nuevas estrategias de comercialización para poder competir a nivel internacional.

3.9.3.5 Exportaciones de Estados Unidos de América

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Estados Unidos de América

Producto: 610331 chaquetas (sacos), de punto, para hombres o niños, de lana o de pelo fino. (MILES DE USD)

Tabla 31: Exportaciones Estados Unidos (sacos hombres y niños)

Importadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Mundo	551	725	388	522	372
Canadá	124	127	101	112	162
Reino Unido	9	0	91	47	46
Japón	76	182	126	84	42

China	0	0	0	98	19
Italia	49	0	7	0	18
Corea, República de	212	305	0	0	17
Hong Kong, China	4	35	23	10	16
Panamá	0	0	0	0	12
Francia	7	0	0	3	9
México	5	16	0	0	7
Bélgica	0	0	0	0	4
Ecuador	0	0	0	0	4

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Diana Yar

3.9.3.6 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Estados Unidos de América

Producto: 610431 chaquetas (sacos), de punto, para mujeres o niñas, de lana o de pelo fino (MILES DE USD)

Tabla 32: Exportaciones Estados Unidos (sacos mujeres y niñas)

Importadores	Valor exportado en 2011	Valor exportado en 2012	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015
Mundo	7.895	7.125	6.512	5.037	3.531
Corea, República de	32	50	32	682	873
Canadá	1.025	809	774	838	685
Hong Kong, China	2.325	791	439	413	358
México	966	1.151	1.160	749	275
Emiratos Árabes Unidos	362	607	437	465	273
Japón	108	519	474	146	220
Reino Unido	197	49	97	58	208
Italia	101	449	456	135	167
China	1.003	1.003	1.216	803	161
Austria	20	52	53	4	57

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Diana Yar

3.9.3.7 Tendencias y comportamiento de consumo

Los países más desarrollados concentran el mayor porcentaje de consumo textil, como es el caso de Estados Unidos, Japón y la Unión Europea que abarcan el 40% del consumo mundial de textiles, consumo que está ligado a factores como el nivel per cápita, sexo o edad.

Las mujeres de entre los 35 y 45 años de edad que han alcanzado la estabilidad laboral, destinan más dinero a la adquisición de prendas textiles y lencería de hogar. Por otro lado, en los últimos años se observa como tendencia, que los hombres en su mayoría europeos, se han presentado como nuevos actores en el mundo de la moda, dispuestos a descubrir sus nuevas tendencias.

La moda ha ido dinamizándose conjuntamente con el cambio de percepción de sus consumidores, presentando tendencias que cambian frecuentemente con colecciones ligadas a la oferta mundial.

Los precios de las prendas de calidad media son cómodos, permitiendo que mayor cantidad de personas se encuentren más a su alcance; a su vez las prendas de diseñador, siguen manteniendo su nicho pequeño y específico por ser consideradas de mayor calidad que las otras.

En la actualidad tanto en Europa como en Estados Unidos se ha presentado una nueva tendencia del consumo de productos textiles elaborados con materiales orgánicos bajo el método de comercio justo, tendencia que se ha fortalecido a raíz de las condiciones laborales en las cuales estaban sometidos trabajadores asiáticos de importantes maquilas textiles y de calzado generalmente estadounidenses y europeas. (Pro Ecuador, 2012)

3.10 Diagnóstico Situacional. Ecuador

Una vez determinado la partida arancelaria para el producto se analizó los potenciales mercados a nivel mundial, obteniendo como resultado los siguientes países.

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION NANDINA	PAIS	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
6103310000	DE LANA O PELO FINO	FRANCIA	0.47	9.43	58.43
		PANAMA	0.94	5.40	33.46
		ESTADOS UNIDOS	0.03	1.23	7.59
		FINLANDIA	0.02	0.09	0.54
TOTAL SUBPARTIDA :		# de Países: 4	1.45	16.15	100.00
TOTAL GENERAL:			1.45	16.15	100.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Diana Yar

3.10.1 Análisis Situacional del Ecuador

3.10.1.1 Factores Socio-Económicos

Tabla 33: Factores Socio-Económicos

Población	16,528.730 (2106 est.)
Crecimiento Poblacional	1% (2016 est.)
Capital	Quito
Ciudad más poblada	Guayaquil
PIB	69,766,239 (2014)
PPA	11,200 (2014)
Crecimiento PIB	3.7 %
Composición PIB	Agricultura: 6.0 % Industria: 34.4 % Servicios: 59.6 %
Ranking “Facilidad para hacer negocios”	No. 117
Lenguaje	Español
Moneda oficial	Dólar estadounidense (\$, USD)

Fuente: Guía Comercial de la República del Ecuador (2016)

Elaborado por: Diana Yar

Indicadores Básicos

Tabla 34: Indicadores Básicos

INDICADOR	ÍNDICE	
	2015	2016 * febrero
Inflación	3,38%	2,60%
Tasa de desempleo	5,65%	
Salario Básico	354	366

Fuente: Banco Central (2016)

Elaborado por: Diana Yar

La baja tasa de desempleo para el año 2015 (5,65%) ubica a Ecuador en segundo lugar en la región en el Índice de Performance o Desempeño Macroeconómico (IPM), un indicador que evalúa el impacto de la política

macroeconómica en el bienestar de la sociedad, según un informe realizado por Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial, en el año 2014.

Ecuador a finales del 2015 registró un crecimiento económico del 0,4% afirma la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) coincidiendo con el Banco Central del Ecuador, que esto se debe al fuerte impacto de los precios de petróleo y la apreciación del dólar.

“En el 2015, el producto interno bruto (PIB) de América Latina y el Caribe se contrajo un 0,4% lo que significó una reducción del 1,5% del PIB por habitante de la región”. (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica, 2015).

Es así que América Latina logró aumentar su presión tributaria de 0,2 puntos porcentuales del PIB, destacando a Chile (0,5 puntos del PIB, México (2,2 puntos) y Ecuador (1,0 puntos) donde reformas y medidas recientes generaron mayores ingresos. (párr., 9)

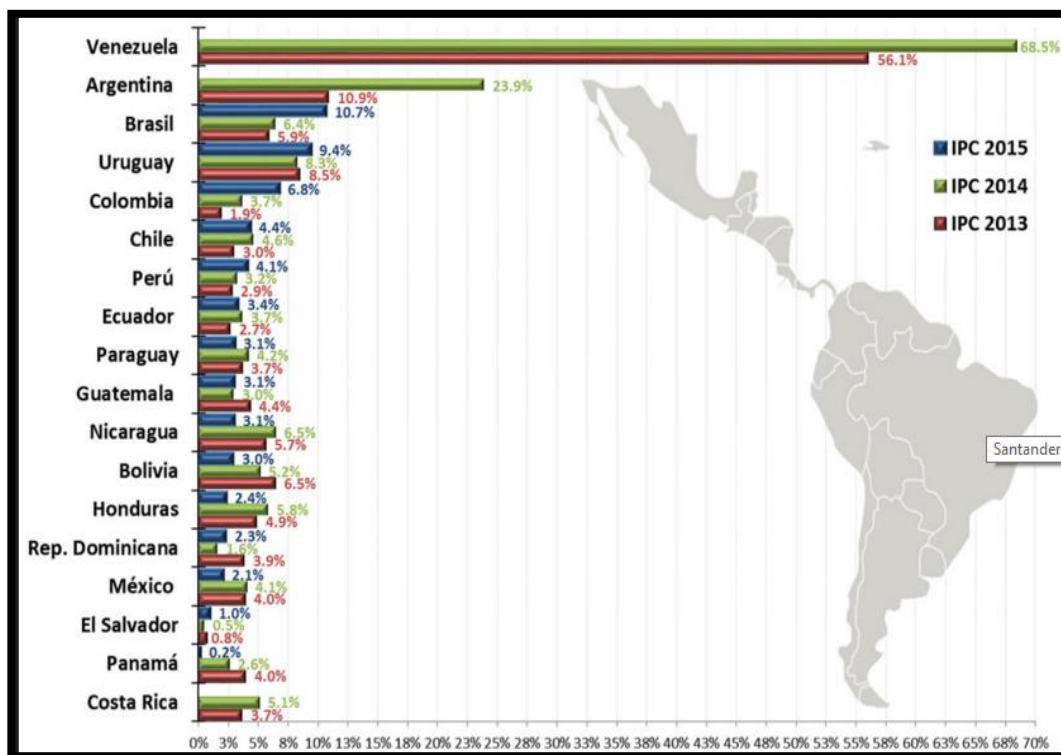


Gráfico 16: Inflación interanual de América Latina 2015

Fuente: Entidades Oficiales-Institutos Nacionales de Estadísticas/ Bancos Centrales
De acuerdo a las publicaciones de los bancos centrales de cada país se puede definir que Ecuador se encuentra en el octavo puesto en el Índice de

Precios al Consumidor con un índice de inflación bajo, mejorando el nivel de vida de los ecuatorianos.

“El salario mínimo interprofesional en 2016 en Estados Unidos ha quedado fijado en 1.155 € al mes, es decir 13.860 euros al año, teniendo en cuenta que se consideran 12 pagas anuales.

Siendo así que, el salario mínimo en Dólares USA, que es la moneda oficial en Estados Unidos, se identifica que en el 2016 es de 1.257 Dólares USA y por lo tanto, el SMI se mantiene sin cambios respecto a 2015”, (datosmacro.com, 2016) siendo superior al sueldo de Ecuador, por ende Estados Unidos cuenta con una economía muy favorable que beneficiará a la presente investigación, puesto a que cuentan con un alto poder adquisitivo.

3.10.1.2 Balanza Comercial Ecuador-Estados Unidos

Tabla 35: Balanza Comercial Ecuador Estados Unidos

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
EXPORTACIONES	6.077,5	9.770,8	10.617,1	11.107,4	11.282,8	7.226,2	1.156,9
IMPORTACIONES	5384,47	5.779,77	6.499,02	7.526,6	995,0	1.229,6	1.007,4
SALDO	693,0	3.991,1	4.118,1	3.580,8	10.287,8	5.996,6	149,5

Marzo 2016*

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Diana Yar

Se puede identificar que la balanza comercial de Ecuador y Estados Unidos desde el año 2010 hasta el año 2014 registra un superávit, por ende las exportaciones fueron mayores a las importaciones, notando un importante crecimiento en las exportaciones cada año, pero en el año 2015 se observa un déficit teniendo por consecuente una balanza comercial negativa en el último año.

Estados Unidos es un país que le da mucha importancia a productos que importe, es por ello que se nota la limitada venta de este producto, pero por otra parte, a pesar de las exigencias establecidas, Estados Unidos es uno de los países menos riesgosos para negociar encontrándose en el puesto 7º del

Doing Business de los 189 que conforman este ranking, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

3.10.1.3 Factores Políticos-Legales

“La vida política del país desde tiempos inmemorables, ha sido bastante ajetreada e inconstante, por eso, los eventos políticos más destacados son indicadores de la realidad nacional, siendo estos mismos sucesos, la base de un estado acostumbrado a la mediocridad, la falta de veracidad en las ofertas realizadas, el desinterés social etc”.(Política actual del Ecuador, 2011).

Pero a pesar de esto Ecuador ha ido poco a poco superar todos estos percances para “lograr un mejor clima gradual en las inversiones, abriendo zonas de libre comercio, permitiendo y alentando la maquila (producción, ensamblaje, conversión o reparación de productos importados temporalmente, para ser enviados al extranjero, luego de su procesamiento)” (Gutiérrez, 2015, párr.16) con diferentes incentivos que ayudarían a dinamizar el comercio entre países.

Es por ello que el actual gobierno busca la implementación de nuevas políticas comerciales con los demás países para poder fomentar y diversificar las exportaciones haciendo uso del Plan Nacional del Buen Vivir con la aplicación del Objetivo 10 y de esta manera impulsar a los productores que se expandan hacia mercados internacionales para mejorar la economía del país.

De acuerdo al art. 5 manifiesta que:

g. La mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva (COPCI, 2010, pág.4).

Donde se menciona que la política comercial del Ecuador impulsa a negociaciones con otros países, de tal modo que se pueda diversificar las exportaciones, incentivando a los productores a incrementar su producción para poder realizar negocios mercados internacionales

3.10.1.3.1 Barreras arancelarias

El importador de Estados Unidos de América aplica la siguiente tarifa a las importaciones:

Subpartida 6103.31, procedentes del Ecuador

Tariffs applied by United States of America to all exporting countries	
Product:	610331 - Mens/boys jackets and blazers, of wool or fine animal hair, knitted
Applied tariff year:	2014
Trade year	2013
Nomenclature:	HS Rev.2012
Applied tariff data source:	ITC (MAcMap)
Trade data source:	ITC Normalized trade matrix
AVE Methodology	AVE based on the World Tariff Profile (WTP)

Fuente: Trademap (2016)

Elaborado por: Diana Yar

Exporting country	No. of corresponding national tariff lines	Total ad valorem equivalents tariff	Level of protection	United States of America's imports from partner country (value in US\$ '000)	
Ecuador	1	10.20%			
Egypt	1	10.20%			
El Salvador	1	0%			
Equatorial Guinea	1	10.20%			
Eritrea	1	10.20%			

Fuente: Trademap (2016)






Elaborado por: Diana Yar

Subpartida 6104.31, procedentes del Ecuador

Tariffs applied by United States of America to all exporting countries	
Product:	610431 - Womens/girls jackets, of wool or fine animal hair, knitted
Applied tariff year:	2014
Trade year	2013
Nomenclature:	HS Rev.2012
Applied tariff data source:	ITC (MAcMap)
Trade data source:	ITC Normalized trade matrix
AVE Methodology	AVE based on the World Tariff Profile (WTP)

Fuente: Trademap (2016)

Elaborado por: Diana Yar

Exporting country	No. of corresponding national tariff lines	Total ad valorem equivalents tariff	Level of protection	United States of America's imports from partner country (value in US\$ '000)	
Ecuador	1	16.33%			[0 - 5]%
Egypt	1	16.33%			[5 - 10]%
El Salvador	1	0%			[10 - 15]%
Equatorial Guinea	1	16.33%			[15 - 20]%
Eritrea	1	16.33%			[20 - 30]%
					[30 - 40]%
					[40 - 50]%
					> 50%

Fuente: Trademap (2016)

Elaborado por: Diana Yar

3.10.1.3.2 Barreras no arancelarias

- Se requiere un permiso de importación para el producto en mención, regulado por la Comisión de Seguridad de Productos del Consumidor (CPSC) para los productos descritos en la Ley de Mejora de la Seguridad de Productos de Consumo.
- Etiquetado de productos debe ser en inglés o bilingüe.(Pro Ecuador, 2012)

3.10.1.3.3 Acuerdos Comerciales de Ecuador

Según Pro Ecuador manifiesta que:

El Ecuador ha firmado un sin número de Acuerdos comerciales sean estos bilaterales o multilaterales como bloque económico, los mismos que le otorgan el beneficio de preferencia arancelaria total o parcial para el ingreso de productos ecuatorianos a muchos de esos países con que constan en el Acuerdo. Es por esto que, la política de comercio exterior ha girado en torno al establecimiento de convenios y tratados comerciales, ya sea de libre comercio o de tratamiento preferencial, para eliminar o disminuir la discriminación en los aranceles aduaneros de un país contra los productos originarios de otro, o bien para reducir los trámites de que deben seguir para ingresar. (2016, párr.1).

Ecuador pertenece a los siguientes bloques económicos:

- Es miembro de la OMC (Acuerdo Multilateral)
- Comunidad Andina (Unión Aduanera)
- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
- Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGP-PLUS)

Con estos acuerdos el país podrá exportar sus productos e ingresar libre de aranceles hacia otras economías mejorando el dinamismo comercial entre los mismos.

Ecuador diseña normas y leyes que protejan a las exportaciones del país, de manera que es muy importante conocerlas y analizarlas, como es el caso de la Constitución de la República (2008), en su art.306 en su capítulo IV, donde manifiesta:

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

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (Sección séptima Política Comercial pág.146)

Las exportaciones ecuatorianas se beneficiaban con el convenio SGP suscrito en la Resolución del Parlamento Europeo número 45, del 21 de octubre de 2010, pero este acuerdo terminó el 31 de diciembre del 2014, sin embargo entre la Unión Europea y Ecuador no se terminan las relaciones comerciales porque existen nuevas estrategias de negociación comercial conocida como “ganar-ganar”, beneficiando a ambas partes con mutuo acuerdo, mismo que entrarán en vigencia en el año 2016, de esta manera los productos ecuatorianos ingresarán libre de aranceles, lo que sin duda creará en un mediano y largo plazo mayor competitividad, aumento de las exportaciones y creación de nuevas plazas de trabajo en Ecuador. (Pro-Ecuador, 2014)

El tratado de preferencias arancelarias (ATPDEA) que mantenía Ecuador con Estados Unidos y al que renunció de forma unilateral el 27 de junio del 2013, conllevó a que las relaciones comerciales se vieran afectadas por el pago de tasas arancelarias, pero a pesar de esto el 29 de junio de 2015, poniendo fin a una espera de cerca de dos años, el presidente de Estados Unidos, Barack Obama, suscribió la ley de Extensión de Preferencias HR Trade Preferences Act (Sistema Generalizado de Preferencias, SGP) que beneficia a las exportaciones del Ecuador, entre las de otros 122 países y economías.

El Sistema Generalizado de Preferencias, renovado hasta el 31 de diciembre del 2017, establece arancel cero para alrededor de 400 subpartidas de la oferta exportable ecuatoriana. (Ver anexo 10)

3.10.1.4 Tecnología del Ecuador

En Ecuador la tecnología avanza cada vez más, gracias a las diversas actividades que el gobierno realiza para el desarrollo de nuestro país, alcanzando mayores niveles de investigación.

De acuerdo a los datos estadísticos del INEC se detalla lo siguiente:

- El 18,1% de los hogares tiene al menos un computador portátil, 9,1 puntos más que lo registrado en 2010. Mientras el 27,5% de los hogares tiene computadora de escritorio, 3,5 puntos más que en 2010.
- El 86,4% de los hogares posee al menos un teléfono celular, 36,7 puntos más que lo registrado en el 2010.
- El 28,3% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet, 16,5 puntos más que en el 2010. En el área urbana el crecimiento es de 20,3 puntos, mientras que en la rural de 7,8 puntos.
- El 28,3% de los hogares tiene acceso a Internet, de ellos el 43,7% accede a través de modem o teléfono, 9,8 puntos menos que en 2012.
- En el 2013, el 43,6% de las personas de Ecuador utilizaron computadora, 6,1 puntos más que en el 2010. En el área rural el incremento es de 8,4 puntos más que en el 2010.
- El grupo etario con mayor número de personas que utilizaron computadora es el que está entre 16 a 24 con el 67,8%, seguidos de 5 a 15 años con 58,3%.
- De las personas que usan Internet, el 45,1% lo hace en su hogar. En el área urbana el mayor porcentaje de la población utiliza Internet en el hogar con el 50,9%, mientras el mayor porcentaje de población del área rural lo usa en centros de acceso público con el 42,5%.

- En el 2013, el 32,0% de las personas usó Internet como fuente de información, mientras el 31,7% lo utilizó como medio de educación y aprendizaje.

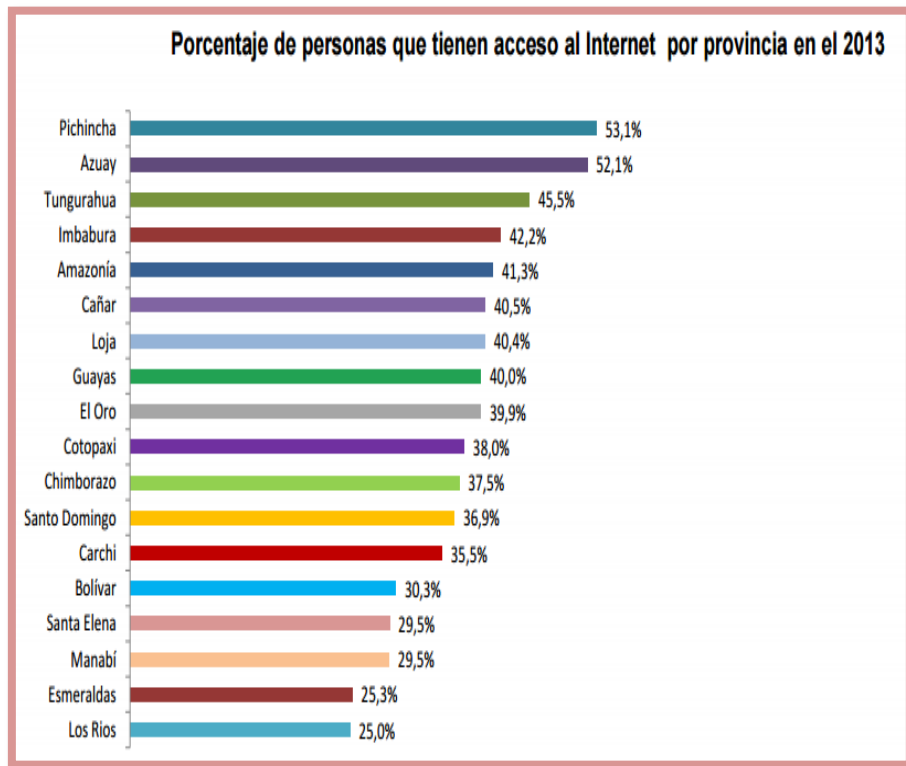


Gráfico 17: Acceso a Internet por provincia

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2013).



Elaborado por: Diana Yar

3.10.1.5 El Producto

3.10.1.5.1 Características del Producto

3.10.1.5.2 Ficha del Producto

Tabla 36: Matriz- Características el Producto

<p style="text-align: center;">NOMBRE COMERCIAL</p> 	<p>*Chaquetas (sacos), de punto, para hombres o niños, de lana o de pelo fino</p>
<p>SECCIÓN.- XI</p>	<p>MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS</p>
<p>CAPÍTULO.- 6103</p>	<p>Trajes (ambos o ternos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y "shorts" (excepto de baño), de punto, para hombres o niños.</p>
<p>61033100</p>	<p>De lana o de pelo fino</p>
<p>Unidad de Medida</p>	<p>Kilogramos</p>
<p>Presentación Comercial</p>	<p>Unidad</p>
<p>Descripción General de los Tejidos de Lana</p> 	<p>Diferentes formas de entrelazado, que se logra anudando de distintas maneras una misma hebra, con la ayuda de una o dos agujas, o máquinas de tejer.</p> <p>Tejido de punto por trama: Se forma cuando uno o varios hilos van creando la malla en sentido transversal. Este tejido puede deshacerse de arriba a abajo.</p> <p>Algunos ejemplos de estos tejidos son: Jerseys punto sencillo, perchado, interlock, Lacoste y rid.</p>
<p>Proceso de elaboración.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Compra de material 2.-Ovillar la lana 3.- Elaboración de diseños y dibujos 4.-Elaboración de tejidos a base de diferentes puntos(arroz, revés y derecho) 	

Fuente: SENA, Banco Central

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 37: Matriz-Características Producto (saco mujer)

<p>NOMBRE COMERCIAL</p> 	<p>Chaquetas (sacos), de punto, para mujeres o niñas, de lana o de pelo fino</p>
<p>SECCIÓN.- XI</p>	<p>MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS</p>
<p>CAPÍTULO.- 6104</p>	<p>Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o “shorts” (excepto de baño), de punto, para mujeres o niñas.</p>
<p>Sub Partida Regional</p>	<p>610431</p>
<p>Unidad de Medida</p>	<p>Kilogramos</p>
<p>Presentación Comercial</p>	<p>Unidad</p>
<p>Descripción General de los Tejidos de Lana</p> 	<p>Diferentes formas de entrelazado, que se logra anudando de distintas maneras una misma hebra, con la ayuda de una o dos agujas, o máquinas de tejer.</p> <p>Tejido de punto por trama: Se forma cuando uno o varios hilos van creando la malla en sentido transversal. Este tejido puede deshacerse de arriba a abajo.</p> <p>Algunos ejemplos de estos tejidos son: Jerseys punto sencillo, perchado, interlock, Lacoste y rid.</p>
<p>Proceso de elaboración.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Compra de material 2.-Ovillar la lana 3.- Elaboración de diseños y dibujos 4.-Elaboración de tejidos a base de diferentes puntos (arroz, revés y derecho) 	

Fuente: SENAE, Banco Central
Elaborado por: Diana Yar

3.10.1.6 Análisis FODA de la Asociación “Tusa Gabal”

Tabla 38: FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Exclusividad en el Diseño. ➤ Disponibilidad para aumento de producción. ➤ Producto artesanal de calidad. ➤ Atención personalizada a sus clientes. ➤ Asociación legalmente constituida. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poca experiencia. ➤ Escasa iniciativa de emprender nuevos productos destinados a nichos específicos de mercado, por falta de información de las necesidades de los mercados. ➤ Escasa información de precios y mercados. ➤ Falta de materia prima de calidad. ➤ Marca no patentada ➤ Falta de financiamiento.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Textiles artesanales ecuatorianos son cada vez 	Aprovechar la ayuda por parte del gobierno que la realiza a través del	Buscar la asociatividad nacional para adquirir conocimientos del proceso de

<p>más reconocidos a nivel mundial lo que ha permitido una buena aceptación en el mercado Internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Realización de ferias y negocios por parte del GAD Municipal que permiten el contacto con nuevos clientes. ➤ Fomento a las exportaciones. ➤ Poca competencia a nivel local y Nacional. 	<p>GAD Municipal, para ganar competitividad, y así poder competir con precio y calidad en mercados internacionales.</p>	<p>comercialización, y apoyo financiero que le permita a la Asociación diversificar sus productos para alcanzar la satisfacción de la demanda del mercado meta.</p>
<p>AMENAZAS</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Difícil acceso a mercados Internacionales. ➤ La competitividad de la calidad y costos de productos sustitutos. ➤ Competencia con países asiáticos que cuentan con 	<p>Elaboración del producto a bajos precios aprovechando la economía de escala , cumpliendo con los requisitos establecidos con el país de destino para poder ingresar con facilidad a dicho mercado</p>	<p>Negociar con proveedores y clientes que permita mantener una producción constante.</p> <p>Desarrollar procesos de tecnificación para la elaboración del producto final, convirtiéndolo en competitivo frente al</p>

mayor nivel tecnológico y alta producción ofreciendo un costo menor al consumidor.

- Variación de precios internacionales.
- Competencia de empresas industrializadas
- Productos sustitutos a bajos precios
- Mano de obra barata
- Precios elevados de la materia prima.

mercado internacional.

Fuente: Estudio Investigativo
Elaborado por: Diana Yar

El análisis FODA permite evaluar el desempeño de la asociación “Tusa Gabal” ayudando a identificar lo que le sucede a su alrededor, para poder tomar la mejores decisiones que ayuden al surgimiento de la misma, implementando estrategias que ayuden a mejorar el proceso de producción y comercialización de los tejidos.

3.10.1.7 Proyecciones del estudio

Para la presente investigación fue necesario realizar la proyección tanto de la oferta como de la demanda, para conocer cómo será el mercado en el futuro de las prendas tejidas de lana e hilo de la Asociación “Tusa Gabal”.

3.10.1.7.1 Proyección de la oferta

Actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. A pesar de que somos mundialmente conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose es una de las actividades más importantes, del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero. (PRO Ecuador, 2012).

Tabla 39: Oferta Exportable

AÑO	OFERTA EXPORTABLE
2011	800
2012	1100
2013	1200
2014	1400
2015	1700
2016	1907
2017	2104
2018	2313
2019	2559
2020	2780
2021	2984

Fuente: La investigación
Elaborado por: Diana Yar

La Asociación “Tusa Gabal” destinará el 90% de su producción para la internacionalización y cubrir la demanda, manteniendo el 10% para el mercado local.

Los datos proyectados de la oferta se los detalla a continuación:

Tabla 40: Proyección de la oferta

Cantidad de sacos a enviar	1716	1894	2081	2303	2502	2685
peso del saco en g	600	600	600	600	600	600
peso en g	1029600,00	1136400,00	1248880,00	1381866,67	1501335,11	1611275,85
peso en kg	1029,60	1136,40	1248,88	1381,87	1501,34	1611,28
peso en tn	1,03	1,14	1,25	1,38	1,50	1,61

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Proyección de la demanda

Para el cálculo de las proyecciones, se tomó, en cuenta las exportaciones e importaciones totales según la sub-partidas 6103310000-6104310000, realizadas a Estados Unidos, además se tomó, la producción de los tejidos de lana e hilo en este país.

Una vez, obtenidos estos datos, se procedió a calcular el consumo nacional aparente en el país demandante, a través de la siguiente formula:

$$\text{CNA} = \text{Produccion Nacional} + \text{Importaciones} - \text{Exportaciones}$$

Es así que se obtuvieron los siguientes datos:

Tabla 41: Demanda Proyectada

Año	Producción Nacional	Import.	Export .	CN A	número sacos	Población Total de New York	Consumo Per cápita Anual		Déficit de consumo por persona	Número de sacos totales	Jc Penney Company Inc 34%
							Real unidades.	Recomendado unidades			
	Tn	Tn.	Tn.	Tn.							
2011	462	291	308	445	741.667	8.175.133	0,098	3,0	2,902	23.727.065,667	8.067.202
2012	508	247	180	575	958.333	8.344.000	0,088	3,0	2,912	24.297.000,000	8.260.980
2013	404	263	122	545	908.333	8.406.000	0,052	3,0	2,948	24.779.666,667	8.425.087
2014	422	265	112	575	958.333	16.713.992	0,027	3,0	2,973	49.693.642,667	16.895.839
2015	406	268	119	555	925.000	19.750.000	0,022	3,0	2,978	58.821.666,667	19.999.367
2016	381	258	34,4	605	1.008.333	21.733.743	0,046	3,0	2,954	64.192.895,067	21.825.584
2017	361	256	-10,2	627	1.045.000	24.885.715	0,042	3,0	2,958	73.612.146,200	25.028.130
2018	341	253	-54,8	649	1.081.667	28.037.688	0,039	3,0	2,961	83.031.397,333	28.230.675
2019	322	250	-99,4	671	1118333	31.189.661	0,036	3,0	2,964	92.450.648,467	31.433.220
2020	302	247	-144	693	1.155.000	34.341.633	0,034	3,0	2,966	101.869.899,600	34.635.766
2021	282	244	-188,6	715	1.191.667	37.493.606	0,032	3,0	2,968	111.289.150,733	37.838.311

Fuente: Trademap

Elaborado por: Diana Yar

Para determinar la demanda de las prendas tejidas de lana e hilo se determinó de acuerdo a estudios realizados que el consumo recomendado es de 3 sacos mensuales por persona, este valor menos las unidades reales, se obtiene las unidades que se debería cubrir de la demanda en New-York.

Tabla 42: Cobertura del Proyecto

Años	Participación	Demanda Insatisfecha en Toneladas.	COBERTURA DEL PROYECTO		
	5%		unidades	Toneladas.	% Cobertura
2016	1.091.279	654,768	1.716	1,03	0,16%
2017	1.251.406	750,844	1.894	1,14	0,15%
2018	1.411.534	846,920	2.081	1,25	0,15%
2019	1.571.661	942,997	2.303	1,38	0,15%
2020	1.731.788	1.039,073	2.502	1,50	0,14%
2021	1.891.916	1.135,149	2.685	1,61	0,14%

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

El número de sacos totales se los obtiene multiplicando el déficit de consumo por la población, para de esta manera poder determinar el porcentaje de cobertura del proyecto investigado.

3.10.6. Validación de la idea a defender. (Investigación cualitativa)

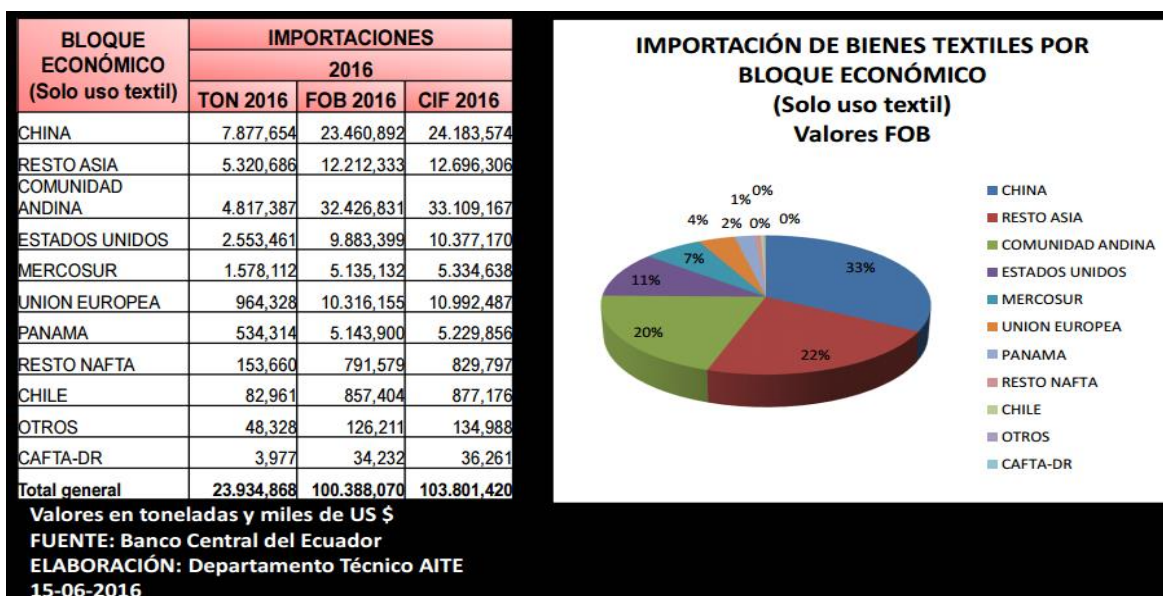
La investigación realizada muestra que la alternativa comercial para la internacionalización de las prendas tejidas de lana e hilo de la Asociación “Tusa Gabal” del cantón Montufar- San Gabriel, permitirá la comercialización de dicho producto, por ello mediante el diagnóstico situacional de los países seleccionados como México, Canadá y Estados Unidos a través del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) se pudo elegir el país más idóneo el cual es Estados Unidos debido a que este es un mercado con gran potencial económico que brinda seguridad a la hora de negociar, puesto que sus habitantes cuentan con un gran poder adquisitivo.

Por otra parte, según datos proporcionados por la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE) muestra información relevante que da sustentación a la investigación, la cual se muestra a continuación:

Gráfico 18: Exportaciones por Tipo de Producto



Gráfico 19: Importaciones por Bloque Económico



Los datos proporcionados por la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE) dan como resultado las exportaciones de bienes textiles por tipo de producto para lo cual obtenemos 71,708 toneladas de exportación de tejidos de punto donde se refleja el gran potencial que existe en este sector, dando sustentación a la investigación, por ende validando así la idea defender.

Según AITE (2013) dice “el sector textil artesanal en las exportaciones los últimos años ha tenido un crecimiento considerable, mejorando la economía del Ecuador, lo que le permite el ingreso de divisas, y a su vez genera fuentes de trabajo.

Por ende los resultados permiten, realizar un análisis de los factores políticos, tecnológicos, culturales y económicos de un país, a través de la matriz POAM, para de esta manera diseñar un estudio técnico, un plan logístico de exportación y un estudio económico-financiero de las prendas tejidas de lana e hilo.

CAPÍTULO 4

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1. CONCLUSIONES.

- Una vez identificado y analizado los indicadores macro y micro económicos del entorno de los mercados internacionales se puede concluir que Estados Unidos es el mejor mercado para ingresar nuestro producto basándonos en el Plan Nacional del Buen Vivir donde manifiesta el cambio de la Matriz Productiva, y de esta manera fortalecer los mercados externos existentes, impulsando la promoción de los productos no tradicionales, con valor agregado, por ende abrir nuevos mercados para que nuestro país Ecuador sea más competitivo a nivel nacional e internacional.
- Estados Unidos es una potencia mundial con el mejor nivel de vida, obtuvo un PIB per-cápita de 54.629,5 (USD), situándose como la primera economía del mundo en cuanto a PIB se refiere, en el ranking de PIB trimestral de los 33 países publicados por el Banco Mundial.
- El PIB de Estados Unidos es de 7,42 billones anuales, siendo este uno de los países más ricos del mundo, considerando una oportunidad comercial para Ecuador, debido al gran poder adquisitivo que tienen los habitantes.
- Haciendo referencia al Riesgo País de Estado Unidos se deduce que, el riesgo político se encuentra muy estable significa que existe un sistema político consolidado, con instituciones sólidas y fiables. La situación política constituye un factor positivo en la valoración del riesgo país.
- La Asociación “TUSA GABAL”, posee amplias expectativas en la confección y comercialización de las prendas tejidas de lana e hilo, debido a la existencia de materia prima en Otavalo y en la ciudad de Tulcán, y la demanda encontrada en Nueva York- Estados Unidos.

- La demanda internacional requiere medidas de control de calidad para el ingreso del producto, por lo cual la Asociación “Tusa Gabal”, está dispuesta a cumplir las exigencias internacionales, y de esta manera mantener el prestigio y competitividad local e internacional de sus productos.
- A pesar de ello se analizó que los tejidos de lana e hilo en la provincia del Carchi, no son conocidos en el mercado de New York- Estados Unidos, debido a que existen otros países con tecnología más desarrollada como lo es China.
- De acuerdo a la investigación de campo se identificó , que en la Asociación “Tusa Gabal”, la mayor parte de las asociadas se dedica a la elaboración de sacos tanto para hombres como para mujeres de distintas edades.
- En la provincia del Carchi cantón Montúfar se producen moderadas cantidades de tejidos elaboradas a mano(sacos, gorras, bufandas, ponchos), que poseen calidad de exportación, por su confección, diseño y precio competitivo, siendo esta una fuente de empleo para las mujeres dedicadas a esta actividad.
- La confección de los tejidos de lana e hilo tiene una gran acogida, por ello su producción obedece a una demanda internacional, ya que son requeridas por temporadas frías especialmente en los países europeos y Estados Unidos.
- Por medio de la investigación de campo se identificó que hay poco apoyo por parte del gobierno en este sector, dando paso a que las personas que se dedican a la confección de prendas tejidas de lana e hilo no tengan oportunidades comerciales en el extranjero, porque ellas no saben cómo exportar su producto a los diferentes países.

4.2. RECOMENDACIONES.

- Las integrantes de la Asociación “Tusa Gabal” de ciudad de San Gabriel, deben estar dispuestas a incrementar su producción, para destinarla a la comercialización en el mercado de New York- Estados Unidos, puesto que sus habitantes cuentan con un gran poder de compra.
- Es importante que el gobierno ecuatoriano, realice incentivos a los artesanos para que exporten sus productos no tradicionales a estos mercados, aprovechando los acuerdos comerciales vigentes.
- Se recomienda que las integrantes de la Asociación “Tusa Gabal”, reciban capacitaciones que les permita tener mayor conocimiento sobre la comercialización, normas legales y técnicas de su producto, pidiendo apoyo a organismos de comercio exterior o personas que tengan conocimiento del tema.
- Debido a la nueva apertura de mercado es necesario que la asociación cuente con una página web, siendo esta una herramienta que agiliza procesos de negocios, donde se incluye la información de la empresa, productos, contactos para mayor accesibilidad a los compradores extranjeros.
- Se recomienda que se impulse a una mayor elaboración para obtener una oferta exportable que pueda satisfacer gran parte de la demanda insatisfecha de New York, por ende generaría más ingresos a la Asociación y sus integrantes.
- Unirse a los productores existentes a nivel local y nacional para poder abastecer del producto, diseñando estrategias para obtener nuevos mercados internacionales a través de estudios de mercados, que les amplíe su conocimiento general acerca del país investigado, determinando de esta manera los gustos y preferencias el consumidor.
- Realizar convenios y participaciones nacionales e internacionales, de promoción y venta de sus productos con los diferentes organismos estatales y empresas que tengan conocimiento de estos temas tal es el caso de PRO

ECUADOR, MIPRO, Ministerio de Comercio Exterior, entre otros para fortalecer los procesos de posicionamiento en los mercados internacionales.

- Crear un departamento de marketing y ventas para incrementar las utilidades a través de los diferentes canales de distribución.

CAPÍTULO 5

V. PROPUESTA.

5.1. TÍTULO.

Plan de factibilidad para la exportación de prendas de tejidos de lana e hilo de la Asociación “Tusa Gabal” del cantón Montúfar.

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

A través del análisis de la investigación de mercados, se pudo determinar que la Asociación “Tusa Gabal” posee una considerable capacidad de producción de tejidos de la e hilo para ser destinada cierta parte a la comercialización internacional la cual permite satisfacer parte de la demanda del mercado.

Se considera que el mercado más óptimo para la comercialización de prendas tejidas de lana e hilo es New York- Estados Unidos, por ello se lo considera como una nueva oportunidad comercial para Ecuador y por ende para la Asociación.

Para ello se ha tomado la elaboración, desarrollo y aplicación de un plan de factibilidad de exportación, en el cual se analiza los costos reales de los pasos que se deben seguir en dicho proceso, para poder establecer tiempos y costos en el país de destino en este caso New York- Estados Unidos, y de esta manera la Asociación “Tusa Gabal” pueda conocer las condiciones exigidas por los estadounidenses, pudiendo obtener un beneficio mutuo.

5.3. JUSTIFICACIÓN.

La comercialización de las prendas tejidas de lana e hilo de la Asociación “Tusa Gabal” elaborados por las artesanas de la ciudad de San Gabriel ayudará a mejorar los ingresos económicos de sus integrantes, por ende al desarrollo de la región y del país. Mediante esta investigación se determinará la oferta exportable existente de la Asociación “Tusa Gabal”, con la finalidad de conocer si esta puede satisfacer la demanda efectiva en Estados Unidos- New York , por ello, de acuerdo al estudio de mercado realizado se requiere de un plan de factibilidad que justifique dicho estudio, que permita tener resultados más óptimos.

El estudio realizado respecto al análisis situacional del país de destino permitió establecer las oportunidades y amenazas que se presentaron frente al mercado en cuanto a su comercialización, tomando en cuenta las bases legales y demás requisitos para el ingreso del producto, además se terminó la demanda insatisfecha en la cual se determinó la oferta exportable para poder cubrir una parte de la demanda.

El país de destino es Estados Unidos debido a que es uno de los 10 principales países compradores de las partidas 61.03.31 y 61.04.31, constituyéndolo como el principal socio comercial de Ecuador. Estados Unidos es un país altamente próspero considerado mundialmente como un excelente mercado puesto a prueba para productos no tradicionales como los tejidos de lana e hilo, y un mercado de fácil entrada para las empresas que están empezando a exportar, por lo que los exportadores ecuatorianos deben aprovechar esta oportunidad.

A través de la evaluación financiera se determina la inversión que se requiere realizar, si el proyecto genera las utilidades esperadas para identificar la rentabilidad del proyecto.

5.4. OBJETIVOS.

5.4.1 Objetivo General

Diseñar un Plan de factibilidad para la exportación de prendas de tejidos de lana e hilo de la Asociación “Tusa Gabal” del cantón Montufar- San Gabriel, al mercado de New York- Estados Unidos.

5.4.1.2 Objetivos Específicos

- Realizar el Estudio Técnico de la Asociación “Tusa Gabal” para la comercialización de las prendas tejidas de lana e hilo elaboradas por la Asociación “Tusa Gabal”, de la provincia de del Carchi, que permita atender la demanda efectiva del importador localizado en ciudad de New York-Estados Unidos.
- Diseñar un Plan Logístico para la comercialización de las prendas tejidas de lana e hilo en el mercado de New York-Estados Unidos.
- Realizar la evaluación económica y financiera para determinar la rentabilidad de la comercialización de prendas tejidas de lana en el mercado de New York – Estados Unidos.

5.5 MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

El modelo operativo es el esquema que se seguirá para el cumplimiento de los objetivos planteados.

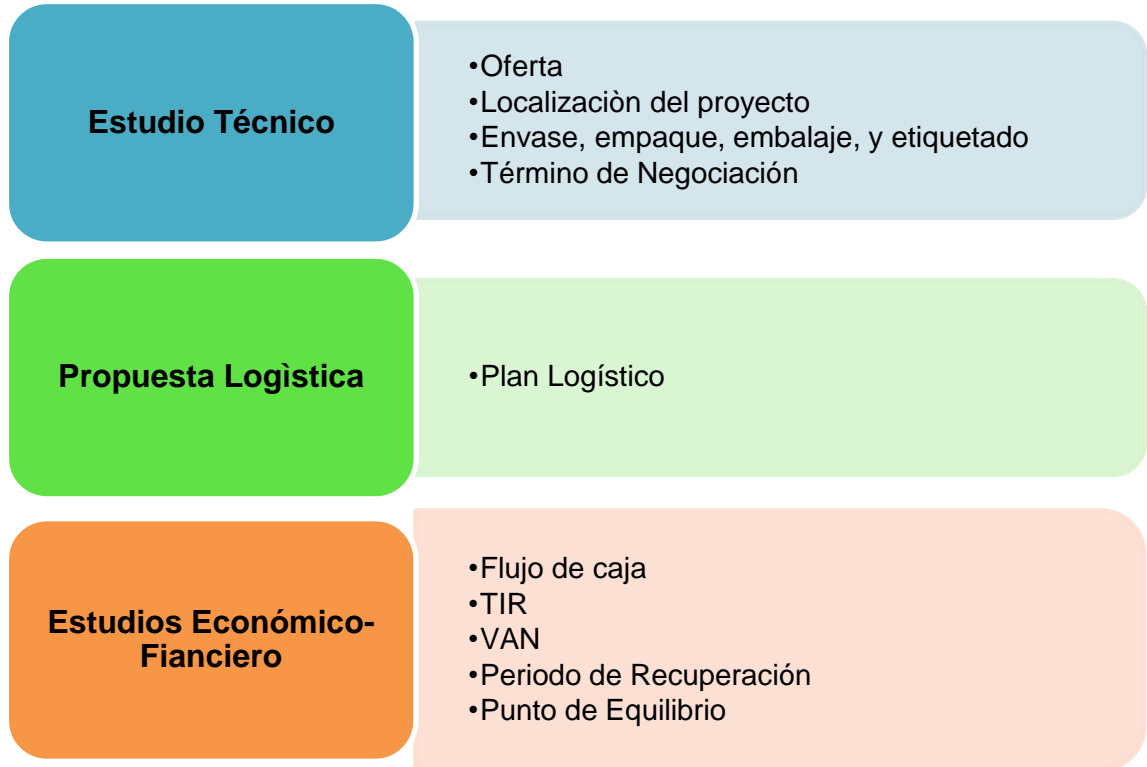


Gráfico 20: Modelo Operativo de la Propuesta

Fuente: Investigación

Elaborado por: Diana Yar

En el gráfico anterior se puede observar cual es el modelo operativo que se realizará en la aplicación de la propuesta, para la construcción del plan logístico de exportación de las prendas tejidas de lana e hilo, donde se pretende identificar la demanda efectiva requerida en Estados Unidos, seguida por la distribución física internacional, conociendo los diversos costos que se origina en el país de origen y destino, para finalmente proceder a la elaboración de un estudio económico ayudando a obtener la rentabilidad del proyecto.

5.5.1 Oferta efectiva

5.5.1.1 Oferta Ecuador

Ecuador está considerado como un país, étnico y multicultural, cada una de las provincias que lo conforman tiene su propia historia, costumbres , tradiciones y muchas personas ecuatorianas, conservan una habilidad única para confección de diferentes tipos de artesanías, en donde plasman y reflejan las características esenciales de su lugar natal, para ser comercializadas a nivel nacional e internacional, gracias a sus diseños originales, y coloridos que atraen la atención de los clientes, las personas dedicadas al sector artesanal tiene como principal ingreso económico la venta de estos artículos. (Ecuador-Ancestral, 2012, p. 1-3).

Las empresas dedicadas a la actividad textil en el país se encuentran ubicadas en diferentes provincias, siendo Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua, Imbabura las de mayor producción, seguidas de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor actividad pero igual de importante. A Carchi le corresponde el 10.83% de los talleres y su principal actividad es el tejido de cobijas, sacos de lana, gorras y guantes, las zonas principales son los cantones de Mira, Espejo y Montufar. (Pro Ecuador, 2012, pág.3).

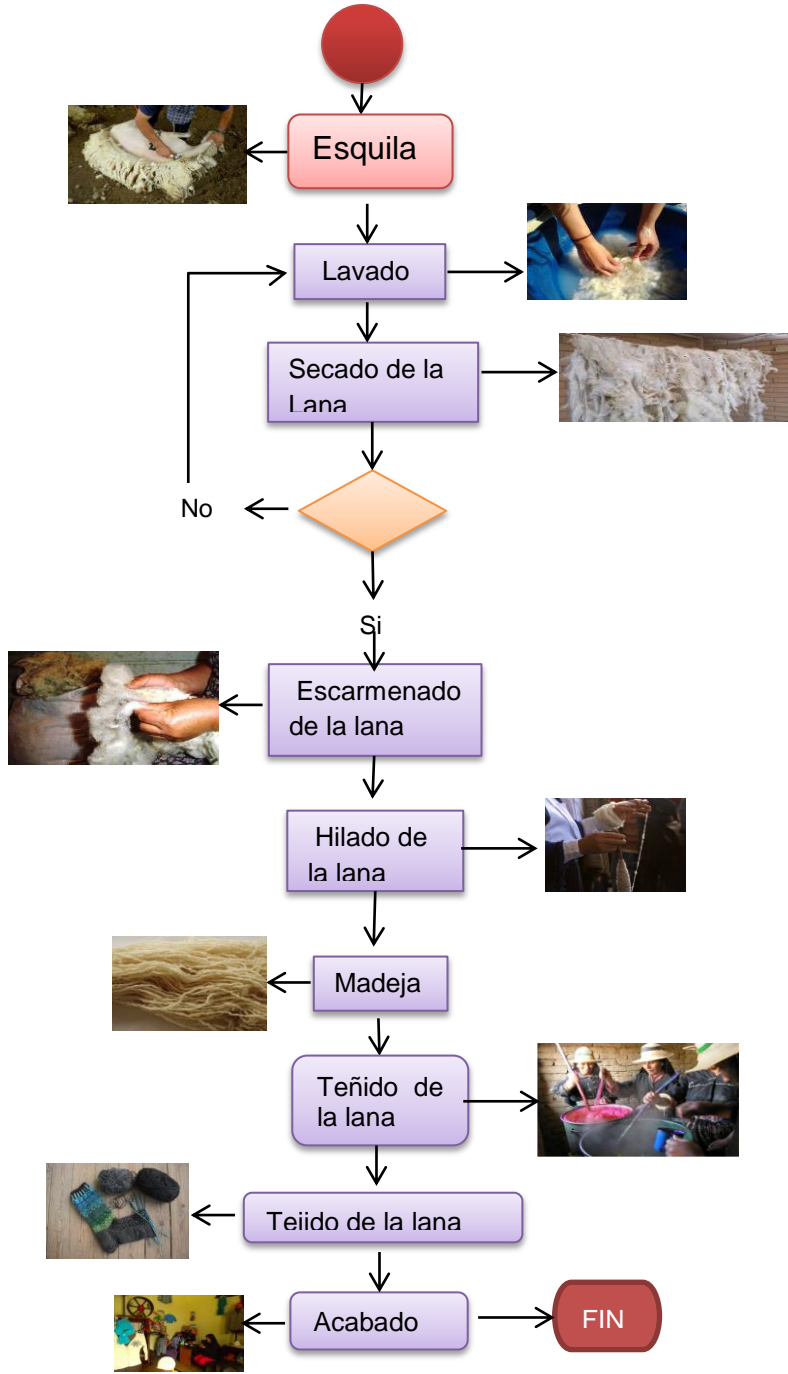
5.5.1.2 Descripción del producto

La lana es una fibra natural que en invierno abriga a las ovejas, un tejido que hasta el siglo pasado era esencial en la industria textil, de cada oveja se obtiene tan solo un vellón al año. Un vellón de media puede pesar de 4 a 6 kg de lana y, con este único vellón, se podrían producir un máximo de 7 trajes, 9 jerséis o 14 faldas.

La lana es una fibra muy versátil, está especialmente indicada para las prendas finas de los bebés porque regula la temperatura corporal. Es ideal para prendas deportivas, gracias a su gran capacidad de transpiración. Todas

las prendas de lana son cómodas de llevar, resultan envolventes y tienen una magnífica caída.

El proceso para su obtención es el siguiente:



1. LA ESQUILA Consiste en el corte del vellón de las ovejas, que generalmente se realiza una vez al año, en primavera o a comienzos del verano. La forma de cortarla es muy cerca de la piel, sin dañar al animal, para lo cual se utilizan esquiladoras mecánicas que la cortan en una sola pieza, llamada vellón. Se esquilan entre 10-15 animales a la hora, dependiendo de destreza del esquilador. El peso medio del vellón de una oveja es de 4,5 kg.

2. LAVADO Una vez obtenido el vellón, el siguiente paso es el lavado de la lana. Se lava cuidadosamente con agua caliente, extrayendo todos los restos orgánicos que se van adhiriendo a ella a lo largo de la vida de la oveja. Luego se enjuaga con agua fría.

3. SECADO En el siguiente paso, el secado, la lana lavada se deja estirar en una superficie plana, especialmente al aire libre o cerca del calor de la cocina o fogón.

4. ESCARMEADO Tras el proceso de clasificación, llega el proceso de escarmenado, en el que se estiran los fragmentos de la lana esquilada, separando a mano cuidadosamente las fibras sin que se corten, hasta que adquieran una textura suave y un peso muy ligero.

5. HILADO DE LA LANA Se realiza ya sea con un huso, máquina artesanal o una rueca y consiste en torcer las fibras, las fibras de la lana escarmenada hasta obtener un hilo de grosor deseado.

6. TEÑIDO DE LA LANA El proceso del teñido natural se basa en colores sacados de la vegetación y de los minerales presentes en la naturaleza. Escondidos en la corteza, las hojas, raíces y a veces las flores, se encuentran colores que, después de ser hervidos con sal, vinagre, piedra lumbre o sulfato de cobre, penetran en la lana para siempre.

Una vez realizado este proceso se procede a su posterior uso para la elaboración de las prendas de vestir.

Es importante recalcar que del proceso de lavado de la lana se obtiene la lanolina una sustancia básica para la elaboración de cremas para el cuidado de la piel por su gran poder hidratante. Además de lo dicho, la gama de utilización de la lanolina es muy amplia, y va desde su aplicación sobre objetos metálicos para preservarlos del óxido hasta como lubricante en las juntas de aparatos sensibles y de fabricación artesanal, como instrumentos musicales de madera (flautas, gaitas, etc). Como eficiente repelente de la humedad, resulta muy útil como grasa lubricante donde, sin ella, la corrosión sería un problema. (Campaña por la Lana, 2013)

La Asociación “Tusa Gabal” realiza la adquisición de la materia prima en locales comerciales de Otavalo y de la ciudad de Tulcán para proceder a la elaboración de sus prendas tomando en cuenta los gustos y preferencias del cliente, las prendas tejidas de lana e hilo que ofrece la Asociación son elaboradas totalmente a mano. Los datos básicos del producto se encuentran en la siguiente ficha técnica.

Tabla 43: Ficha Técnica del Producto (saco hombre)

Nombre comercial del producto	
	
Sub-partida Arancelaria	6103310000
Descripción Sub-partida	Trajes (ambos o ternos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y "shorts" (excepto de baño), de punto, para hombres o niños.
Unidad de Medida	Unidad

Fuente: SENAE

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 44: Ficha Técnica del Producto (saco mujer)

Nombre comercial del producto	
Sub-partida Arancelaria	6104310000
Descripción Sub-partida	Trajes sastre, conjuntos, chaquetas (sacos), vestidos, faldas, faldas pantalón, pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos o "shorts" (excepto de baño), de punto, para mujeres o niñas.
Unidad de Medida	Unidad

Fuente: SENAE

Elaborado por: Diana Yar

En la tabla anterior, se detalla las características del producto, tanto materia prima, proceso de obtención de la lana, muy resistente y de alta calidad. Pues este producto es extraído de las ovejas, en donde se extrae de 4 a 5 kilos, convirtiéndole en un producto muy útil en épocas de invierno debido a que regulan la temperatura corporal de quienes las usan estas prendas.

De igual manera se evidencia en la tabla la sub-partida arancelaria a la que pertenecen las prendas, unidad de medida y nombre comercial del producto.

5.5.1.3 Precio de la oferta sobre el producto

Para poder determinar el precio de la oferta, se analizó todos los insumos que utilizan las integrantes de la Asociación "Tusa Gabal", en la elaboración de las prendas tejidas de lana e hilo, dando como resultado un precio de 40 USD en el mercado ecuatoriano, como se muestra a continuación.

Tabla 45: Precio de la Oferta

Detalle	Cantidad	Precio	Total
Sacos		1	
Lana a) Lana Jazmín b) Lana Cristal	8 madejas	1,30	10,40
Agujones	2	2,75	5,50
Botones	4	0,05	0,20
Mano de obra		20	20,00
Total			36,10
Margen de utilidad		10%	3,61
			39,71
Precio de venta			40,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Diana Yar

En la tabla anterior se detalló todos los insumos y su costo, mismos que son utilizados por cada integrante de la Asociación, para la elaboración de las prendas tejidas de lana e hilo, también se ha tomado en cuenta los precios establecidos por la competencia ya que es un factor que influye directamente con el crecimiento de la Asociación y acogida del producto.

5.5.1.4 Temporada de producción

De acuerdo a los datos proporcionados por la presidenta de la Asociación, manifestó que la temporada de producción de las prendas tejidas de lana e hilo, es todo el año, esto se debe a la facilidad para la adquisición de la materia prima, de los diferentes insumos para la elaboración de dichas prendas y la cercanía para adquirirlas.

A pesar de ello no existen datos sobre producción nacional de textiles y confecciones, información que al existir, beneficiaría tanto al sector como a las diversas entidades públicas para poder implantar políticas públicas que incentiven el desarrollo y fortalecimiento del sector en temas puntales. (Pro Ecuador, 2012)

Todas las integrantes de la Asociación, día a día muestran su esfuerzo, por ende son capaces de aumentar su producción, ya que este trabajo es la principal fuente de ingresos para su hogar.

5.5.1.5 Formas de Comercialización

La Asociación "Tusa Gabal", comercializan sus productos en gran parte en la misma Asociación y a través de ferias o exposiciones que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Montufar. Otras de las formas que se comercializa las prendas tejidas de lana e hilo es a través de sus familiares y amigos que conocen de esta actividad.



Gráfico 21: Canal de Distribución de la Asociación "Tusa Gabal"
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diana Yar

5.5.2 Demanda de Estados Unidos

5.5.2.1 Gustos y Preferencias

El consumidor estadounidense se muestra muy abierto a adquirir productos extranjeros. El suministro de productos es muy diverso en Estados Unidos. El consumidor estadounidense posee un poder adquisitivo muy alto, esto hace que sea muy diverso en sus intereses y sus gustos. Valoran la comodidad en casa, la alimentación y los coches. Sin embargo, la recesión ha cambiado el panorama económico y parece que ha modificado radicalmente el comportamiento de los numerosos consumidores de EE.UU., que ahora están aprendiendo a vivir con menos productos caros. (Santander Trade, 2016).

Los estadounidenses realizan compras con frecuencia ya que se encuentran en buena posición económica, y sobre todo les gusta probar toda clase de productos nuevos que se encuentren en el mercado, con excepción de los productos de carácter alimenticios.

Es por ello que el mercado de Estados Unidos-New York es una buena oportunidad para la comercialización de las prendas tejidas de lana e hilo debido con las características requeridas por el cliente.

5.5.2.2 Frecuencia de Consumo

Para el la investigación de mercados se identificó como demanda el sector de los importadores, es decir la participación de las empresas en Estados Unidos, de manera que se tomó en cuenta a 7 empresas, las mismas que importan prendas tejidas de lana e hilo , teniendo como resultado los siguientes datos:

Tabla 46: Participación en el mercado de las empresas importadoras

	I trimestre	II trimestre	III trimestre	IV trimestre	Total
Jc Penney Company Inc	2058	961	1715	2127	6862
Briefly Stated Inc	727	339	605	751	2422
Yell Steel Enterprise Co Inc	545	254	454	563	1816
G-lii Apparel Group Ltd	666	311	555	688	2220
Target Stores Inc	787	367	656	813	2624
Connected Apparel Company	605	283	505	626	2018
Gymboree Manufacturing Inc	666	311	555	688	2220
	6054	2825	5045	6256	20181


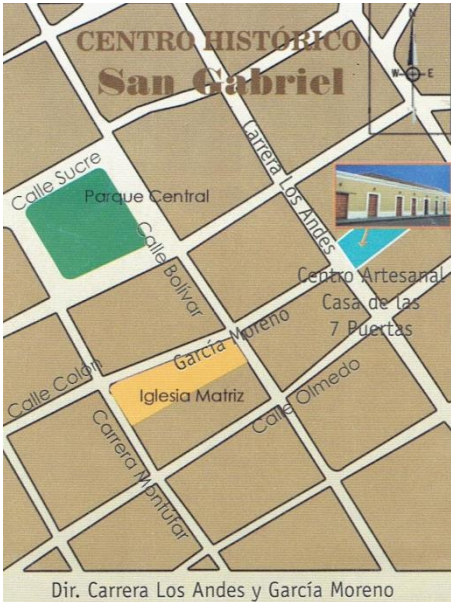
Fuente: Santander Trade (2014)

Elaborado por: Diana Yar

5.6 ESTUDIO TÉCNICO

5.6.1 Macro Localización: La investigación será realizada en Ecuador en la provincia del Carchi, una provincia ecuatoriana situada al norte del Ecuador en la frontera con Colombia. Su capital es la ciudad de Tulcán. Forma parte de la región 1.

Tabla 47: Localización de la Asociación

Macro Localización	Micro Localización
 <p data-bbox="386 1234 808 1268">República del Ecuador-Carchi</p>	 <p data-bbox="992 1335 1409 1369">Cantón Montúfar-San Gabriel</p> <p data-bbox="1068 1390 1463 1423">Parroquia Gonzales Suarez</p>

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Diana Yar

5.6.2 Micro Localización.- La asociación “Tusa Gabal” se encuentra ubicada en el cantón Montufar, parroquia Gonzales Suarez, su capital es San Gabriel, se le conocía como TUSA, pero se cambia a San Gabriel en honor al arcángel San Gabriel Guardián y protector de la ciudad de ahí toma el nombre la capital de Montúfar en el año 1883, sus principales parroquias urbanas son: San Gabriel (cabecera cantonal), San José y Gonzáles Suarez.

Parroquias Rurales: Fernández Salvador, Piartal, Cristóbal Colón, La Paz, Chitan de Navarrete.

5.6.3 Nombre de la Empresa:

Al Trabajar con una asociación ya constituida se tomó el nombre de la misma denominada “**Tusa Gabal**”, la cual es una micro empresa conformada por varias tejedoras, que involucran cerca de 17 familias ubicadas en el cantón Montufar en la ciudad de San Gabriel, parroquia Gonzales Suarez.



5.6.3.1 Slogan

“Del Carchi Para El Mundo”. Con este slogan se identifican, posicionándose en el mercado local y parte del mercado nacional, ofreciendo productos de buena calidad, dando a conocer que todas la prendas de lana pueden lucir bien y evitar que se sufra de las bajas temperaturas.

5.6.3.2 Logotipo

La asociación “Tusa Gabal” posee una buena aceptación en el mercado local, su alta calidad en las prendas tejidas de lana e hilo pretenden a futuro entrar en el mercado de textiles a nivel nacional e internacional.



Gráfico Logotipo de la empresa

MISIÓN.

Somos una empresa que impulsa el desarrollo del sector artesanal y textil, elaboramos gran variedad de tejidos a mano con diseño pasto, así también como bordados en cinta e hilo etc, bisutería, porcelanigrón. Nuestra filosofía es brindar un producto creativo, innovador y de calidad.

VISIÓN.

Ser pioneros en la comercialización de prendas de vestir en lana con diseños pastos, consolidándonos como una de las empresas más importantes de la provincia del Carchi y por ende del Ecuador, para poder aportar al desarrollo económico de nuestro país.

5.6.3.3 Organigrama Organizacional de la Asociación “Tusa Gabal”



La organización de la Asociación “Tusa Gabal”, es una empresa comprometida con el desarrollo personal de sus empleados y la promoción de los mismos.

Administradora: Es el responsable de definir la política de la empresa y coordinar y gestionar todas y cada una de las áreas de la misma

Presidenta: Se encarga de supervisar a los departamentos del área, identificar cualquier anomalía que suceda en la empresa para poder solucionarla. Atiende las quejas de los empleados, clientes y proveedores, por pequeñas que sean.

Secretaria: brinda un apoyo incondicional con las tereas establecida, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir en el área de mercadeo.

- Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento deservicio al cliente.

- Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estén informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- Atender y orientar al público que solicite los servicios de una manera cortés y amable para que la información sea más fluida y clara.

Área de Producción: función principal es elaborar un producto de calidad con el menor costo posible, también debe controlar el material con el que se trabaja, planificar los pasos que se deben seguir, las inspecciones y los métodos, el control las herramientas, asignación de tiempos de elaboración, la programación. (Junta de Andalucía). (s/f)

Área de Marketing y Ventas: Posee la importante función de manejar y coordinar estrategias de venta. Se dice que está encargado de satisfacer los requerimientos y necesidades del cliente, obteniendo ganancias al mismo tiempo.

Esta tarea es desarrollada mediante un gran equipo de trabajo que se desempeña dentro y fuera del departamento. El objetivo del departamento es ubicar y posicionar la empresa en el mercado, e incrementar las ventas o los ingresos.

La función más específica dentro de un departamento de marketing consiste en lograr de la venta el máximo beneficio. Esto se logra a través de estudios de mercado y diversas técnicas que conjuntamente apuntan a lograr el objetivo.

Existen 4 variables que son las principales en el sistema, definidas y conocidas como las cuatro P:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

Estas variables conjugadas son las que llevan a que el marketing se pueda llevar a cabo de manera conveniente.

Área de Finanzas: Se encarga de la administración de los recursos que utiliza una empresa, y se plantea conseguir sus objetivos, se centra en las decisiones de inversión y obtención de recursos monetarios.

Contadora: Lleva al día el libro de cuentas, maneja ingresos, egresos de la empresa, realiza informes mensuales, anuales, semestrales, entre otros.

5.6.3.4 Determinación de la Organización de la Asociación “Tusa Gabal”

El factor o talento humano es indispensable en una organización para lo cual la Asociación “Tusa Gabal”, cuenta con el siguiente número de personas que desempeñan su trabajo en ella, lo cual se muestra en la siguiente tabla.

5.6.3.4.1 Determinación de Mano de Obra

Tabla 48: Requerimiento de Mano de Obra

Personal	Número de Personas
Administrador	1
Presidenta	1
Secretaria	1
Producción	15 socias
Marketing y Ventas	1
Finanzas	1
Calidad	1
Promotoras de Ferias	4
Contadora	1

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Yar

5.6.3.4.2 Requerimiento de Activos Fijos

Dentro de los activos fijos se encuentran todos los requerimientos para la Asociación “Tusa Gabal”, los cuales se detallan a continuación:

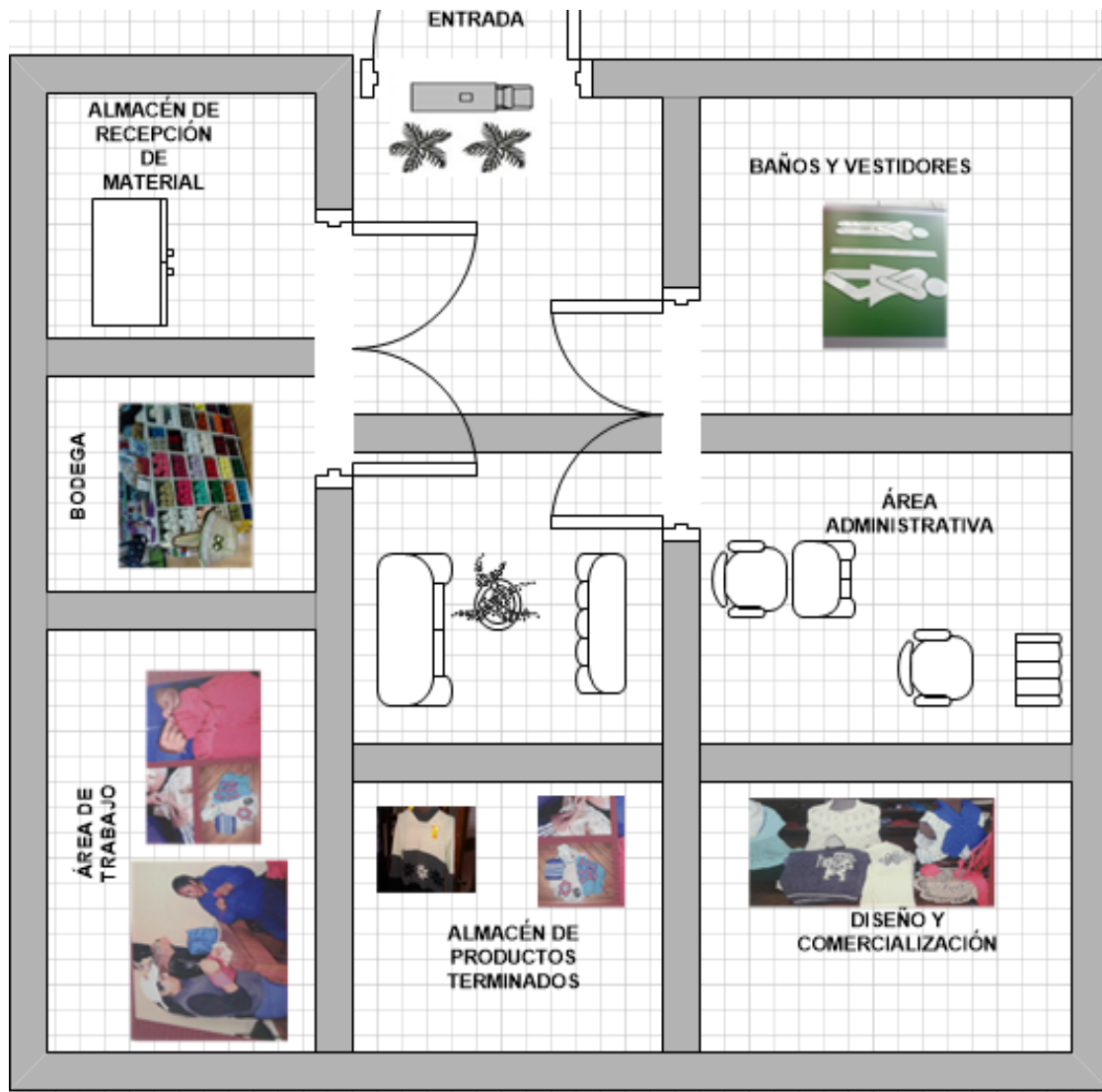
Tabla 49: Requerimiento de activos fijos

Concepto	Cantidad.	Valor Un.	Total
Edificios - Infraestructura			10.000
Ampliación local	1	10.000,00	10.000
Maquinaria y Equipo			5.258
Agujones	30	2,75	83
Tijeras	15	15,00	225
Etiquetadora	3	800,00	2.400
Humilladora	3	850,00	2.550
	0		0
	0		0
Muebles y Enseres			2.130
Escritorio	1	200	200
Sillón ejecutivo	1	120	100
Sillas	4	80	320
Vitrinas	2	400	600
Mesas	2	200	400
Teléfono	1	50	50
Maniquí	5	40,00	200
Calculadoras	2	20	40
Equipo de Computo			1.200
Impresora	1	400,00	400
Portátil	1	800,00	800
Total Activos Fijos - Inversión Fija			18.588

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Yar

5.6.3.5 Diseño de la Planta de la Asociación “Tusa Gabal”

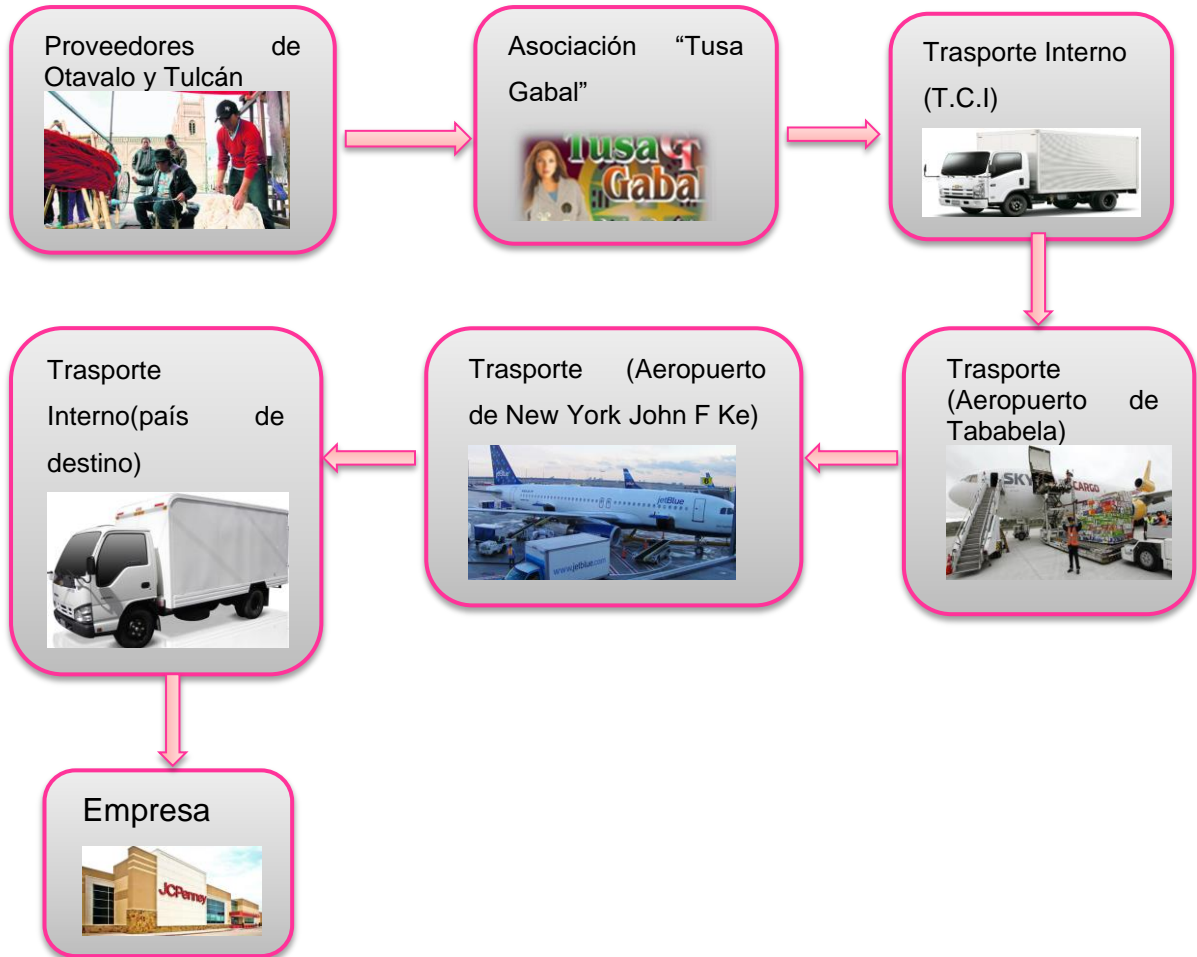


Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Yar

5.6.3.6 Modelo Operativo de la Propuesta

Para el desarrollo de la propuesta se tiene una estructura operativa, la cual se detalla a continuación, desde la adquisición de la materia prima, la llegada a su destino.



La exportación se realiza a través del siguiente proceso el cual inicia con: establecer la carga a transportar, preparación de la carga, embalaje, marcado, unitarización, cubicaje, componentes y costos, información del producto y costos directos de la distribución, cada uno de estos tienen un costo y tiempo específico lo cual lleva a conocer el costo real del producto en sus tres fases principales (origen, tránsito y destino).

5.6.4 Negociación Internacional

La negociación internacional, tiene como objetivo cumplir con todos los procesos legales, nacionales e internacionales, que se deberán realizar para la aplicación de las estrategias de negociación, además que implica un profundo conocimiento y respeto a las leyes, costumbres y creencias de la contraparte.

La negociación se la realizara bajo el término acordado CIF, es decir, que la responsabilidad del exportador terminará, cuando las mercancías lleguen al puerto de destino y sean recibidas por el importador; por ende, los costos de descarga y traslado hasta la bodega en New York correrá por cuenta del comprador.

5.6.5 Distribución Física Internacional

La Distribución Física tiene por finalidad descubrir la solución más satisfactoria para llevar la cantidad correcta de producto desde su origen al lugar adecuado, en el tiempo necesario y al mínimo costo posible, compatible con la estrategia de servicio requerida. El sistema de Distribución Física trata todo lo relacionado con el movimiento del producto desde el productor hasta el usuario final, incluyendo las etapas correspondientes a depósitos regionales o terminales y/o canales indirectos utilizados. (Gutiérrez, 2013).

Tabla 50: Flujo-grama de Procesos

	Distribución Física Internacional	Código	DFI-001
		Versión	000
		Páginas	1-1
Responsable	Tramitador/exportador		
Objetivo	Realizar la Distribución Física Internacional		
Alcance	Enviar la mercancía de Ecuador a Estados Unidos(New York)		
1. DETALLE			
Responsable	Detalle	Documento	
Tramitador/exportador	1.- Supervisión, Manipuleo y embarque de las mercancías	Factura Comercial	
Tramitador/exportador	2.- Transporte Interno	Manifiesto de Carga	
Tramitador/exportador	Coordinar con agente el tramitador de exportación	DAE	
Tramitador/exportador	3.- Transporte Internacional Ecuador-Estados Unidos	AWB Carta de porte Aéreo	
Tramitador/exportador	4.- Manipulación y desembarque de mercancías en el aeropuerto de New York		
<pre> graph TD subgraph San_Gabriel_Quito INICIO([INICIO]) --> Contacto[Contacto con el cliente] Contacto --> Propuesta[Propuesta] Propuesta --> Negociacion{Negociación Contrato} Negociacion -- Si --> Negociacion Negociacion -- No --> Contacto Negociacion --> Factura[Elaboración Factura Comercial] Factura --> Certificados[Obtención de certificados] Certificados --> Agente[Agente de Aduana] Agente --> Empresa[Empresa de Transporte] end subgraph Aeropuerto_New_York Embarque[Manipulación y Embarque] --> Transporte_Interno[Transporte Interno] Transporte_Interno --> Aduana{Aduana} Aduana --> Transporte_Internacional[Transporte Internacional] Transporte_Internacional --> Desembarque[Manipulación y desembarque] Desembarque --> FIN([FIN]) end Empresa --> Embarque </pre>			
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO			
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR META	RESPONSABLE
Despacho	Tiempo empleado en exportar	24	Mensual Gerente/Tramitador
DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADOS CON EL PROCESO			
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO	
Gerente/ Tramitador	Equipo de cómputo, vehículos	Ninguno	
REVISADO	Aprobado		
Gerente	X		

5.6.6 Mecanismo de comercialización

5.6.6.1 Datos básicos del producto

Es importante identificar los datos del producto que ayudan a realizar su exportación hacia New York- Estados Unidos, como lo que se detalla a continuación:

Tabla 51: Datos Básicos del Producto (tejidos de lana e hilo)

Nombre técnico o comercial del producto	Tejidos de lana					
Posición arancelaria en el país exportador	6103.31.00.00 - 6104.31.00.00					
Posición arancelaria en el país importador	6116.11.00.15- 6110.11.00.30					
Unidad comercial de venta	unidad	VALOR EXW				
Moneda de transacción.	USD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor ex-work de la unidad comercial.	40,25	44,77	47,47	49,89	52,90	54,83

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Toda la información, antes mencionada ayudará a conocer los mecanismos de control del producto a través de su partida arancelaria, facilitando así el proceso de exportación. Cabe mencionar, que el precio Ex-Work por unidad de sacos, hace referencia al producto sin contar el precio del envase, del empaque y del embalaje.

De igual manera la información del embarque, ayudará a identificar el lugar de partida del producto donde se dará inicio al transporte internacional de las mercancías, para este ejercicio se ha establecido la salida desde el aeropuerto de la ciudad de Quito, además se conoce que el embarque costa de 20 cajas, ubicadas en 1 pallet.

Tabla 52: Datos Básicos del Embarque

País de origen	Ecuador					
Ciudad de Punto de embarque	Quito					
País de destino	Estados Unidos					
Ciudad de punto de destino	New York	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
No. De unidades comerciales por embarque	1716	1892	2080	2300	2500	2684
Valor inicial del embarque (EXW)	69.067,73	84.701,76	98.734,19	114.741,63	132.246,69	147.174,99
Tipo de embalaje	Caja					
Tipo de unidad de carga	Consolidado					

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 53: Información Adicional

Término de negociación	CIF
Forma de pago	CARTA DE CRÉDITO
Plazo	30
Tipo de Cambio	1,00
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	6,00%
Tasa promedio de inflación anual	3,38%
Inflación promedio anual del país de destino	1,90%

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Diana Yar

5.6.6.2 Cálculo de cubicaje

Para el cálculo del cubicaje se deberá tomar en cuenta como bases las medidas de las cajas que contienen los sacos y las cajas que las contienen, pudiendo determinar que cada pallet llevara 800 sacos.

Tabla 54: Cálculo de cubicaje

Cálculo de cubicaje	Pallets	consolidado	Estimación del espacio
Nº de unidades		800	
Largo mts	1,20	1,20	1
Alto mts	1,60	1,60	1

Ancho mts	1,00	1,00	1
Volumen total del embarque m3	1,920	2	1
Peso por unidad kg	0,6	480	800
Peso total del embarque ton	0,001	0,48	800

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Diana Yar

Con los datos obtenidos, se realizó las proyecciones de venta para los siguientes cinco años, que tendrá vigencia el proyecto, utilizando como año base el 2015, con un porcentaje de cobertura, sobre la demanda del mercado de destino del 0,16%.

Tabla 55: Proyección de ventas

DATOS	AÑOS					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Oferta exportable (Tn)	1,03	1,14	1,25	1,38	1,50	1,61
Frecuencia de envió	Trimestral	Trimestral	trimestral	trimestral	trimestral	Trimestral
Número de envíos al año	4	4	4	4	4	4
Tamaño del embarque	0,26	0,28	0,31	0,35	0,38	0,40
Nº de empaques / embalajes	429	473	520	575	625	671
Nº de contenedor	1	1	1	1	1	1
Nº de Vehículos	1	1	1	1	1	1
Estimación de ventas según embalajes por envió	429	473	520	575	625	671
Estimación de ventas según unidad comercial (bultos) al año	1716	1892	2080	2300	2500	2684

Estimación de ventas según empaques (kg) / embalajes al año	1030	1135	1248	1380	1500	1610
Estimación de ventas según unidad comercial	1	11	12	14	15	16

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Diana Yar

5.6.6.3 Logística de exportación

La distribución física internacional, comprende todas las actividades realizadas para el traslado de los tejidos de lana e hilo, desde la Asociación, ubicada en la ciudad de San Gabriel, cantón Montúfar, hasta el lugar de destino Estados Unidos New-York, cumpliendo con todas las formalidades legales y aduaneras.

5.6.6.3.1 Requisitos de exportación para los tejidos de lana e hilo

Los requisitos necesarios para realizar la exportación de los tejidos de lana e hilo son:

- Factura Comercial
- Lista de empaque
- Certificado de Origen
- Registro de importador/exportador

5.6.6.3.2 Término de negociación

Tabla 56: Incoterms -CIF

INCOTERMS	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Valor del embarque	69.068	84.702	98.734	114.742	132.247	147.175
EXW	69.068	84.702	98.734	114.742	132.247	147.175
Manipulación local X	12	12	13	13	14	14
Unitarización	32	33	34	35	36	37
FCA/FAS	69.111	84.747	98.781	114.790	132.296	147.226
Transporte interno	320	331	342	354	366	378
Almacenamiento en el país de origen	78	81	83	86	89	92
Agentes	150	620	641	663	685	708
Documentación	785	812	867	958	1.095	1.293
Capital e inventario país de origen	32,22	39,61	46,07	53,45	61,54	68,48
Bancarios	1.382	1.695	1.976	2.296	2.646	2.945
FOB	71.859	88.325	102.736	119.200	137.239	152.711
Flete Internacional	7.275	7.521	7.775	8.038	8.310	8.591
CFR	79.134	95.846	110.512	127.238	145.548	161.301
Seguro Internacional	2.374	2.875	3.315	3.817	4.366	4.839
CIF	81.508	98.721	113.827	131.055	149.915	166.140
Capital e inventario tránsito internacional	19	23	26	30	34	38
Manipuleo desembarque	0	0	0	0	0	0
DAT	81.527	98.744	113.853	131.086	149.949	166.178
Almacenamiento temporal	0	0	0	0	0	0
Documentación	0	0	0	0	0	0
Agentes	0	0	0	0	0	0
Transporte interno	0	0	0	0	0	0
DAP	81.527	98.744	113.853	131.086	149.949	166.178
Aduaneros	31.937	38.682	44.601	51.351	58.741	65.099
Capital e inventario país de destino	19	23	26	30	34	38

DDP	113.483	137.449	158.480	182.467	208.725	231.315
Precio de cada saco	47,50	52,18	54,72	56,98	59,97	61,90
Utilidad del 10%	4,75	5,22	5,47	5,70	6,00	6,19
Precio CIF	52,25	57,40	60,20	62,68	65,96	68,09
Precio DDP	66,13	72,65	76,19	79,33	83,49	86,18

Fuente: Pro Ecuador (2014)

Elaborado por: Diana Yar

El término de negociación para la comercialización de las prendas tejidas de lana e hilo, es el término CIF, término con el cual se ha llegado al acuerdo con el importador.

5.6.6.3.3 Envase

Es la unidad primaria de protección de la mercadería, la cual es acondicionada para su manipuleo, almacenamiento y traslado dentro del embalaje. Para su fabricación existe una amplia variedad de materiales (papel, cartón, vidrio, madera, plásticos (flexibles y rígidos), entre otros. (Guía de acondicionamiento y embalaje, 2012)

El envase de las prendas tejidas de lana e hilo, se lo realizará en fundas herméticas, en un envase al vacío para proteger a las prendas del polvo y de la humedad para que lleguen a destino en las mejores condiciones, conservado la calidad del producto, para posteriormente ser ubicadas en las cajitas pequeñas.

Tabla 57: Cálculo Envase

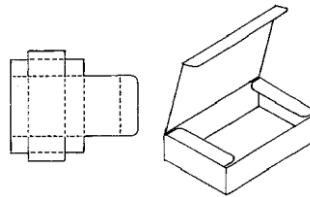
Descripción	Costo unitario USD	Cantidad	Costo total USD	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Cinta	0,4	2	0,8	0,2	0,8
caja de cartón	0,25	1716	429		429
Etiquetado	0,1	1716	172		172
Total					601,4

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar



Caja	
Largo(cm)	0,29
Ancho(cm)	0,24
Alto(cm)	0,03



5.6.6.3.4 Empaque

Se define como cualquier material que encierra un artículo con o sin envase, con el fin de preservarlo y facilitar su entrega al consumidor.(gestiopolis, 2016)

El empaque a utilizar para las prendas tejidas de lana e hilo serán cajas de cartón corrugado doble para sacos, las cuales permitirán preservar el producto y facilitar la entrega a la empresa importadora en New York- Estados Unidos, en la cual se detallará información necesaria acerca de la etiqueta, envase y empaque, las dimensiones serán:

Caja	
Largo(cm)	0,60
Ancho(cm)	0,50
Alto(cm)	0,32



5.6.6.3.5 Embalaje

Para el embalaje se necesitan de zunchos que aseguren las cajas de las prendas tejidas de lana e hilo al pallet, como se detalla a continuación:

Pallet universal o americano mide 1,20 x 1,00 metros (largo x ancho), el pallet europeo mide 1,20 x 0,80 metros (largo x ancho). La altura máxima para los 2 tipos de pallets es de aprox. 14 cm. Un contenedor de 40 pies tiene capacidad para transportar internamente un total de 23 pallets europeos (120 x 80 cm) o 20 pallets americanos (120 x 100 cm), aprovechando la superficie del contenedor en un 80% y 87% respectivamente. (Guía logística internacional, 2014. pág. 24, párr.6-7).



El apilamiento será de 120cm x 100 cm en donde constará de 4 cajas por piso, las cuales contendrán 10 cajas pequeñas , dando un total de 20 cajas por piso, es decir, que no se podrá apilar más de un pallet, debido al medio de transporte que se utilizará, además para mantener el producto en buenas condiciones.

5.6.6.3.6 Unitarización

Es la agrupación de mercaderías en unidades superiores de carga, con el fin exclusivo de facilitar su transporte, por lo que debe conservar su integridad durante el tiempo que dure su movilización. La paletización y la contenedorización constituyen las modalidades más comunes de unitarización de la carga. (aladi.org, 2016).

Para realizar la unitarización se deberá considerar el volumen de la caja que contendrá las prendas tejidas de lana e hilo y del pallet, para optimizar el espacio, se deberá colocar cada caja de acuerdo a las medidas del pallet,

tratando de evitar el desperdicio de espacio y permitiendo brindar mayor soporte al producto.

Tabla 58: Unidades de Embarque

Descripción	Costo unitario USD	Cantidad.	Costo total USD	Tiempo en Días	RR.HH.	Costo total de operación USD
Zunchos	8	4	32	0,1	2	32
Pallets	7,00	4	28	0,3	2	28
Totales						60

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

La presentación del producto, contará con envase, empaque y embalaje, los mismos que estarán acondicionados para la exportación. Las medidas de los pallets, como del pack de embalaje se presenta a continuación:

Tabla 59: Dimensiones del Pallet y Embalaje

Unitarización	Medidas pallet (cm)	Medidas embalaje
Alto	1,60	0,30
Largo	1,20	0,60
Ancho	1,00	0,50

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Con los datos antes presentados, se deberá realizar el proceso de cubicaje para conocer cuántas cajas de sacos, ingresan en un pallet, para lo cual se procederá a multiplicar los valores de largo x ancho x alto, posteriormente estos datos son divididos para identificar cuantas cajas entran en un pallets, obteniendo como resultado que un pallet contendrá 429 cajas de 2,8 Kg cada una y por cada envío se obtendrá un total de 4 envíos trimestral.

Para el transporte interno se necesita básicamente contratar un camión sencillo, debido a la carga no es tan grande.

5.6.7 Transporte

Para realizar la logística de exportación, será necesario la contratación de un vehículo autorizado que realice el transporte de las cajas que contienen las prendas tejidas de lana e hilo, desde la sede de la asociación “Tusa Gabal”, ubicado en la ciudad de San Gabriel hasta el aeropuerto internacional de Tababela de Quito, de acuerdo a la cotización obtenida por parte de la empresa Transporte FERCARGO, el costo del transporte para el primer Trimestre es de 80 USD, debido a que únicamente se necesitara un camión sencillo por el poco volumen de la carga.

Tabla 60: Costo Transporte Interno

Descripción	Costo unitario por vehículo	Cant. de vehículos	Tiempo en días	Costo total de operación USD
Flete interno vehículo	80	4	0,50	320,00
TOTALES			0,50	320,00

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Para el transporte internacional, se requerirá contratar los servicios de una aerolínea, debido a que el importador así lo solicita, misma que llevara la mercadería desde la ciudad de Quito, New York en Estados Unidos, el costo del flete dependerá del peso a ser transportado según la cotización de la empresa SIATIGROUP, además esta empresa ofrece el servicio de agente de carga con un costo de 150 USD incluido IVA..

Tabla 61: Manipuleo de embarque

Descripción	Costo por embarque	Cantidad.	Tiempo en horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Manipuleo de Embarque	19,5	4	2	0,08	78
Otros	0	0		0	0
TOTALES				0,08	78

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 62: Costo agente

Descripción	Honorarios personales	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Agente de carga	150	1	5	0,63	150
TOTALES			5	0,63	150

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

5.6.7.1 Costos Indirectos país de Exportación

Tabla 63: Costos Bancarios

Descripción	Valor FCA	Tasa del banco	Tiempo de contratación en horas	Tiempo de contratación en Días	Costo final
Costo de la carta de crédito	69111,33	2%	1,00	0,125	1382,23

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

La tabla anterior indica los costos bancarios ya que el pago de la exportación se lo realizó por un giro directo con el banco del pichincha, con una tasa del 2% del valor FCA

5.6.7.2 Capital e inventario país de origen

Para calcular el costo del capital e inventario se tomará el valor FCA y la tasa de interés pasiva anual del Banco Central del Ecuador, la misma, que está en el 6 %.

Tabla 64: Capital e Inversión país de Origen

Descripción	Base de cálculo = FCA + gastos	Tasa pasiva de interés anual	Tiempo en días	Año comercial	Costo final USD
Costo de oportunidad.	71826,64	6,00%	2,69	360	32,22

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

5.6.7.3 Total Costo- Tiempo de la DFI del país exportado

Los costos totales directos e indirectos, tienen un valor de 2852,27 USD, en un tiempo de 2,69 días requeridos para que la mercancía esté preparada para él envié a la ciudad de New York, con un valor FOB de 71858,86 USD.

Tabla 65: Costos País de Exportación

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Envase /Empaque	61,14	0,33
Unitarización	31,60	0,05
Manipuleo en el local del exportador	12,00	0,05
Documentación	785,08	0,93
Transporte interno	320,00	0,50
Almacenamiento en el país de origen	78,00	0,08
Agentes	150	0,63
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	1382,23	0,13
Capital e inventario país de origen	32,22	2,69
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	2852,27	2,69
VALOR Ex WORK	69067,73	0,33
VALOR FCA	69111,33	1,57
VALOR FOB	71858,86	2,69

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

5.6.7.4 Seguro Internacional

Para el transporte internacional de mercancías, será necesaria la contratación de una póliza de seguro equivalente al 3%, para la protección del producto de diferentes tipos de daños que se puedan generar mientras se realiza el tránsito, este seguro estará a cargo de la aseguradora COOPSEGUROS del Ecuador cuyo costo será cubierto por el exportador, en este caso la Asociación “Tusa Gabal”.

Tabla 66: Seguro Internacional

Detalle	Valor asegurado	Prima	Costo operación
Cobertura de todo riesgo	79134,18	3%	2374,03
Total			2374,03

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

La póliza de seguro contratada, cubrirá daños como: ruptura de empaque o embalajes, pérdida de mercancías, robo y faltantes a la entrega del producto al destinatario, misma que iniciara desde el momento, en que el encargado de realizar el transporte internacional recibe los pallets, que contienen los sacos, venciendo con la entrega del producto al importador en el punto de destino convenido, es decir, en el aeropuerto de la ciudad de New York. La tramitación de esta póliza está a cargo de una persona con una duración de una hora.

Tabla 67: Tiempos del transporte internacional

Detalle	R.HH	Tiempo horas*
Seguro internacional		1
Total		1
*Horas laborables (8 horas por día)		

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

5.6.7.5 Capital e Inventario

Para el cálculo del capital e inventario, en el tránsito internacional se toma el valor CIF, debido a que, la inversión ha crecido, de igual manera, se calcula con la tasa de interés pasiva anual del Banco Central del Ecuador.

Tabla 68: Costo del Capital e Inventario- Tránsito Internacional

Descripción	VALOR CIF	Tasa pasiva de interés anual	Tiempo en días	Año comercial	COSTO FINAL USD
Costo de oportunidad.	81508,21	6,00%	1,38	360	18,68

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

5.6.7.6 Total Costo – Tiempo de la DFI en el tránsito internacional

Los costos directos e indirectos en el tránsito internacional, tiene un costo de 9668,02 USD, y un valor CIF de 81527 USD, en un tiempo aproximado de 4,07 días.

Tabla 69: Análisis de costos en el Tránsito Internacional

COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	7275,32	1,00
VALOR CFR	79134	3,69
SEGURO INTERNACIONAL	2374,03	0,13
VALOR CIF	81508	3,82
MANIPULEO DESEMBARQUE	0,00	0,25
COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	18,68	1,38
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	9668,02	1,38
VALOR CIF	81527	4,07

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

5.6.7.7 Costos directos en el país de Importación

Como el término de negociación es CIF, los costos que se genera en el país importador, están a cargo del comprador, estos valores no serán tomados en cuenta porque aumentan los costos para cálculos del precio de venta, ya que estos valores no serán pagados por la empresa exportadora.

5.8 Evaluación Financiera Y Económica

5.8.1 Inversión Inicial

La inversión inicial, que se deberá realizar para el presente proyecto está conformada por la adquisición de todos los activos fijos necesarios para la elaboración y exportación de los tejidos de lana e hilo.

Tabla 70: Activos Fijos

Concepto	Total
Ampliación local	10.000
Maquinaria y Equipo	5.258
Muebles y Enseres	2.130
Equipo de Computo	1.200
Total	18.588

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 71: Capital de Operación

Concepto	Valor
Costos de Producción	61.948
Gastos Administrativos	7.120
Gastos de Exportación	12.362
Total Costo Anual	81.430
Total Costo Diario	226
Ciclo de caja	130
Capital de Operación	29.405

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 72: Activos Diferidos

Concepto	Cantidad.	Valor Un.	Total
Investigación	1	1000,00	1000
Abogados	1	300,00	300
INEN	4	247,00	988
Registro SRI, SENAE, BCE, AGROCALIDAD	1	50,00	50
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			2.338

Fuente: La investigación
Elaborado por: Diana Yar

Tabla 73: Inversión Inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	18.588
Capital de Operación	29.405
Gastos de Constitución	2.338
Total Inversión Inicial	50.331

Fuente: La investigación
Elaborado por: Diana Yar

La estructura del financiamiento para este proyecto, se encuentra compuesta en un 80% que corresponde al capital ajeno y el 20% forma parte del capital propio, este porcentaje será financiado a través del Banco del Pacífico a una tasa de interés del 10.20%, (Crédito Productivo PYMES) con un plazo de 3 años.

Tabla 74: Estructura de Financiamiento

Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	20%	10.066
Capital Ajeno	80%	40.265
Total	100%	50.331

Fuente: La investigación
Elaborado por: Diana Yar

5.8.2 Proyección de Costos

Para realizar la proyección de los costos, se ha tomado los costos directos e indirectos desde compra de la materia prima hasta su exportación al mercado de destino. Los costos de producción, serán proyectados para cinco años, contando desde la implementación del proyecto.

Tabla 75: Costos de Producción

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cant.	Val. Un.	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Materia Prima			21.021	23.960	26.341	29.127	31.660	33.990
Lana	13728,00	1,3	17.846,40	20.341,88	22.363,16	24.728,50	26.878,80	28.857,08
Botones	6864,00	0,05	343,20	391,19	430,06	475,55	516,90	554,94
Cierres	1716,00	1,35	2.316,60	2.640,53	2.902,91	3.209,95	3.489,08	3.745,87
Etiquetas	1716,00	0,3	514,80	586,78	645,09	713,32	775,35	832,42
Mano de Obra			39.990	49.606	60.561	73.023	87.169	98.896
Obreros	1	39.990	39.990	49.606	60.561	73.023	87.169	98.896
Costos Indirectos de Fabricación:			937	2.040	2.124	2.222	2.320	2.418
Cajas	1.716	0,25	429	489	556	635	714	792
Pallets	4	7,00	28	29	30	31	32	33
Agua	12	20	240	248	256	265	274	283
Energía	12	20	240	248	256	265	274	283
Depreciaciones				1.026	1.026	1.026	1.026	1.026
Total Costo de Producción			61.948	75.606	89.027	104.373	121.149	135.304

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

5.8.3 Proyección de Gastos

Para la implementación del proyecto, es necesario realizar gastos administrativos, para la elaboración y exportación, de los tejidos de lana e hilo, para la cual tiene los siguientes gastos:

Tabla 76: Proyección de Gastos

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cant.	Valor Un.	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Sueldos	1	5.782	5.782	6.632	7.196	7.810	8.475	9.197
Servicios Básicos	12	30,00	360	372	385	398	411	425
Suministros de Oficina	6	30,00	180	186	192	199	206	213
Suministros de Limpieza	6	30,00	180	186	192	199	206	213
Resmas papel	3	6,00	18	19	19	20	21	21
Internet y teléfono	12	50,00	600	620	641	663	685	708
Depreciaciones			0	613	613	613	627	627
Amortizaciones			0	468	467,6	467,6	467,6	467,6
Total Gastos Administrativos			7.120	9.095	9.707	10.369	11.097	11.871

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

De igual manera, se realizarán gastos de exportación, correspondientes al empaque, unitarización, manipulación, documentación, agente de carga, transporte interno e internacional, seguro, entre otros.

Tabla 77: Gastos de Ventas

Gastos de Exportación (Ventas)			Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Unitarización	1	31,60	32	33	34	35	36	37
Manipuleo en el local de exportador	1	12,00	12	12	13	13	14	14
Documentación	1	785,08	785	812	867	958	1.095	1.293
Transporte interno	1	320,00	320	331	342	354	366	378
Agentes	1	150,00	150	620	641	663	685	708
Costos bancarios	1	1.382,23	1.382	1.695	1.976	2.296	2.646	2.945
Capital e inventario - país de origen	1	32,22	32	40	46	53	62	68
Flete internacional	1	7.275,32	7.275	7.521	7.775	8.038	8.310	8.591
Seguro internacional	1	2.374,03	2.374	2.875	3.315	3.817	4.366	4.839
Total Gastos de Exportación (Ventas)			12.362	13.939	15.010	16.228	17.579	18.873

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

5.8.3 Estados Financieros

5.8.3.1 Balance General

Es un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que debe, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario, a una fecha determinada. (Gerencia.com, 2011)

Tabla 78: Balance General con Financiamiento

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	29.405	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	29.405	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios – Infraestructura	10.000	Préstamos Bancarios	40.265
Maquinaria y Equipo	5.258	Total Pasivos Largo Plazo	40.265
Muebles y Enseres	2.130		
Equipo de Computo	1.200	Total Pasivos	40.265
Total Activos Fijos	18.588		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	2.338	Capital Social	10.066
Total Activos Diferidos	2.338	Total Patrimonio	10.066
Total Activos	50.331	Total Pasivo + Patrimonio	50.331

Fuente: La investigación
Elaborado por: Diana Yar

5.8.3.2 Estado de Resultados

Este estado financiero, definirá la utilidad o pérdida obtenida durante la actividad de la Asociación “Tusa Gabal”, puesto que, aquí se integran todas las cuentas pertenecientes a ingresos y gastos, realizados en la elaboración y comercialización de los tejidos de lana e hilo.

Tabla 79: Estado de Resultados- Con Financiamiento

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas	89.659	108.593	125.210	144.161	164.906	182.754
Cantidad	1.716	1.892	2.080	2.300	2.500	2.684
Precio	52,25	57,40	60,20	62,68	65,96	68,09
- Costo de Ventas	61.948	75.606	89.027	104.373	121.149	135.304
Utilidad Bruta en Ventas	27.711	32.987	36.183	39.788	43.757	47.450
- Gastos Operacionales	19.483	23.034	24.717	26.596	28.677	30.744
Gastos Administrativos	7.120	9.095	9.707	10.369	11.097	11.871
Gastos de Exportación	12.362	13.939	15.010	16.228	17.579	18.873
Utilidad Operacional	8.229	9.953	11.466	13.192	15.081	16.706
- Gastos Financieros	0	3.552	2.261	831	0	0
Interés Bancario		3.552	2.261	831		
U.A.T.I	8.229	6.400	9.205	12.361	15.081	16.706
- 15% Particip. Trabajadores	1.234	960	1.381	1.854	2.262	2.506
Utilidad Antes de Impuestos	6.994	5.440	7.825	10.507	12.818	14.200
- 22% Impuesto a la Renta	1.539	1.197	1.721	2.312	2.820	3.124
Utilidad Neta	5.456	4.243	6.103	8.195	9.998	11.076

Fuente: La investigación
Elaborado por: Diana Yar

5.8.3.3 Flujos del Efectivo

El flujo de caja, ha sido proyectado para cinco años, que corresponde a la vida útil del proyecto, con lo cual, se pretende analizar los distintos indicadores financieros, que servirán, para la toma de decisiones, a través del Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el costo beneficio y el periodo de recuperación.

Tabla 80: Flujo de Efectivo con Financiamiento

Entradas de efectivo	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
SALDO INICIAL		29.405	23.671	18.505	13.588	25.707
Utilidad Neta		4.243	6.103	8.195	9.998	11.076
+Depreciaciones		1.639	1.639	1.639	1.652	1.652
+Amortizaciones		468	468	468	468	468
Liquidación del Proyecto						
Préstamo						
Total Entradas	0	35.755	31.881	28.807	25.707	38.903
Salidas de Efectivo	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Inversión Inicial	50.331					
Amortización de la Deuda		12.084	13.376	14.805		
Reposición de Activos				414		11.194
Total Salidas	50.331	12.084	13.376	15.219	0	11.194
= Flujo de efectivo Neto	-50.330,85	23.671,42	18.505,47	13.588,21	25.706,51	27.708,80

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 81: Indicadores Financieros

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 50.090,85		- 50.090,85
1	23.671,42	0,8357	19.781,90
2	18.505,47	0,6984	12.923,72
3	13.588,21	0,5836	7.930,37
4	25.706,51	0,4877	12.537,71
5	27.708,80	0,4076	11.293,71
		□ FE	64.467,40
		- I.I.	50.330,85
		VAN	14.136,55
		TIR	31,49%
		PR	2,7
		C/B	1,28
CCP	19,66%		
TIR	31,49%		
VAN	14.137		

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

En el anterior cuadro nos especifica los valores de rentabilidad del proyecto con un valor actual neto (VAN), 14.136,55 USD y con una Tasa Interna de Retorno del (TIR), del 31,49 %, siendo este porcentaje mayor a la tasa de descuento, es decir, que el proyecto es rentable, ya que su inversión se lo recupera en 2,7 años, dando como resultado la factibilidad del proyecto.

5.8.3.4 Punto de Equilibrio

En el punto de equilibrio permite mostrar la cantidad de unidades mínimas a producir y vender. De manera que no se generen pérdidas. Pero como se observa en la tabla el número de cantidades de sacos requerida para evitar una pérdida es menor al número de cantidades que producen normalmente la Asociación, siendo esto muy bueno para la comercialización de este producto.

Tabla 82: Punto de Equilibrio

Año	1	2	3	4	5	6
Unidades	1716	1892	2080	2300	2500	2684
Costos Fijos	7600	14170	13506	12755	12671	13464
Costos Variables	73830	88023	102498	119045	1137154	152585
Precio de Venta Unitario	52,20	59,41	61,35	63,03	65,92	68,05
P.E Unidades	828	1099	1119	1131	1146	1202

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Dentro del punto de equilibrio se determinó que la empresa deberá comercializar 828 unidades, que se debería vender para no tener ganancia ni pérdida, este punto es donde se intersecan los ingresos y los costos variables en un determinado periodo.

5.9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

CONCLUSIONES

- La presente investigación se orientada a realizar un estudio de mercado y determinar la mejor alternativa comercial para la internacionalización de las prendas tejidas de lana e hilo a New York- Estados Unidos, donde se analiza la demanda real exigible y la oferta exportable de la Asociación “Tusa Gabal”, con la cual se pretende cubrir parte de dicha demanda.
- Gracias a los datos obtenidos en la entrevista se pudo determinar que la Asociación “Tusa Gabal” cuenta con la capacidad y la predisposición para comercializar las prendas tejidas a mercados internacionales, debido a que esta actividad generaría mayores ingresos económicos para las integrantes y por ende a la asociación.
- El estudio se lo realiza con un margen de utilidad del 10% con un precio de venta al público de 52,25 USD lo cual representa gran competitividad en el mercado objetivo.
- Dentro del factor de micro localización la Asociación “Tusa Gabal” se encuentra ubicada en un lugar estratégico, lo que hace que se facilite la adquisición de la materia prima y de esta manera cumpla a tiempo con los pedidos del cliente.
- El valor actual neto (VAN) es mayor a cero, acordando con la definición para que el plan de factibilidad de exportación sea rentable, con una tasa interna de retorno (TIR) expresado en un valor de 31,49%.

RECOMENDACIONES

- La Asociación “Tusa Gabal” deberá cumplir con todos los estándares de calidad, principalmente los requisitos para ingresar al mercado de Estados Unidos-New York, tomando en cuenta los requisitos de empaque, embalaje y etiquetado, como también idiomas para que el cliente tenga más acceso al producto.
- Se le recomienda a la Asociación implementar personal administrativo y a personas que sepan de comercio exterior para que les ayude a direccionar y a tener un mayor conocimiento para la venta de su producto a mercados internacionales.
- Cumplir con la documentación necesaria en el proceso de exportación, como lo es el certificado de origen para que le permita gozar de las preferencias arancelarias que constan en la Nación más Favorecida (NMF) y el Sistema de General de Preferencias arancelarias (SGP).
- Es importante que el gobierno a través de las entidades gubernamentales, incentiven a los artesanos para fortalecer la producción y estos puedan comercializar sus productos hacia mercados extranjeros y no se estanquen en la venta local.

VI. BIBLIOGRAFÍA.

Asamblea Nacional de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Quito

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, (2010) Registro Oficial 351

Herrera, P., Medina, A., Naranjo, A., (2008) *Guía para Elaborar en Forma Creativa y Amena el Trabajo de Graduación*. Ambato-Ecuador 2008.

Ramírez, D,(2005) *Comercio exterior: Alternativas para el Ecuador*. Editorial Abya-Yala.Quito-Ecuador.

Ramírez, Diego (2005). “*Comercio Exterior: alternativas para Ecuador*”. 1° Edición. Ediciones ABYA–YALA. Quito–Ecuador

Rivera, E, (2013). *Política Económica de los países del Mundo*. Buenos Aires. Editorial Norma. Buenos Aires.

LINKOGRAFÍA

Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (2014) *Rescatar la memoria y la identidad es la base de un proyecto artesanal en el norte ecuatoriano* en: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/rescatar-memoria-identidad-es-base-proyecto-artesanal-norte-ecuatoriano.html>

Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (2016) *Crecimiento Económico del Ecuador* en: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/cepal-confirma-04-prevision-crecimiento-ecuador-2016.html>

AITE (2014). Rueda de Negocios. en: <http://www.aite.com.ec/phocadownload/boletin%20aite%20n%2024.pdf>.

Banco Mundial (2016) *Indicadores del desarrollo Mundial* en: <http://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos>.

El Comercio (2014) *Ecuador alcanza el segundo lugar en mejor desempeño económico en la región, según estudio en Perú* en:

<http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-segundo-economia-peru-negocios.html>

El Diario (2012). *Ecuador Busca Alternativas Comerciales con EE.UU.* en:

El Universo (2015) *Ecuador Priorizará en Ciencia, Tecnología e Infraestructura en CELAC* en:

Expreso.ec (2013) *Ecuador no logra nivela la Balanza Comercial* en:
http://expreso.ec/economia/ecuador-no-logra-nivelar-la-balanza-comercial-XEGR_4155819.

<http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/226820-ecuador-busca-alternativas-de-comercio-con-estados-unidos/>

<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/27/nota/4490666/ecuador-priorizara-ciencia-tecnologia-e-infraestructura-celac>

INEC (2016) *Inflación Mensual* en:
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionEnero2016/Reporte_inflacion_201601.pdf)

[inec/Inflacion/2016/InflacionEnero2016/Reporte_inflacion_201601.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionEnero2016/Reporte_inflacion_201601.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior (2014) *Rendición de Cuentas* en:
[http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-](http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/INFORME-RENDICION-DE-CUENTAS-2014.pdf)

[content/uploads/downloads/2015/04/INFORME-RENDICION-DE-CUENTAS-2014.pdf](http://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/04/INFORME-RENDICION-DE-CUENTAS-2014.pdf)

Moyano Edison (2013) *“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de acabados y comercialización de productos artesanales a base de lana de oveja, ubicada en la ciudad de Otavalo* en:
repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1539/1/02%20IEF%20TESIS.pdf

Pro Ecuador (2012) *Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones* en:
[http://www.proecuador.gob.ec/wp-](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf)

[content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf)

Pro Ecuador (2014) *Ficha Comercial Chile* en:
http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_fc2014_chile/

Pro Ecuador (2014) *Ficha Comercial México* en:
[http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/Ficha-Comercial-](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/Ficha-Comercial-M%C3%A9xico-Diciembre-2014.pdf)

[M%C3%A9xico-Diciembre-2014.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/Ficha-Comercial-M%C3%A9xico-Diciembre-2014.pdf)

Pro Ecuador (2015) *Ficha Comercial Estados Unidos de América* en:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/Ficha-Comercial-de-EEUU-Ene-2015.pdf>

Promonegocios.net (2012) *Canales de Distribución* en:
<http://www.promonegocios.net/distribucion/canales-distribucion.html>

Servicios al Exportador (2015) *Guía de Mercados Estados Unidos* en:
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>

Yaneth Buenrostro (2012) *Conclusiones sobre la materia de Análisis comparativo de los sistemas político y socioeconómico mundiales* en:
<http://yaneth023.blogspot.com/>

ANEXOS

ANEXO 1. ENTREVISTA



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA PRESIDENTA DE LA ASOCIACION "TUSA GABAL".

Reciba un atento y cordial saludo soy estudiante de la UPEC me encuentro realizando la tesis de grado para lo cual es necesario realizar la siguiente entrevista cuya información será utilizada con fines académicos.

NOMBRE: Patricia Lloré

CARGO EN LA ASOCIACIÓN: Presidenta de la Asociación "Tusa Gabal"

1.- ¿Cuántos años de constitución tiene la Asociación?

La asociación tiene 5 años constituida con acuerdo ministerial aprobado por el MIES, por el momento se encuentran realizando trámites para formar parte de IEPS

2.- ¿Cuántos integrantes conforman la Asociación y cuál es su estructura organizacional?

Actualmente son 15 socias mujeres.

Estructura organizacional está compuesta por: Un directorio, suplentes o vocales y un administrador.

Cuenta con Misión y visión ya establecida cumplida el 50% hasta el año 2015 en proceso se encuentra la modificación de la visión que se la realizará hasta el 2019.

No cuentan con flujo-grama establecido ya que cada socia realiza el trabajo por su cuenta, pero si conocen el procedimiento del mismo.

3.- ¿Cuáles son los productos y cantidades (mes) que oferta la Asociación?

PRODUCTO	CATIDAD AL MES
Sacos	De 4 a 5
Gorras	Depende del pedido
Ponchos	De 4 a 55
Bufandas	Depende del pedido
Tapetes	Depende del pedido

4. ¿Qué tipo de materiales e insumos utiliza para la elaboración de sus tejidos?

- a) Lana Jazmín
- b) Lana Cristal
- c) Hilo
- d) Agujones
- e) Hilo sintético

5. ¿Quiénes le proveen de sus insumos o materias primas?

- Fabricante de Otavalo
- Fabricante de Tulcán

6.Cuál es el costo aproximado de producción de cada tejido al mes:

Depende de los gustos y preferencias del cliente

Costo de producción= Mano de obra + materia prima+10% de utilidad para la asociación

7. ¿Recibe apoyo por parte de organizaciones gubernamentales para la producción de sus tejidos?

SI NO

En caso de que su respuesta sea afirmativa indique que tipo de apoyo recibe:

- a) Capacitaciones.....X.....
- b) Dotación de herramientas.....
- c) Financiamiento.
- d) otros...X... ¿Cuáles? GAD MUNICIPAL, GAD PROVINCIAL

8. ¿A qué precio comercializa cada producto?

a) SACOS: Depende del tamaño

Para niños de 3 años: 10 USD

Para niños de 7 años: 15 USD

Para adultos: 40 USD

b) BUFANDAS: 5-7 USD

c) TAPETES: 6-8 USD

d) PONCHOS: 18-23 USD

e) GORRAS: 3 - 4 USD

9. ¿A quién vende su producto?

Directamente al cliente

10. ¿A qué mercado está destinado su producto?

Local Nacional Internacional

11.-Cuál es el mayor inconveniente que ha tenido para comercializar sus productos

- Existe mucha competencia
- No existe un mercado estable para la venta del producto

12.- ¿Usted conoce de la demanda del producto en el mercado internacional?

SI NO

13.- ¿Le gustaría exportar su producto?

SI NO

Le gustaría exportar siempre y cuando tenga la seguridad de que va a conseguir un mercado

14.- ¿Estaría dispuesto a asumir los costos de los envíos?

SI NO

Asumiría los costos de envío aumentando el costo final en cada prenda.

15.- Si sus tejidos son destinadas a mercados internacionales ¿estaría en la capacidad de incrementar su producción? ¿Cuál sería la cantidad?

La asociación está en la capacidad e incrementar la producción, para cumplir los pedidos del cliente, si las integrantes no abastecen el pedido subcontrataría a más personal para cumplir con el contrato.



040105790-6

.....
Presidenta de la Asociación "Tusa Gabal"

Lugar: San Gabriel- Montufar- Carchi-Ecuador Fecha: 13 de Abril de 2016

Gracias por su colaboración

ANEXO 2.-FICHAS BIBLIOGRÁFICAS

Autor/a: García J.	Editorial Mc Graw Hill
Título: Principales teorías del C.I.	Ciudad, país:
Años:	
Resumen del Contenido:	
<p>Existen diferentes tipos de teorías, las cuales cuentan con diferentes factores que se deben tomar en cuenta para poder realizar un correcto estudio, pues hablan de la producción, trabajo, competencia, economía, dinero, exportaciones e importaciones, las cuales engloban los conceptos del comercio internacional, siendo aplicadas en tiempo lugar y momento a la vez.</p>	
Elaborado por: Diana Yar	

Autor/a: P.O. Ecuador	Editorial Dirección de Inteligencia Com.
Título: Análisis sector Textil	Ciudad, país: Quito - Ecuador
Años: 2012	
Resumen del Contenido:	
<p>La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades más antiguas, actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como algodón, poliéster, nylon, lana y seda.</p> <p>Las primeras ventas de la producción textil se concentraron en el mercado local, hasta que a partir de la década de los 90 las exportaciones tomaron un gran impulso.</p>	
Elaborado por: Diana Yar	

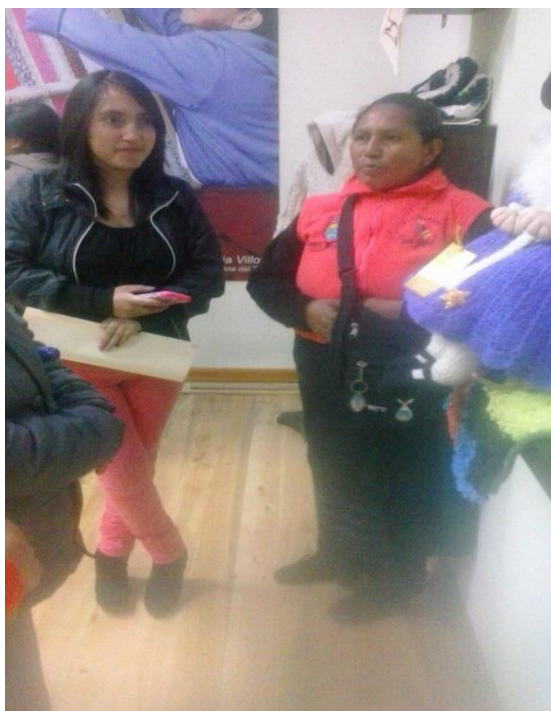
Autor/a: Pío Ecuador	Editorial
Título: Acuerdos comerciales	Ciudad, país: Quito - Ecuador
Años: 2015	
Resumen del Contenido:	
<p>Ecuador ha firmado un sin número de Acuerdos comerciales sean estos bilaterales o multilaterales como bloque económico, los mismos que otorgan el beneficio de preferencias arancelarias total o parcial para el ingreso de productos ecuatorianos a muchos países.</p> <p>Los bloques económicos a los cuales pertenece Ecuador son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) • Comunidad Andina (CAN) • Sistema Global de Preferencias Comerciales entre los países en desarrollo (SGPC) 	
Elaborado por: Diana Yar	

Autor/a: Henares, M.	Editorial
Título: Canales de Distribución	Ciudad, país: Madrid - Estados Unidos
Años: 2011	
Resumen del Contenido:	
<p>Los canales de distribución son la vía por la que los productos y/o servicios llegan a su destino final de consumo o uso.</p> <p>Es por ello que en Estados Unidos existen diferentes vías de entrada, sin embargo para una estrategia inicial de mercado se recomienda la distribución indirecta a través de distribuidores si el producto es de precio bajo, o la venta directa a establecimientos es otra alternativa.</p>	
Elaborado por: Diana Yar	

Autor/a: PZO Ecuador	Editorial Dirección de Inteligencia comer.
Título: Índice de Rendimiento Logístico	Ciudad, país: Quito - Ecuador
Años: 2015	
Resumen del Contenido:	
<p data-bbox="332 478 1339 766"> ^{EE.UU.} El puntaje general del Índice de Desempeño Logístico refleja las percepciones de la logística de un país basadas en la eficiencia del proceso de despacho de aduanas por lo que en el año 2014 el LPI (Logistics Performance Index) del Banco Mundial ubicó a EE.UU. en la posición 9, entre 160 países con una calificación promedio de 3.92 puntos. </p>	
Elaborado por: Diana Par	

ANEXO 3.-VISITA A LA ASOCIACIÓN

Fotografía de la entrevista realizada a la Srta. Patricia Lloré presidenta de la Asociación Tusa Gabal



PRODUCTOS DE LA ASOCIACIÓN



ANEXO 4

Importadores v	Estado v
Jc Penney Company Inc	Texas
American Marketing Enterprises Inc	New York
Target Stores Inc Dept Stores Discount	Minnesota
Gymboree Manufacturing Inc Manufactures cotton apparel & outerwear fabric	California
Mfk Enterprises	California
Belk International Inc Business Consulting Services	North Carolina
Great Pacific Clothing Company	California
New York Clearing House Ret Womens Clothing	New York
J J Mae Rainbeau	California
G-Iii Apparel Group Ltd Manufactures leather garments; manufactures overcoats & vests; manufactures mens & boys sport jackets; manufactures womens, misses & juniors suits & coats; manufactures womens & misses outerwear; wholesales mens & boys clothing	New York
Royce Too Llc Manufactures mens, boys & girls hosiery; manufactures womens hosiery	North Carolina
Dollar Tree Distribution Inc General Warehouse/Storage	Virginia
Gbg Usa Inc	New York
S & C International Inc	New York
J Crew Operating Ret Womens & Mens Clothing Through Mail Order And Company Stores	New York
Agron Inc Mfg Precious Metal Jewelry	California
Eddie Bauer Llc	Washington
The Cayre Group Ltd Whols Kids Apparel	New York
David Peyser Sportswear Inc Manufactures mens & boys coats & suits; screen printing of manmade fiber & silk broadwoven fabric; commercial screen printing service; manufactures womens & misses outerwear	New York
Chicos Retail Services Ret Misc Apparel/Accessories	New York

ANEXO 5 AUTORIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Oficio No. UPEC-CEYNCI-2016-005-O

Tulcán, 07 de Abril de 2016

Señora

Patricia Lloré

PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN TUSA GABAL – SAN GABRIEL

Presente.-

De mis consideraciones:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, de manera especial la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, a la vez desearle éxitos en las funciones desempeñadas.

El motivo del presente es con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se facilite información relacionada a la producción, estructura asociativa, costos, materias primas y precios de tejidos de lana a la estudiante DIANA YAR egresada de la Universidad para desarrollar el proyecto de titulación denominado **“Alternativa comercial para la internacionalización de los tejidos de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal San Gabriel Montufar”**, información que servirá para fundamentar su tesis y que será exclusivamente de uso académico.

Esperando una respuesta favorable a esta petición, que se la realiza con el único afán de fortalecer los conocimientos en los estudiantes, quedo muy agradecido.

Atentamente,

Msc. Julio López

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL**

“Educación para el desarrollo y la Integración”

JL/mc



Recibido
8- Abril 2016

ANEXO 6: AUTORIZACIÓN INFORMACIÓN GAD-MONTÚFAR

San Gabriel, 26 de octubre del 2015

Doctor.
Juan Acosta
ALCALDE DEL CANTÓN MONTÚFAR
Presente.-

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo a nombre de Diana Cristina Yar Carvajal con número de cédula 040167408- 0, estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, al mismo tiempo deseándole éxitos en sus actividades fijadas.

El motivo del presente es para solicitar se autorice disponer de la información de la asociación Tusa Gabal, la cual servirá para usarla con fines académicos para sustentación de la tesis de grado "Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel"

Esperando que este planteamiento tenga su favorable acogida expreso mi profundo agradecimiento.

Atentamente,


Diana Cristina Yar Carvajal
ESTUDIANTE DE LA UPEC
0401674080

MUNICIPIO DEL CANTÓN MONTUFAR
SECRETARIA

Fecha: 26-10-2015

Hora: 16:400

Procedencia: _____

Nº 4857

Recibido por: Jama

2290193

ANEXO 7: ACUERDO MINISTERIAL DE LA ASOCIACIÓN



Dirección Provincial del Carchi

Nro. 806

Econ. RENAN TADEO DELGADO
DIRECTOR PROVINCIAL DEL
MINISTERIO DE INCLUSION ECONOMICA Y SOCIAL

CONSIDERANDO:

QUE, de conformidad con lo prescrito en el numeral 13 del artículo 66 de la Constitución de la República, el Estado Ecuatoriano reconoce y garantiza a los ciudadanos el derecho a la libre asociación con fines pacíficos.

QUE, según el artículo 567 del Código Civil, corresponde al Presidente de la República aprobar las personas jurídicas que se constituyen de conformidad con las normas del título XXX, Libro I del citado cuerpo legal.

QUE, de conformidad con lo prescrito en el Acuerdo # 1667 del 30 de Noviembre del 2000, se crean las Direcciones Provinciales del Ministerio de Bienestar Social, y según el literal m) del artículo 3 del nombrado cuerpo jurídico, el señor Ministro faculta a los Directores Provinciales, conceder personalidad jurídica a las organizaciones de derecho privado, sin fines de lucro, sujetas a las disposiciones del Título XXX, Libro I del Código Civil Ecuatoriano Vigente.

QUE, mediante decreto ejecutivo # 580, del 23 de agosto del 2007, publicado en el Registro Oficial N. 158 del 29 de agosto del 2007, el Economista Rafael Correa Delgado, Presidente Constitucional de la República, reorganiza la Función Ejecutiva y, crea el Ministerio de Inclusión Económica y Social, Secretaría de Estado que asume las facultades legales, reglamentarias y el cumplimiento de las funciones, atribuciones, responsabilidades y competencias asignadas al Ministerio de Bienestar Social, conforme consta en el Art. 5 del citado instrumento legal.

QUE, la ASOCIACION TUSA GABAL, con domicilio en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar, provincia del Carchi, ha presentado la documentación para que se apruebe su Estatuto, la misma que cumple con los requisitos establecidos en los Art. 3 y 4 del Decreto Ejecutivo 3054 del 30 de Agosto de 2002, publicado en el Registro Oficial No. 660 del 11 de Septiembre de 2002.

QUE, mediante oficio N. 096 - MIES - C de 8 de abril del 2011, el Departamento Legal de la Dirección Provincial de Inclusión Económica y Social del Carchi, emite **INFORME FAVORABLE** a fin de que la ASOCIACION TUSA GABAL, con domicilio en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar, Provincia del Carchi, alcance su personalidad jurídica.

En ejercicio de las facultades que se halla investido.

ACUERDA:



Juntos por el Buen Vivir

www.carchi@mies.gob.ec

Ayacucho y Sucre – Edif. IESS – 3er Piso
Carchi - Ecuador

2960 -100 / 2960791

Art. 1.- Aprobar el Estatuto y conceder Personalidad Jurídica a la ASOCIACION TUSA GABAL, con domicilio en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar, Provincia del Carchi.- CON LAS SIGUIENTES MODIFICACIONES: PRIMERA.- Suprimanse los numerales 3, 4, 5, 6, 7, 8, 13, y 15 del Art. 3.- SEGUNDA.- Después del Art.34 incorporar dos Artículos que digan: "Art... La ASOCIACION TUSA GABAL, podrá disolverse por disminuir sus socios a menos de cinco, por no cumplir sus fines o por una de las causas determinadas por la ley sin embargo podrá disolverse por comprometer la seguridad o los interés del Estado, tal como contravenir reiteradamente las disposiciones emanadas de los Ministerios u Organismos de Control y Regulación".- "Art...La evaluación y control de la ASOCIACION TUSA GABAL, realizará el Ministerio de Inclusión Económica y Social a través de la verificación de documentos, el cumplimiento de los fines, el registro de la directiva, la lista de socios que la conforman, para cuyo objeto la Corporación esta obligada a proporcionar a los funcionarios competentes las actas de las asambleas, informes económicos, informes de auditoria y memorias aprobadas que se refieran a sus actividades".-

Art.2.- Registrar en calidad de socios / as fundadores a las siguientes personas:

NO.	APELLIDOS Y NOMBRES	C. CIUDADANIA
1	ALDAS MENESES ALBA ✓	0401183272
2	BURBANO MALLAMAS ROSA	0400784948
3	BURBANO MALLAMAS LUZ	0400488227
4	BURBANO MALLAMAS MARIA	0400550489
5	CONDOR USIÑA ADELA	0400850798
6	CUASAPAZ CAICEDO ALICIA	0400735445
7	CHICAIZA BURBANO MAYRA ✓	1002257416
8	CHULDE AREVALO BETY ✓	0400758389
9	GARCIA CADENA FIDELINA ✓	0401602248
10	GUERRON ENRIQUEZ MARINA	0400603270
11	LOPEZ VEGA ANA ✓	0400902045
12	LLORE GUERRERO DOLORES	0401057906
13	MANOSALVAS DIAZ ZOILA ✓	0400783387
14	PASPUEL TIRIRA EDELMIRA ✓	1707247415
15	PASPUEL YAR MATILDE	0400572202
16	POZO ENRIQUEZ BEATRIZ	0400647210
17	QUILLIGANA TUBON TERESA ✓	1716787419
18	QUINCHE CISNEROS REBECA	1713183661

Art. 3.- Disponer que la ASOCIACION TUSA GABAL, con domicilio en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar, Provincia del Carchi, dentro de los quince días posteriores a la emisión del Presente Acuerdo, notifique la elección de la Directiva a la Dirección Provincial del Ministerio de Inclusión Económica y Social; y posteriormente en forma periódica, observando las disposiciones estatutarias, de las directivas que se sucedan.

Art. 4.- Una vez suscrito el Acuerdo Ministerial de aprobación de la ASOCIACION TUSA GABAL, con domicilio en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar, Provincia del Carchi, deberá obtener el Registro Único para las Organizaciones de la Sociedad Civil, ante la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana conforme establece el Art. 29 del Decreto Ejecutivo 982 publicado en el Registro Oficial 311 del 8 de Abril del 2008.

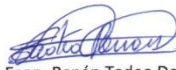
Dirección Provincial del Carchi

Art. 5.- Reconocer a la Asamblea General de la ASOCIACION TUSA GABAL, con domicilio en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar, Provincia del Carchi, como la máxima Autoridad y organismo para resolver los problemas internos.

Art. 6.- Este acto administrativo no es una autorización para desarrollar actividades comerciales, programas de vivienda, legalización de tierras, ocupar el espacio público, lucrativas en general, u otras prohibidas por las ley o contrarias al orden público o a las buenas costumbres, ni para dirigir peticiones a nombre del pueblo.

Art. 7.- La solución de los conflictos que se presenten al interior de la organización y de estas con otras, se someterán a las disposiciones de la Ley de Arbitraje y Mediación, publicada en el Registro Oficial N0. 145 de Septiembre 4 de 1997.

Dado en la ciudad de Tulcán, a los 8 días del mes de abril del 2011.



Econ. Renán Tadeo Delgado
DIRECTOR PROVINCIAL
MINISTERIO DE INCLUSION ECONOMICA Y SOCIAL.



MIES
Ministerio de Inclusión
Económica y Social
DIRECCION PROVINCIAL
CARCHI

Tulcán, 16 de febrero del 2012

Of. No. 355- MIES-C

Sra.
DOLORES LLORE
PRESIDENTA DE LA ASOCIACION TUSA GABAL
San Gabriel.-
De mi consideración:

En respuesta a su oficio s/n de 13 de febrero del 2012, participando la nómina de la Directiva de la ASOCIACION TUSA GABAL, con domicilio en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar, provincia del Carchi, designada legalmente en la Asamblea realizada el 13 de enero del 2012, para el período 2012 – 2013, le expreso que por cumplidos los requisitos legales, se ha procedido a registrar las siguientes dignidades conformadas por:

PRESIDENTA:	DOLORES LLORE
VICEPRESIDENTA:	ALICIA CUASAPAZ
SECRETARIA:	ADELA CONDOR
TESORERA:	MARINA GUERRON

VOCALES: BEATRIZ POZO, REBECA QUINCHE, TERESA ENCALADA, MATILDE PASPUEL.

La veracidad de los documentos es de exclusiva responsabilidad de los peticionarios, de comprobarse su falsedad, se llevará a conocimiento de las autoridades competentes y de existir alguna oposición fundamentada que se relacione con el registro del presente documento, el mismo quedará suspenso hasta que se emita la resolución correspondiente, previa una exhaustiva investigación.

Atentamente:



ING. MIRIAM CABEZAS
DIRECTORA PROVINCIAL MIES – CARCH



Tulcán, 12 de noviembre del 2012

Of. No. 653-MIES-C

Sra.

PATRICIA LLORE

PRESIDENTA DE LA ASOCIACION "TUSA GABAL"

San Gabriel.-

De mi consideración:

En respuesta a su oficio sin número, recibido el 8 de noviembre del 2012, y una vez que se ha cumplido con los requisitos establecidos en el Art. 9 del Decreto Ejecutivo 3054 publicado en el Registro Oficial 660 del 11 de Septiembre del 2002, cúpleme informar que se ha procedido a registrar el ingreso voluntario a la organización por usted representada de los señores/as: DIANA LUCIA CABALLERO FUELTA, MARIA TERESA ENCALAD GRIJALVA, XIMENA ALEXANDRA MEJIA PONCE, ESTER HERNANDEZ, MARTHA HONORIA OLIVA.

El trámite del registro de la exclusión de varios socios, se encuentra suspendido, en razón de que no han sido notificados y aun no han formulado su derecho a la defensa, por tal motivo, vuelvo el expediente a fin de que adjunte los documentos en referencia e ingrese nuevamente a esta Dirección, para proceder conforme a derecho.

La veracidad de los documentos es de exclusiva responsabilidad de los peticionarios, de comprobarse su falsedad, se llevará a conocimiento de las autoridades competentes y de existir alguna oposición fundamentada que se relacione con el registro de la presente exclusión, el mismo quedará suspenso hasta que se emita la resolución correspondiente, previa una exhaustiva investigación.

Atentamente,



Ing. EDUARDO RUBIO CHAMORRO
DIRECTOR PROVINCIAL MIES-CARCHI



ANEXO 8: LISTA DE EMPRESAS IMPORTADORAS EN ESTADOS UNIDOS

Nombre de la empresa	País	Ciudad	Sitio web
Jc Penney Company Inc	Estados Unidos de América	Plano, Texas, New York, Estados Unidos	http://www.jcpenney.com/
Briefly Stated Inc	Estados Unidos de América	New York	http://www.bloomberg.com/
Yell Steel Enterprise Co Inc	Estados Unidos de América	1382 Valencia Ave, Tustin, CA 92780, Estados Unidos	www.ysg.com.tw
G-iii Apparel Group Ltd	Estados Unidos de América	New York	http://ir.g-iii.com/
Target Stores Inc	Estados Unidos de América	Lexington, Kentucky	www.target.com corporate.target.com
Connected Apparel Company	Estados Unidos de América	Los Ángeles California	
Gymboree Manufacturing Inc	Estados Unidos de América	San Francisco, CA, 94105 United States	http://www.gymboree.com

ANEXO 9.



Tulcán, 24 de agosto del 2016.

Señores

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI - UPEC.

A quien le cooresponda.

CERTIFICO.

Que la señorita usuaria: DIANA CRISTINA YAR CARVAJAL de la ciudad de Tulcán provincia de Carchi - Ecuador, con identificación: 0401674080, participó activamente en consultas referenciales a procesos prácticos en exportaciones, nomenclatura arancelaria, documentos de exportación, costos de exportación y vinculación con el servicio exporta fácil; con un acumulado de 18 horas.

Por tal motivo argumentar que la información desarrollada en su proyecto es real, y de fuentes informativas, como: SENAE; Canco Central del Ecuador; Fuentes Internacionales de Información y sistemas internos de Inteligencia de Mercados de PROECUADOR.

Muy Atentamente,



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE
EXPORTACIONES E INVERSIONES

Ing. Oscar Alejandro Ruano Orellana.
ESPECIALISTA SECTORIAL ZONA 1.
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES PRO
ECUADOR.

CLASIFICACIÓN DEL PRODUCTO



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES

1



SERVICIO DE ASESORÍA AL EXPORTADOR (SAE)

INFORMACIÓN DE PRIMER NIVEL

PRODUCTO: SACOS DE LANA

MERCADO DESTINO: ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

FECHA DE ELABORACIÓN: VIERNES, 06 DE JUNIO DEL 2012.

ÍNDICE:

1. SUBPARTIDA ARANCELARIA SUGERIDA
2. ANÁLISIS DE MERCADO
 - 2.1 INFORMACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO EXTERIOR
 - PRINCIPALES PROVEEDORES
 - DESTINOS ACTUALES DE EXPORTACION
 - COMERCIO BILATERAL
3. BARRERAS ARANCELARIAS Y ACUERDOS COMERCIALES
4. BARRERAS NO ARANCELARIAS
5. INFORMACIÓN DE INTERÉS
 - CAPACITACIONES
 - EVENTOS PRO ECUADOR
6. EXPORTA FÁCIL
7. PREGUNTAS FRECUENTES

DESARROLLO:

1. SUBPARTIDA ARANCELARIA SUGERIDA.-

Importante: La subpartida arancelaria sugerida en esta ficha de respuesta es usada para efectos de búsqueda de información. Es importante mencionar que una subpartida arancelaria abarca muchos productos, consecuentemente las estadísticas provistas en esta ficha de producto - mercado reflejan el universo de estos productos. La autoridad competente para el proceso de clasificación arancelaria es el SENAE. Ponemos en vuestro conocimiento información de contacto del Servicio de Atención al Usuario del SENAE: 04-2-480 640 ext. 1800 -1802.

SUBPARTIDA ARANCELARIA SUGERIDA: 6103.31

Sección XI : MATERIAS TEXTILES Y SUS MANUFACTURAS


Capítulo 61 : Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto

Partida Sist. Armonizado 6103 : Trajes (ambos sexos), conjuntos, chaquetas (sacos), pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos (calzones) y

SubPartida Sist. Armoniz. :

SubPartida Regional 61033100 : - - De lana o pelo fino

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)



PRO ECUADOR
INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES

Bienvenido, **oruanoo!** [Cerrar sesión]

[Página principal](#)
[Acera de](#)
[Cambiar mi Clave](#)
[Olvidé mi Clave...](#)

[Exportar a Excel](#)
[Regresar](#)
[Ver Gráfico](#)

Click aquí para descargar su archivo.

Origen Información: SENAE

Tipo: Importaciones

Periodo: (Enero-Diciembre) - (2013 -2016)

Países: Todos

Partidas: 6104310000 - CHAQUETAS (SACOS); - TRAJES SASTRE, CONJUNTOS, CHAQUETAS - DE LANA O PELO FINO

Empresas: Todos

Transporte: Todos

Mostrar: Fob Miles USD

*Se muestran solo los 10 primeros datos (Para Ver el total descargue el archivo a Excel).
*Los cálculos de TCPA y Participación se hacen en base al último año completo.
* Datos del año en curso actualizados al mes de Junio

PARTIDA	DESCRIPCION	2013 FOB	2013 CIF	2014 FOB	2014 CIF	2015 FOB	2015 CIF	2016 FOB	2016 CIF	Acumulado 2013-2016	TCPA	%Participación
61	PRENDAS Y COMPLEMENTOS (ACCESORIOS), DE VESTIR, DE PUNTO	1.51	1.53	1087.31	549.35	14.72	11647.67	1.4	1.53	1104.93	-2.49%	100.00%
TOTALES:		01.51	01.53	1,087.31	549.35	14.72	11,647.67	01.40	01.53	1,104.93	-2.49%	100.00%

Anexo 10: Boletín informativo: Congreso de los Estados Unidos aprueba la renovación del SGP a Ecuador



Ministerio de
Comercio Exterior

BOLETÍN INFORMATIVO: CONGRESO DE LOS ESTADOS UNIDOS APRUEBA LA RENOVACIÓN DEL SGP A ECUADOR

El Ministerio de Comercio Exterior comunica a las Entidades Habilitadas y Sector Exportador lo resuelto por las dos Cámaras del Congreso de los Estados Unidos, en lo que respecta la aprobación definitiva del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) para más de 120 países dentro los cuales se beneficia el Ecuador, el mismo que será enviado para la firma de la Ley correspondiente por parte del Presidente Barack Obama

Los principales elementos de la Ley son los siguientes:

- Renueva el SGP hasta el 31 de diciembre de 2017.
- Aplica con efecto retroactivo el SGP y da un plazo de 180 días a los importadores para que soliciten a las aduanas estadounidenses los aranceles pagados a partir del 1 de agosto de 2013, es decir a partir del día siguiente de la expiración de la Ley anterior.
- Mantiene inalterable la cobertura de productos con preferencias arancelarias y que superan las 3 mil partidas arancelarias (aproximadamente 2 mil más para países menos adelantados)
- Autoriza expresamente al United States Trade Representative (USTR) a incluir en el SGP un número limitado de productos considerados de viaje, tales como algunos modelos de cartera, portafolios, o mochilas que antes estaban excluidos del programa.

Es importante destacar que este sistema preferencial beneficiará la competitividad de las exportaciones de productos ecuatorianos como flores, mangos, piñas, pulpas de frutas, elaborados de madera, otros productos elaborados, entre otros.

Particular que se informa, para los fines pertinentes.

**SUBSECRETARÍA DE SERVICIOS AL COMERCIO EXTERIOR
MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR**

ANEXO 11:CORREOS

amarillas.com

Nombre destino

Tu nombre

Tu mail

Teléfono

Comentarios

Código de seguridad

mercantil.com

Por favor ingrese su consulta para la empresa:
PORTALES DE NEGOCIOS S.A

Su nombre

Su Dirección de Correo

Compañía

Consulta

Correo de Outlook

Buscar en Correo y Contac...

Enviar Adjuntar Complementos Descartar ...

Carpetas

- Bandeja de entr: 1760
- Correo no deseado: 1
- Borradores: 24
- Elementos enviados
- Elementos elimin: 123

Para: isabelroa72@yahoo.es X

Venta de tejidos

Buenas noches el motivo de del presente es para solicitar de la manera mas comedida información para la venta de prendas tejidas de lana con diseños artesanales desde la Ciudad de San Gabriel provincia del Carchi-Ecuador... Le pido de la manera mas cordial sea atendida mi petición.

ANEXO 12

Documentación

Descripción	Costo unitario USD	Cant.	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Factura Comercial	0,05	4	1 persona	1	0,13	0,20
Lista de empaque	0,02	4		0,08		
certificado de origen	11,20	4		2	0,25	44,80
bill of lading	15,00	4		6	0,05	60,00
Registro de importador/exportador	80	1		5	0,50	80,00
Otros	50	12		0	0,00	600,00
TOTALES				14	0,93	785,08

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Flete internacional

Descripción	Costo unitario por embarque	Viajes	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
Flete de 1 contenedor 40"	1818,83	4	1	7275,32
TOTALES			1	7275,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

ANEXO 13: IMPUESTOS ADUANEROS DESTINO

Parida 60331

Aduaneros

DESCRIPCIÓN	% de Impuesto	BASE IMPONIBLE	Costo total USD	Tiempo en horas	Tiempo en días	COSTO FINAL USD
ADVALOREM	10,2%	81508,21	8313,84	0	incluido en agentes	17296,04
Fodinfra	0%	89822,04	0,00			
IVA	10%	89822,04	8982,20			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Partida 610431

DESCRIPCIÓN	% de Impuesto	BASE IMPONIBLE	Costo total USD	Tiempo en horas	Tiempo en días	COSTO FINAL USD
ADVALOREM	16,33%	81508,21	13310,29	0	incluido en agentes	22792,14
Fodinfra	0%	94818,50	0,00			
IVA	0%	94818,50	9481,85			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Total Partidas Arancelarias

DESCRIPCIÓN	% de Impuesto	BASE IMPONIBLE	Costo total USD	Tiempo en horas	Tiempo en días	COSTO FINAL USD
ADVALOREM	26,53%	81508,21	21624,13	0	incluido en agentes	31937,36
Fodinfra	0%	103132,33	0,00			
IVA	10%	103132,33	10313,23			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Capital e inventario en el país de destino

Descripción	VALOR DAP	Tasa pasiva de interés anual	Tiempo en días	Año comercial	Costo final USD
Costo de oportunidad.	81526,89	6,00%	1,38	360	18,68

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

ANEXO 14: COSTOS PAÍS IMPORTADOR

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACIÓN	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	0,00	0,00
Manipuleo desembarque	0,00	0,01
Documentación	0,00	0,38
Agentes	0,00	0,13
Transporte interno	0,00	0,30
VALOR DAP	81527	4,88
Aduaneros	31937,36	

COSTOS INDIRECTOS IMPORTACIÓN		
CAPITAL E INVENTARIO	18,683	0,81
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	31956,044	0,81
VALOR DDP	113483	4,88
Precio (c/u) en país de destino	66,13	
MARGEN DE VENTAS	6,6	
PRECIO DE VENTA	72,75	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

ANEXO 15: INVERSIÓN INICIAL

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	18.588
Capital de Operación	29.405
Gastos de Constitución	2.338
Total Inversión Inicial	50.331

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Estructura de Financiamiento-sin financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	100%	50.331
Capital Ajeno	0%	0
Total	100%	50.331

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

ANEXO 16: ESTADO DE RESULTADOS

Estado de Resultados - Sin Financiamiento						
Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas	89.659	108.566	125.210	144.161	164.906	182.754
Cantidad	1.716	1.892	2.080	2.300	2.500	2.684
Precio	52,25	57,38	60,20	62,68	65,96	68,09
- Costo de Ventas	61.948	75.606	89.027	104.373	121.149	135.304
Utilidad Bruta en Ventas	27.711	32.959	36.183	39.788	43.757	47.450
- Gastos Operacionales	19.483	23.034	24.717	26.596	28.677	30.744
Gastos	7.120	9.095	9.707	10.369	11.097	11.871

Administrativos						
Gastos de Exportación	12.362	13.939	15.010	16.228	17.579	18.873
Utilidad Operacional	8.229	9.953	11.466	13.192	15.081	16.706
- Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0
Interés Bancario	0	0	0	0	0	0
U.A.T.I	8.229	9.953	11.466	13.192	15.081	16.706
- 15% Particip. Trabajadores	1.234	1.493	1.720	1.979	2.262	2.506
Utilidad Antes de Impuestos	6.994	8.460	9.746	11.213	12.818	14.200
- 22% Impuesto a la Renta	1.539	1.861	2.144	2.467	2.820	3.124
Utilidad Neta	5.456	6.599	7.602	8.746	9.998	11.076

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Diana Yar

ANEXO 17: FLUJO DEL EFECTIVO

Flujo de Efectivo Neto - Sin Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
SALDO INICIAL		29405	38.110	47.819	58.258	70.376
Utilidad Neta		6.599	7.602	8.746	9.998	11.076
+ Depreciaciones		1.639	1.639	1.639	1.652	1.652
+ Amortizaciones		468	468	468	468	468
Liquidación del Proyecto						
Recuperación Capital de Operación						
Total Entradas	0	38.110	47.819	58.671	70.376	83.572
Salidas de Efectivo	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Inversión Inicial	50.331					
Reposición de Activos				414		
Total Salidas	50.331	0	0	414	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-50.331	38.110	47.819	58.258	70.376	83.572

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Diana Yar

ANEXO 18:

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 50.330,85		
1	38.110,39	0,8357	31.848,36
2	47.818,76	0,6984	33.395,33
3	58.257,70	0,5836	34.000,44
4	70.376,00	0,4877	34.324,13
5	83.572,04	0,4076	34.062,75
		SFE	167.631,02
		- I.I.	50.330,85
		VAN	117.300,17
		TIR	90,42%
		PR	1,33
		C/B	3,33
CCP	19,66%		
TIR	90,42%		
VAN	117.300,17		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Punto de Equilibrio - Sin Financiamiento												
Costo de Producción	Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017		Año 2018		Año 2019	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		21.021		23.960		26.341		29.127		31.660		33.990
MOD		39.990		49.606		60.561		73.023		87.169		98.896
CIF												
cajas	429		489		556		635		714		792	
Pallets	28		29		30		31		32		33	
Agua		240		248		256		265		274		283
Energía		240		248		256		265		274		283
Depreciaciones		0		1.026		1.026		1.026		1.026		1.026
Total Costo de Producción	457	61.491	518	75.088	586	88.441	666	103.707	746	120.403	825	134.479
Gastos Operacionales	7.120	12.362	9.095	13.939	9.707	15.010	10.369	16.228	11.097	17.579	11.871	18.873
Gastos Administrativos	7.120		9.095		9.707		10.369		11.097		11.871	
Gastos de Exportación		12.362		13.939		15.010		16.228		17.579		18.873
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Interés Bancario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Costos y Gastos Totales	7.577	73.853	9.613	89.027	10.293	103.451	11.035	119.935	11.843	137.983	12.696	153.352
Unidades	1.716		1.892		2.080		2.300		2.500		2.684	
Costos y Gastos Unitarios	4,42	43,04	5,08	47,05	4,95	49,74	4,80	52,15	4,74	55,19	4,73	57,14
Total Costos y Gastos Unitarios	47,45		52,14		54,68		56,94		59,93		61,87	
% Utilidad	10%		10%		10%		10%		10%		10%	
Precio de venta Unitario	52,20		57,35		60,15		62,64		65,92		68,05	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	827		934		988		1.052		1.104		1.163	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

ANEXO 19: ROL DE PAGOS

Año 2016	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Auxiliar de X	1	360	360	4.320	397	360	180	0	408	525	5.782
Obreros	15	191	2.865	34.380	0	0	1.433	0	3.249	4.177	39.990
Total	16	551	3.225	38.700	397	360	1.613	0	3.657	4.702	45.772

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Año 2017	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Auxiliar de X	1	391	391	4.688	397	391	195	391	443	570	6.632
Obreros	16	207	3.316	39.796	0	0	1.658	3.316	3.761	4.835	49.606
Total	17	598	3.707	44.484	397	391	1.854	3.707	4.204	5.405	56.238

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Año 2018	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Auxiliar de X	1	424	424	5.087	431	424	212	424	481	618	7.196
Obreros	18	225	4.049	48.585	0	0	2.024	4.049	4.591	5.903	60.561
Total	19	649	4.473	53.673	431	424	2.236	4.473	5.072	6.521	67.758

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Año 2019	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Auxiliar de X	1	460	460	5.521	468	460	230	460	522	671	7.810
Obreros	20	244	4.882	58.583	0	0	2.441	4.882	5.536	7.118	73.023
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	21	704	5.342	64.104	468	460	2.671	5.342	5.058	7.789	80.833

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Año 2020	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Auxiliar de X	1	499	499	5.991	508	499	250	499	566	728	8.475
Obreros	20	265	5.828	69.931	0	0	2.914	5.828	6.609	8.497	87.169
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	21	764	6.327	75.923	508	499	3.163	6.327	7.175	9.225	95.644

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

Año 2021	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo Anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de Reserva	Aporte Personal (9,45%)	Aporte Patronal (12,15%)	Total Anual
Auxiliar de X	1	542	542	6.502	551	542	271	542	614	790	9.197
Obreros	23	287	6.612	79.339	0	0	3.306	6.612	7.498	9.640	98.896
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	24	829	7.153	85.840	551	542	3.577	7.153	8.112	10.430	108.093

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

ANEXO 20: AMORTIZACIÓN DEUDA

Amortización de la Deuda	
Monto	40.265
Tasa Anual	10,20%
Tasa Mensual	0,0085
Plazo	36
Cuota	1303,01

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

No.	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0				40.265
1	960,76	342,25	1303,01	39.304
2	968,93	334,08	1303,01	38.335
3	977,16	325,85	1303,01	37.358
4	985,47	317,54	1303,01	36.372
5	993,85	309,17	1303,01	35.379
6	1002,29	300,72	1303,01	34.376
7	1010,81	292,20	1303,01	33.365
8	1019,41	283,61	1303,01	32.346
9	1028,07	274,94	1303,01	31.318
10	1036,81	266,20	1303,01	30.281
11	1045,62	257,39	1303,01	29.235
12	1054,51	248,50	1303,01	28.181
13	1063,47	239,54	1303,01	27.118
14	1072,51	230,50	1303,01	26.045
15	1081,63	221,38	1303,01	24.963
16	1090,82	212,19	1303,01	23.873
17	1100,10	202,92	1303,01	22.772
18	1109,45	193,57	1303,01	21.663
19	1118,88	184,14	1303,01	20.544
20	1128,39	174,63	1303,01	19.416
21	1137,98	165,03	1303,01	18.278
22	1147,65	155,36	1303,01	17.130
23	1157,41	145,61	1303,01	15.973
24	1167,24	135,77	1303,01	14.805
25	1177,17	125,85	1303,01	13.628
26	1187,17	115,84	1303,01	12.441
27	1197,26	105,75	1303,01	11.244
28	1207,44	95,57	1303,01	10.036

29	1217,70	85,31	1303,01	8.819
30	1228,05	74,96	1303,01	7.591
31	1238,49	64,52	1303,01	6.352
32	1249,02	53,99	1303,01	5.103
33	1259,64	43,38	1303,01	3.844
34	1270,34	32,67	1303,01	2.573
35	1281,14	21,87	1303,01	1.292
36	1292,03	10,98	1303,01	0

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Diana Yar

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

ARTÍCULO CIENTÍFICO

DIANA CRISTINA YAR CARVAJAL



Egresada de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Suficiencia en el idioma de inglés presencial. Participación de la Capacitación de I Jornada Internacional de Comercio Exterior, I Encuentro Binacional de Investigación Colombo- Ecuatoriano: “Avances y Perspectivas en Zona de Frontera” Segundo Congreso Binacional Combo-Ecuador de Redes Académicas Virtuales RAV 2012, III JORNADA DE Comercio Exterior con las temáticas Normativa y Procedimientos Aduaneros, Primer Encuentro Binacional de Investigaciones “Avances y Perspectivas de Frontera” ,Actualización de Procedimientos Aduaneros y Logísticos, Programa en Psico-Finanzas, organizados por la UPEC.

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

(Entregado 10-08-2016 / Revisado 10-08-2016)

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

Universidad Politécnica Estatal del Carchi

yar-diana@hotmail.com

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

Resumen

La presente investigación tiene la finalidad de identificar la mejor alternativa comercial, analizando factores internos y externos de cada país con la utilización de la matriz del perfil de oportunidades y amenazas (POAM) se estudió a tres países, Chile, México, Estados Unidos.

Se identificó que Estados Unidos es la mejor opción de mercado, debido a que su situación económica, política, social y tecnológica es muy estable, por ende ofrece un ambiente confiable y seguro para realizar la comercialización de las prendas tejidas de lana e hilo, que se pretende exportar, cumpliendo con las normas de empaque, embalaje y documentos necesarios como lo es el certificado de origen mismo que ayudará a gozar de las preferencias arancelarias en el país de destino.

Para esta investigación nos enfocamos en el cantón Montúfar específicamente en la ciudad de San Gabriel, en la Asociación “Tusa Gabal”, para lo cual se realizó un estudio que permitió identificar la capacidad de oferta de la misma, siendo esta una MIPYME legalmente constituida.

Años atrás, esta asociación, ha venido mejorando su actividad, por ende lo que se busca con esta investigación es identificar las diversas oportunidades de comercialización tanto a nivel nacional como internacional, mismas que le ayuden al desarrollo de la Asociación. Por tal motivo, se elaboró un plan de factibilidad para la exportación de prendas de tejidos de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal del cantón Montúfar, en dicho plan se tomó en cuenta la capacidad de producción de la Asociación, medio de transporte a utilizar mismo que involucra costos, tiempo y riesgos que implica movilizar la mercancía en origen como en destino, acuerdos comerciales del Ecuador con diversos bloques económicos, y estudios financieros que permiten determinar la rentabilidad del proyecto.

Abstract

The present research has as the objective of identifying the best commercial alternative, analyzing internal and external factors from each country with the use of a Threat and Opportunity (TOP) Profile. Three countries were studied, Chile, Mexico and The United States.

It was concluded that The United States is the best option in the whole market, mainly because of the fact that its economic, political and technological situation is a very stable one, therefore this offers a very reliable and secure atmosphere for taking the commercialization of the wool and threads clothing items to be exported through, fulfilling all of the wrapping, packing and documents needed, as the origins certificate itself, which will definitely help to enjoy the import duties preferences within the country destination.

For this research we focused on the Montufar Canton, more specifically in "San Gabriel" City, at the "Tusa Gabal" Association, for which a study that allowed to identify its complete offer was performed, being this a legally constituted micro, small and medium-size enterprise.

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

From a few years ago, this association has been improving its activity, thus the main purpose of this research is to identify all of the diverse commercialization opportunities, nationally and internationally respectively, those that would help to develop the Association. For that reason, a feasibility plan for the exportation of wool and threads clothing products coming from Montufar Canton "Tusa Gabal" was elaborated, in that plan several aspect were taken into consideration, such as the production capacity of the Association, the means of transportation to be utilized, including the costs, time and all the risks involved in the merchandise mobility process, both in the origin as in the destination places, all of the commercial treaties in Ecuador with diverse economic blocks, and finally but not least important, the financial studies that allow to determine the rentability of the project. .

1. Introducción

Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Es por ello que el rescate de la memoria ancestral de un pueblo permitió a varias mujeres artesanas del norte andino ecuatoriano consolidar un proyecto de desarrollo en el que trabajan la iconografía pastusa en pro de rescatar su identidad. Estas prendas son elaboradas por las integrantes de la Asociación “Tusa Gabal” de la ciudad de San Gabriel como una forma de ingreso para sus hogares, por tal motivo no existe un estudio que les ayude a exportar su producto.

La presente investigación recopila información para determinar la demanda existente y las diversas formas de ingresar al mercado estadounidense. Para desarrollar esta investigación se ha establecido la siguiente estructura:

Capítulo I, se determina y analiza el planteamiento del problema, conjuntamente con la formulación, delimitación, justificación y objetivos de estudio, general y específicos.

Capítulo II, se detalla los antecedentes, fundamentación teórica, legal y conceptual, las mismas que sirven como base para sustentar la investigación.

Capítulo III, se define la metodología de la investigación que se utilizó para la selección de información, también se analiza el mercado objetivo, determinando los principales factores políticos, económicos, legales y tecnológicos, así como también la oferta y demanda del producto.

Capítulo IV, se determina las conclusiones y recomendaciones obtenidas como resultado de la investigación, mismas que sirven para la toma de decisiones en la propuesta.

Capítulo V, se establece la propuesta, esta se basa en un plan de factibilidad para la exportación de prendas de tejidos de lana e hilo de la Asociación Tusa Gabal del cantón Montufar, y realizar un análisis económico-financiero para el proceso de exportación.

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

2. Materiales y métodos

El método de investigación para el presente proyecto fue la entrevista realizada a la presidenta de la Asociación “Tusa Gabal”, donde se identifica la oferta exportable de la Asociación, utilizando la modalidad cuantitativa, realizando un análisis a los tres países seleccionadas para exportar, siendo el más óptimo Estados Unidos.

Con el fin de llevar a cabo la investigación se utilizaron fuentes primarias y secundarias. Para las fuentes primarias se utilizó instrumentos de recolección de información tales como la observación directa y la entrevista realizada a la presidenta de la Asociación “Tusa Gabal” para conocer datos importantes, tales como, proceso y capacidad de producción, precios, y la comercialización actual de los tejidos de lana e hilos a nivel local.

Para la entrevista se realizó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, permitiendo un contacto más directo con el grupo de expertos como es la Asociación “Tusa Gabal” en la cual se encuentran ubicadas todas la personas que elaboran los tejidos de lana e hilo.

Para las fuentes secundarias se utilizó herramientas tales como: el internet, revistas, análisis de libros, información proporcionada por entidades gubernamentales, fichas comerciales, paginas oficiales confiables como Pro Ecuador, MACMAP, Banco Mundial etc., que facilitaron la investigación en cuanto se refiere a la oferta y demanda, permitiendo explorar la base científica para un mejor soporte de la investigación, con la finalidad de poder comercializar internacionalmente de acuerdo al comportamiento de su demanda.

3. Resultados y discusión

Mediante la investigación realizada se pudo determinar la producción de las prendas tejidas de lana e hilo, de la Asociación “Tusa Gabal” de la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar, mediante una entrevista realizada a la presidenta de la Asociación, donde se obtuvo:

Tabla 1: Oferta exportable y Demanda insatisfecha

Año	Demanda Insatisfecha (Tn)	Oferta Exportable (Tn)	Cubrimiento
2016	654,768	1,03	0,16%
2017	750,844	1,14	0,15%
2018	846,920	1,25	0,15%
2019	942,997	1,38	0,15%
2020	1.039,073	1,50	0,14%
2021	1.135,149	1,61	0,14%

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

En Estados Unidos la demanda insatisfecha es muy alta comparada con la oferta exportable de la Asociación “Tusa Gabal”, por esta razón el cubrimiento del proyecto es muy bajo con un promedio de 0,16% en los años proyectados, adicionalmente mencionar que la producción es trimestral únicamente de la producción de sacos tanto de hombre como de mujer, como mencionó la presidenta, también se dedican a la elaboración de otros tipos de prendas, pero su fuerte son los sacos. Es así que la oferta exportable es de 675 sacos trimestralmente, de lo cual se estaría exportando 2700 unidades al año, siendo este el valor máximo de producción.

3.1 Datos básicos del Producto

Es importante identificar los datos del producto que ayudan a realizar su exportación hacia New York- Estados Unidos, como lo que se detalla a continuación:

Tabla 2: Datos Básicos del Producto

Nombre técnico o comercial del producto	Tejidos de lana					
Posición arancelaria en el país exportador	6103.31.00.00 - 6104.31.00.00					
Posición arancelaria en el país importador	6116.11.00.15- 6110.11.00.30					
Unidad comercial de venta	unidad	VALOR EXW				
Moneda de transacción.	USD	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor ex-work de la unidad comercial.	40,25	44,77	47,47	49,89	52,90	54,83

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Toda la información, antes mencionada ayudará a conocer los mecanismos de control del producto a través de su partida arancelaria, facilitando así el proceso de exportación. Cabe mencionar, que el precio Ex-Work por unidad de sacos, hace referencia al producto sin contar el precio del envase, del empaque y del embalaje.

De igual manera la información del embarque, ayudará a identificar el lugar de partida del producto donde se dará inicio al transporte internacional de las mercancías, para este ejercicio se ha establecido la salida desde el aeropuerto de la ciudad de Quito, además se conoce que el embarque costa de 20 cajas, ubicadas en 1 pallet, que serán enviadas trimestralmente.

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

Tabla 3: Datos Básicos del Embarque

País de origen	Ecuador					
Ciudad de Punto de embarque	Quito					
País de destino	Estados Unidos					
Ciudad de punto de destino	New York	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
No. De unidades comerciales por embarque	1716	1892	2080	2300	2500	2684
Valor inicial del embarque (EXW)	69.067,73	84.701,76	98.734,19	114.741,63	132.246,69	147.174,99
Tipo de embalaje	Caja					
Tipo de unidad de carga	Consolidado					

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 4: Información Adicional

Término de negociación	CIF
Forma de pago	CARTA DE CRÉDITO
Plazo	30
Tipo de Cambio	1,00
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	6,00%
Tasa promedio de inflación anual	3,38%
Inflación promedio anual del país de destino	1,90%

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Diana Yar

3.2 EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

3.2.1 Inversión Inicial

La inversión inicial, que se deberá realizar para el presente proyecto está conformada por la adquisición de todos los activos fijos necesarios para la elaboración y exportación de los tejidos de lana e hilo.

Tabla 5: Inversión Inicial

Concepto	Valor
Inversión Fija	18.588
Capital de Operación	29.405
Gastos de Constitución	2.338
Total Inversión Inicial	50.331

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

Diana Cristina Yar Carvajal (UPEC - Ecuador)

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

La estructura del financiamiento para este proyecto, se encuentra compuesta en un 80% que corresponde al capital ajeno y el 20% forma parte del capital propio, este porcentaje será financiado a través del Banco del Pacífico a una tasa de interés del 10.20%, con un plazo de 3 años.

3.2.2 Estado de Resultados

Este estado financiero, definirá la utilidad o pérdida obtenida durante la actividad de la Asociación “Tusa Gabal”, puesto que, aquí se integran todas las cuentas pertenecientes a ingresos y gastos, realizados en la elaboración y comercialización de los tejidos de lana e hilo.

Tabla 6: Estado de Resultado con Financiamiento

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Ventas	89.659	108.593	125.210	144.161	164.906	182.754
Cantidad	1.716	1.892	2.080	2.300	2.500	2.684
Precio	52,25	57,40	60,20	62,68	65,96	68,09
- Costo de Ventas	61.948	75.606	89.027	104.373	121.149	135.304
Utilidad Bruta en Ventas	27.711	32.987	36.183	39.788	43.757	47.450
- Gastos Operacionales	19.483	23.034	24.717	26.596	28.677	30.744
Gastos Administrativos	7.120	9.095	9.707	10.369	11.097	11.871
Gastos de Exportación	12.362	13.939	15.010	16.228	17.579	18.873
Utilidad Operacional	8.229	9.953	11.466	13.192	15.081	16.706
- Gastos Financieros	0	3.552	2.261	831	0	0
Interés Bancario		3.552	2.261	831		
U.A.T.I	8.229	6.400	9.205	12.361	15.081	16.706
- 15% Particip. Trabajadores	1.234	960	1.381	1.854	2.262	2.506
Utilidad Antes de Impuestos	6.994	5.440	7.825	10.507	12.818	14.200
- 22% Impuesto a la Renta	1.539	1.197	1.721	2.312	2.820	3.124
Utilidad Neta	5.456	4.243	6.103	8.195	9.998	11.076

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

3.2.3 Flujos del Efectivo

El flujo de caja, ha sido proyectado para cinco años, que corresponde a la vida útil del proyecto, con lo cual, se pretende analizar los distintos indicadores financieros, que servirán, para la toma de decisiones, a través del Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el costo beneficio y el periodo de recuperación.

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

Tabla 7: Flujo de Efectivo con Financiamiento

Entradas de efectivo	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
SALDO INICIAL		29.405	23.671	18.505	13.588	25.707
Utilidad Neta		4.243	6.103	8.195	9.998	11.076
+Depreciaciones		1.639	1.639	1.639	1.652	1.652
+Amortizaciones		468	468	468	468	468
Liquidación del Proyecto						
Préstamo						
Total Entradas	0	35.755	31.881	28.807	25.707	38.903
Salidas de Efectivo	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Inversión Inicial	50.331					
Amortización de la Deuda		12.084	13.376	14.805		
Reposición de Activos				414		11.194
Total Salidas	50.331	12.084	13.376	15.219	0	11.194
= Flujo de efectivo Neto	-50.330,85	23.671,42	18.505,47	13.588,21	25.706,51	27.708,80

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

Tabla 8: Indicadores Financieros

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 50.090,85		- 50.090,85
1	23.671,42	0,8357	19.781,90
2	18.505,47	0,6984	12.923,72
3	13.588,21	0,5836	7.930,37
4	25.706,51	0,4877	12.537,71
5	27.708,80	0,4076	11.293,71
		□ FE	64.467,40
		- I.I.	50.330,85
		VAN	14.136,55
		TIR	31,49%
		PR	2,7
		C/B	1,28
CCP	19,66%		
TIR	31,49%		
VAN	14.137		

Fuente: La investigación

Elaborado por: Diana Yar

En el anterior cuadro nos especifica los valores de rentabilidad del proyecto con un valor actual neto (VAN), 14.136,55 USD y con una Tasa Interna de Retorno del (TIR), del 31,49 %, siendo este porcentaje mayor a la tasa de descuento, es decir, que el proyecto es rentable, ya que su inversión se lo recupera en dos 2,7 años, dando como resultado la factibilidad del proyecto.

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

Diana Cristina Yar Carvajal (UPEC - Ecuador)

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

4. Conclusiones

- La presente investigación se orientada a realizar un estudio de mercado y determinar la mejor alternativa comercial para la internacionalización de las prendas tejidas de lana e hilo a New York- Estados Unidos, donde se analiza la demanda real exigible y la oferta exportable de la Asociación “Tusa Gabal”, con la cual se pretende cubrir parte de dicha demanda.
- Gracias a los datos obtenidos en la entrevista se pudo determinar que la Asociación “Tusa Gabal” cuenta con la capacidad y la predisposición para comercializar las prendas tejidas a mercados internacionales, debido a que esta actividad generaría mayores ingresos económicos para las integrantes y por ende a la asociación.
- El estudio se lo realiza con un margen de utilidad del 10% con un precio de venta al público de 52,25 UDS lo cual representa gran competitividad en el mercado objetivo.
- Dentro del factor de micro localización la Asociación “Tusa Gabal” se encuentra ubicada en un lugar estratégico, lo que hace que se facilite la adquisición de la materia prima y de esta manera cumpla a tiempo con los pedidos del cliente.
- El valor actual neto (VAN) es mayor a cero, acordando con la definición para que el plan de factibilidad de exportación sea rentable, con una tasa interna de retorno (TIR) expresado en un valor de 31,49%.

5. Recomendaciones

- La Asociación “Tusa Gabal” deberá cumplir con todos los estándares de calidad, principalmente los requisitos para ingresar al mercado de Estados Unidos-New York, tomando en cuenta los requisitos de empaque, embalaje y etiquetado, como también idiomas para que el cliente tenga más acceso al producto.
- Se le recomienda a la Asociación implementar personal administrativo y a personas que sepan de comercio exterior para que les ayude a direccionar y a tener un mayor conocimiento para la venta de su producto a mercados internacionales.
- Cumplir con la documentación necesaria en el proceso de exportación, como lo es el certificado de origen para que le permita gozar de las preferencias arancelarias que constan en la Nación más Favorecida (NMF) y el Sistema de General de Preferencias arancelarias (SGP).
- Es importante que el gobierno a través de las entidades gubernamentales, incentiven a los artesanos para fortalecer la producción y estos puedan comercializar sus productos hacia mercados extranjeros y no se estanquen en la venta local.

“Alternativa Comercial para la internacionalización de los Tejidos de Lana e Hilo de la Asociación Tusa Gabal del Cantón Montufar-San Gabriel”.

6. Referencias bibliográficas:

- Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica (2016) *Crecimiento Económico del Ecuador* en: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/cepal-confirma-04-prevision-crecimiento-ecuador-2016.html>
- Banco Mundial (2016) *Indicadores del desarrollo Mundial* en: <http://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos>.
- El Universo (2015) *Ecuador Priorizará en Ciencia, Tecnología e Infraestructura en CELAC* en: <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/27/nota/4490666/ecuador-priorizara-ciencia-tecnologia-e-infraestructura-celac>
- Pro Ecuador (2012) *Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones* en: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_TEXTILES.pdf
- Pro Ecuador (2014) *Ficha Comercial Chile* en: http://www.proecuador.gob.ec/pubs/proec_fc2014_chile/
- Pro Ecuador (2015) *Ficha Comercial Estados Unidos de América* en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/Ficha-Comercial-de-EEUU-Ene-2015.pdf>
- Servicios al Exportador (2015) *Guía de Mercados Estados Unidos* en: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/876323561rad3ECAB.pdf>



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 021-AS-CEYNCI/2015

A los seis días del mes de Febrero del 2015, siendo las 11h00, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: Msc. Edison Caza, PRESIDENTE; Dra. Cecilia Yacelga, SECRETARIA; Msc. Beatriz Realpe VOCAL DEL PROYECTO "ALTERNATIVAS COMERCIALES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS TEJIDOS DE LANA E HILO DE LA ASOCIACIÓN TUSA GABAL DEL CANTÓN MONTÚFAR -PROVINCIA DEL CARCHI" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptor la sustentación de la estudiante YAR CARVAJAL DIANA CRISTINA del IX nivel vespertino de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, la estudiante YAR CARVAJAL DIANA CRISTINA **APRUEBA** la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado	4
2. Precisión y Coherencia de Respuestas	4
3. Calidad de la Presentación del Trabajo	0,83

Obteniendo como nota final **8,83** en la sustentación del Proyecto de Grado.

El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

- Seleccionar la parte pertinente en la fundamentación legal
- Replantear la matriz de Operacionalización de variables
- Revisar normas APA en la linkografía
- Revisar la estética de su trabajo escrito

Dado en la ciudad de Tulcán a los seis días del mes de febrero de dos mil quince, firman los integrantes del Tribunal de Sustentación de Proyecto de Grado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"

Msc. Edison Caza
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Dra. Cecilia Yacelga
SECRETARIA

Msc. Beatriz Realpe
VOCAL