



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR,
INTEGRACIÓN Y ADUANAS

Tesis previa a la obtención del título de:

Ingeniero en Comercio Exterior, Integración y Aduanas

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE
ARTESANÍAS Y MANUALIDADES ELABORADAS CON
VIDRIO RECICLADO AL MERCADO FRANCÉS,
PERIODO 2016-2020”**

AUTOR:

PABLO DAVID COELLO ESPINOZA

DIRECTOR: Econ. CARLOS CADENA HERMOSA

QUITO- ECUADOR

2015

AUTORIA:

La responsabilidad de la siguiente tesis es su autor:

Pablo David Coello Espinoza

CERTIFICACIÓN:

En calidad de director de tesis certifico que la presente tesis fue desarrollada
por el señor: Pablo David Coello Espinoza

Econ. Carlos Cadena Hermosa

Director

DEDICATORIA

Mi eterno agradecimiento a Dios, por darme salud, vida y una familia espectacular que siempre estuvo a mi lado, quienes me apoyaron en todas mis decisiones; y, que además ellos fueron bases fundamentales para la culminación de mis objetivos y cumplimientos de mis metas propuestas en mi carrera universitaria.

A mi padre que fue, mi gran maestro y mi ejemplo a seguir Luis Aníbal Espinosa Herrera (+) por su inmenso amor y apoyo incondicional, ya que si no fuera por él, no hubiese terminado mi carrera universitaria; y, quien desde el cielo cuida de mí y guía mis pasos.

A mis dos madres Lucía Marianela Espinoza Estrella y Luz América Estrella Moya quienes con su amor, cariño, paciencia, comprensión; cuidan y velan por mí, Dios les pague por su gran apoyo incondicional en toda mi vida.

A mi tío, mi hermano, mi otro padre Ing. Javier Oswaldo Espinosa Estrella, por su amor, cariño, apoyo incondicional, tanto en lo moral como en lo económico; y, sus consejos y las ganas que puso en mí para seguir mi carrera universitaria; es la persona que siempre está conmigo en todas las circunstancias de mi vida, ya sean éstas buenas y malas; eres mi segundo padre y mi vida entera, sin ti no estaría donde estoy ahora, eres incondicional conmigo y mi soporte fundamental en mi vida.

A mi pequeña, a mi pedacito de cielo, a mi amor a primera vista y amada “bebé” mi hija “Isabella Antonia”, que a pesar que la vida y el destino no nos permita estar juntos, siempre te llevaré en mi corazón y mis bendiciones estarán contigo a cada lugar que vayas.

A mis hermanitos Francis, Danilo, Joustyn y Jhoel, quienes son mi inspiración diaria para seguir adelante en la vida, buscando un futuro mejor para el bien de mi familia.

Y a mis tíos-hermanos Ing. Katia Paola Espinosa Estrella y Econ. Boris Reynaldo Espinoza Estrella, quienes gracias a sus consejos, apoyo y las ganas que pusieron en mí para seguir y culminar mi carrera universitaria.

Les amo con todo mi corazón y mi vida

Pablo David Coello Espinoza

AGRADECIMIENTO

A Luis Aníbal Espinoza Herrera (+) y al Ing. Javier Oswaldo Espinosa Estrella mis dos padres, por su amor y apoyo incondicional en toda circunstancia de mi carrera universitaria y mi vida diaria; a toda mi familia; a todos mis profesores que compartieron sus conocimientos y a mis amigos que fueron parte importante de esta etapa de mi vida.

Un especial agradecimiento al Econ. Carlos Cadena Hermosa por compartir su tiempo, esfuerzo y sus conocimientos para que yo pueda elaborar y desarrollar ésta investigación.

Índice

CAPÍTULO I	1
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema.	4
1.3 Objetivos de la investigación.....	5
1.3.1. Objetivo general	5
1.3.2. Objetivos específicos	5
1.4 Justificación e importancia.....	6
1.5 Idea a defender	6
1.6 Metodología de la investigación	6
1.7 Técnicas de investigación	6
CAPÍTULO II.....	8
CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR.....	8
2.1 Concepto de reciclaje.	8
2.2. Marco Legal que respalda las actividades del reciclaje.	8
2.2.1. Programa FEDEXPORT.....	12
2.2.2. Segmento de población que está dedicado a la elaboración de artesanías con materiales reciclados.	14
2.3. Características del producto.....	15
2.3.1. Producción y variedades en el Ecuador	15
2.3.2. Características del sector artesanal ecuatoriano	16
2.4. Antecedentes históricos de la creación de la empresa My Friend's	17
2.5. Características de la producción del producto My Friend's	18
CAPÍTULO III	19
ESTUDIO DE MERCADO	19
3.1 Objetivos del estudio de mercado	19
3.1.1. Objetivo general.	19

3.1.2.	Objetivos específicos	19
3.2	Características del mercado de destino	19
3.2.1	Información general	19
3.2.2	Mercado meta	20
3.2.3	Población	21
3.2.3.1	Características de la población	21
3.3	Demanda	21
3.3.1.	Metodología para la cuantificación de la demanda.....	21
3.3.2.	Recolección de la información	22
3.4	Análisis de la balanza comercial de Francia.....	22
3.4.1.	Principales destinos de exportación de Francia.....	25
3.4.2.	Principales productos de importación de Francia	25
3.4.3.	Principales proveedores	26
3.4.3.1.	Principales proveedores del sector artesanal	26
3.5	Relación comercial Ecuador-Francia	26
3.5.1.	Exportaciones de la partida arancelaria 7013.99.00	28
3.6	Cuantificación de la demanda	29
3.6.1.	Análisis del consumo nacional aparente del país de destino.	29
3.6.2.	Comportamiento de la producción nacional de artesanías elaboradas con vidrio de Francia.....	30
3.6.3.	Comportamiento de las importaciones de artesanías de vidrio de Francia	31
3.6.4.	Comportamiento de las exportaciones de artesanías de vidrio de Francia.....	31
3.7	CNA de artesanías de vidrio de Francia	32
3.8	Proyección de variables del CNA en el país de destino	33
3.8.1	Proyección de la producción	33
3.8.2	Proyección de las importaciones de artesanías de vidrio.....	34
3.8.3	Proyección de las exportaciones de artesanías de vidrio	34
3.8.4	Proyección de las variables del CNA	35

3.9	Demanda insatisfecha	36
3.9.1	Principales competidores	36
3.9.2	Exportaciones mundiales.....	37
3.9.3	Principales países exportadores	38
3.9.4	Participación de las exportaciones ecuatorianas en el mercado francés	38
3.10	Participación del proyecto de artesanías en vidrio	39
3.11	Plan de marketing.....	40
3.11.1	Producto	40
3.11.2	Precio	41
3.11.3	Plaza.....	42
3.11.4	Promoción.....	43
3.11.4.1	Marca	43
3.11.4.2	Slogan.....	43
3.11.4.3	Comercialización	45
CAPITULO IV.....		47
ESTUDIO TÉCNICO		47
4.1.	Objetivos.....	47
4.1.1.	Objetivo general	47
4.1.2.	Objetivos específicos	47
4.2.	Tamaño del proyecto.....	47
4.2.1.	Factor demanda.....	47
4.2.2.	Factor suministros e insumos	47
4.2.3.	Factor financiamiento	48
4.2.4.	Volumen de producción.....	48
4.3.	Localización.....	49
4.3.1.	Macro localización	50
4.3.2.	Micro localización	51
4.3.3.	Proceso de producción	53

4.3.3.1.	Flujograma de producción.....	54
4.4.	Base legal y estructura organizacional	55
4.4.1.	Compañía de responsabilidad limitada.....	55
4.4.1.1.	Constitución de la compañía	55
4.4.2.	Estructura organizacional	58
4.4.3.	Personal requerido:	61
4.5.	Ingeniería del proyecto.....	62
4.5.1.	Infraestructura física	62
4.5.1.1.	Local	65
4.5.2.	Inversión fija	65
4.5.2.1.	Muebles y enseres.....	65
4.5.2.2.	Equipos de oficina	66
4.5.2.2.1.	Equipo de computación	66
4.5.2.2.2.	Teléfono	67
4.5.2.3.	Equipos.....	67
4.5.2.4.	Adecuaciones	68
CAPÍTULO V		70
COMERCIO EXTERIOR		70
5.1	Proceso de exportación.....	70
5.2	Requisitos para obtener el registro de exportador	70
5.3	Trámites para exportar.....	71
5.3.1	Declaración aduanera de exportación (DAE).....	71
5.3.2	Participación del agente de aduana obligatorio.	72
5.3.3	Documentos necesarios para exportar.....	72
5.3.3.1	Factura comercial	72
5.3.3.2	Conocimiento de embarque (BILL OF LADING)	73
5.3.3.3	Lista de empaque (PACKING LIST)	74
5.4	Proceso de exportación en aduana.	74

5.4.1	Regímenes de exportación	75
5.4.1.1	Tipos de regímenes comunes	75
5.4.1.2	Régimen a utilizar en la exportación del producto My Friend's.	75
5.4.1.3	Requisitos específicos.....	75
5.4.1.4	Certificado de origen (cuando el caso lo amerite)	76
5.4.1.5	Vigencia del certificado	76
5.5	Incoterm	77
5.5.1	Ttérminos de negociación.....	77
5.5.2	Término CIF.....	77
5.5.3	Vías de transporte para la exportación.....	78
5.5.3.1	Del Ecuador al puerto de destino.....	78
5.5.3.1.1	Transporte a utilizar en nuestra exportación	78
5.5.3.2	Principales empresas de transporte marítimo que hacen la ruta Guayaquil- Marsella.....	78
5.6	Seguro	79
5.6.1.	Forma de pago	79
5.7	Logística de exportación.....	79
5.7.1.	Características de la carga	79
5.7.2.	Empacado	79
5.7.3.	Requerimiento del etiquetado en Francia.	81
5.7.4.	Etiquetas medio ambientales	82
5.7.4.1.	La aduana francesa, trámites específicos para exportar a Francia.	83
5.7.4.2.	La clasificación arancelaria de las mercancías.....	83
5.7.4.3.	Barreras comerciales no arancelarias	84
5.7.5.	Unitarización	85
5.7.6.	Estiba de carga	87
5.7.7.	Transporte	87
5.8	Fijación del precio de exportación.	87

CAPÍTULO VI.....	89
ESTUDIO FINANCIERO	89
6.1. Determinación de inversiones	89
6.1.1. Inversiones	89
6.1.2. Capital de trabajo.....	89
6.1.3. Gastos de constitución.....	91
6.1.4. Inversión total	92
6.2. Financiamiento	92
6.3. Estado de situación inicial	93
6.4. Costos	94
6.4.1. Costos de operación	94
6.4.1.1. Costos de producción	95
6.4.1.1.1. Costos directos.....	95
6.4.1.1.2. Costos de exportación	97
6.4.1.1.3. Costos indirectos.....	100
6.4.1.2. Costos de ventas	101
6.4.1.3. Costos administrativos	102
6.4.2. Costos financieros.....	103
6.5. Proyección de costos	104
6.6. Estimación de ingresos	105
6.6.1. Precio de venta	105
6.6.2. Proyección de ingresos	106
6.7. Punto de equilibrio	106
6.8. Estado de pérdidas y ganancias.....	108
6.9. Flujo neto de caja	108
6.10. Evaluación financiera.....	109
6.10.1. Costo de oportunidad	109
6.10.2. Valor actual neto.....	110

6.10.3.	Tasa interna de retorno	111
6.10.4.	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	112
6.10.5.	Cálculo de Beneficio / Costo	113
6.11.	Conclusiones de la Evaluación Financiera	113
CONCLUSIONES		115
RECOMENDACIONES		116
GLOSARIO DE TÉRMINOS TÉCNICOS		117
BIBLIOGRAFÍA		124
ANEXOS.....		129

Índice de Tablas

No. de Tabla	Nombre de la Tabla	Página
1	Ficha técnica del producto	4
2	Proyectos para las PYMES	9
3	Indicadores básicos de Francia	20
4	Talleres de artesanos en Francia por subsectores	24
5	Producción nacional de artesanías de vidrio de Francia	30
6	Importaciones de artesanías de vidrio de Francia anual en unidades	31
7	Exportaciones de artesanías de vidrio de Francia	32
8	CNA de artesanías de vidrio de Francia	32
9	Proyección de la producción de artesanías de vidrio	34
10	Proyección de las importaciones de artesanías de vidrio	34
11	Proyección de las exportaciones de artesanías de vidrio	35
12	Proyección de las variables de CNA en unidades	35
13	Principales países exportadores de manufacturas de vidrio a Francia	36
14	Demanda insatisfecha en unidades	37
15	Exportaciones mundiales de productos del sector artesanías	37
16	Principales países exportadores de artesanías	38
17	Participación de las exportaciones ecuatorianas en unidades	39
18	Participación del proyecto de artesanías en vidrio en unidades	39
19	Precio de Venta	41
20	Compradores	43

No. de Tabla	Nombre de la Tabla	Página
21	Cantidad de artesanías por cada comprador trimestralmente	45
22	Producción del proyecto	49
23	Margen de error	49
24	Días de producción	49
25	Factores y justificación	51
26	Micro localización	52
27	Proceso de producción	53
28	Requerimiento de personal	61
29	Distribución física de las áreas administrativa y operativa	62
30	Local	65
31	Muebles y enseres administrativos	65
32	Muebles y enseres producción	66
33	Muebles y enseres ventas	66
34	Equipo de cómputo - administrativos	66
35	Equipo de cómputo - producción	67
36	Equipo de cómputo - ventas	67
37	Teléfono	67
38	Equipo	68
39	Adecuaciones	68
40	Resumen de la inversión fija	69
41	Determinación del precio unitario	87
42	Inversión fija	89
43	Ciclo de caja	90
44	Cuadro de capital de trabajo	91

No. de Tabla	Nombre de la Tabla	Página
45	Gastos de constitución	92
46	Inversión total	92
47	Estado de fuentes y usos	93
48	Amortización del préstamo	93
49	Estado de situación Inicial	94
50	Mano de obra directa	95
51	Materia prima	96
52	Materiales	96
53	Insumos	96
54	Embalaje	97
55	Gastos locales	97
56	Transporte interno	98
57	Trámites aduaneros	98
58	Seguro interno	98
59	Flete	99
60	Seguro internacional	99
61	Almacenaje	99
62	Agente de aduanas	100
63	Transporte interno país de destino	100
64	Mano de obra indirecta	101
65	Sueldos y salarios - ventas	101
66	Publicidad	102
67	Sueldos y salarios	102
68	Servicios básicos	103

No. de Tabla	Nombre de la Tabla	Página
69	Servicios de internet	103
70	Interés del crédito bancario	103
71	Costos de producción	104
72	Costos de ventas	105
73	Costos de administrativos	105
74	Precio de venta	106
75	Cálculo de ingresos	106
76	Valor del punto de equilibrio	107
77	Estado de pérdidas y ganancias	108
78	Flujo de caja del proyecto inversionista	109
79	Costo de oportunidad	110
80	Valor actual neto	111
81	Tasa interna de retorno	112
82	Período de recuperación de la inversión	113
83	Cálculo beneficio/costo	113
84	Resumen de la evaluación financiera	114

Índice de Gráficos

No. del Gráfico	Nombre del Gráfico	Página
1	Evolución exportaciones sector artesanías	16
2	Balanza comercial de Francia	22
3	Principales productos exportados por Francia al mundo	23
4	Principales productos importados por Francia desde el mundo	25
5	Balanza comercial Ecuador-Francia 2008-marzo 2013	27
6	Principales productos exportados por Ecuador a Francia	27
7	Exportaciones de la partida 7013.99 a Francia	28
8	Principales productos importados por Ecuador desde Francia	29
9	Botellas terminadas	41
10	Pallets A y B	46
11	Macro localización	50
12	Micro localización	52
13	Organigrama estructural	61
14	Plano de la distribución física del área	64
15	Troqueladora	68

No. del Gráfico	Nombre del Gráfico	Página
16	Diseño del empaque	80
17	Empaque general	80
18	Cajas de exportación	86
19	Marcas en la caja de exportación	86
20	Procedimiento de exportaciones	88

ABREVIATURAS

A

ALADI Asociación Latinoamericana de Integración

B

BCE Banco Central del Ecuador

C

CAN Comunidad Andina de Naciones

CCI Cámara de Comercio Internacional

Cia. Ltda. Compañía Limitada.

CIF Incoterm Cost Insurance Free

cm. Centímetros

CNA Consumo Nacional Aparente

COP Costo de Oportunidad del Capital

III CNE III Convención Nacional de Exportadores

D

DAE Declaración Aduanera de Exportación

DDP Incoterm Delivery Dutty Pait

E

ECUAPASS Sistema Informático para facilitar el comercio exterior

EUR Euro

EXW Incoterm Ex work

F

FEDEXPORT Federación Ecuatoriana de Exportadores

FOB Incoterm Free on Board

G

GYE Ciudad de Guayaquil-Ecuador

I

IEPS Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria

INSEE Institut National de la Statistique et des Études Économiques

IVA Impuesto al Valor Agregado

J

JNDA Junta Nacional de Defensa del Artesano

M

m2 Metros cuadrados

MAGAP Ministerios de Agricultura, Ganadería y Pesca

MERCOSUR Mercado Común del Sur

MIES Ministerio de Inclusión Económica y Social

MIPRO Ministerio de Industrias y Productividad

O

Op. Opción

P

PIB Producto Interno Bruto

PROECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones

PYMES Pequeña y Media Empresa

R

RUC Registro Único de Contribuyentes

S

SECAP Secretaria de Capacitación Profesional

SENAE	Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
SENPLDES	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo
SEPS	Secretaría de Economía Popular y Solidaria
SGP plus	Sistema General de Preferencias arancelarias entre Ecuador y la Unión Europea
SRI	Servicio de Rentas Internas
STEPS	Secretaría Técnica de Economía Popular y Solitaria
<u>T</u>	
TIR	Tasa Interna de Retorno
TN	Toneladas
<u>U</u>	
UE	Unión Europea
UIO	Distrito Metropolitano de Quito, capital de Ecuador.
USD	United State Dollar.
<u>V</u>	
VAN	Valor Actual Neto

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Planteamiento del problema.

Es necesario cuidar nuestro planeta y el medio en el que vivimos para que nuestra calidad de vida no se vea afectada por la contaminación, y; para que las generaciones futuras puedan gozar de un ambiente saludable. Por estas razones se pretende utilizar material reciclado para la elaboración de artesanías y poder exportarlas a París-Francia en el período 2016-2020; generando empleo y divisas para nuestro país.

Plan de negocios para la exportación de artesanías y manualidades elaboradas con vidrio reciclado al mercado francés.

Entrando en el tema, podemos decir que artesanía: comprende básicamente obras y trabajos realizados manualmente y con poco o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común, con materias primas del entorno ecológico, la artesanía es un término medio entre el diseño y el arte, la realización de artesanía requiere de poco tiempo para su aprendizaje, las únicas herramientas necesarias algunas veces son las manos, en un país como el Ecuador, el artesano posee una primordial importancia y proporciona trabajo a muchas personas. (Acosta Fuel, 2010)

Por otra parte, para elaborar el presente plan de negocios, tomamos en cuenta algunos puntos principales de estudio; mismos que serán detallados a continuación:

Se pretende crear un negocio en el cual se elaborará artesanías y manualidades con material reciclado¹, protegiendo nuestro planeta y dándole una nueva utilidad a materiales ya usados como son: latas, vidrio, papel, plástico, entre otros; para de ésta manera crear productos nuevos y diferentes a los existentes en el mercado (como son artesanías de balsa, tagua,

¹ El **reciclaje** es un proceso fisicoquímico, mecánico o trabajo que consiste en someter a una materia o un producto ya utilizado (basura), a un ciclo de tratamiento total o parcial para obtener una materia prima o un nuevo producto. Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Reciclaje>

madera, paja toquilla, y demás), ya que contienen decoraciones con imágenes o figuras que represente el gusto, la afición; y, otras expresiones de todos los futuros clientes; mismas que pueden ser utilizadas en cualquier evento social, como adorno, regalo, etc.

Se proyecta exportar a Europa porque es el continente que mayor valor le da a las artesanías, ya que según el diario “El Telégrafo” en la sección de Economía, publicada el día miércoles 23 de noviembre de 2011, señala que empresarios de importantes cadenas comerciales de Europa mostraron su interés en comprar artesanías y alimentos conservas de pequeños empresarios ecuatorianos; éste interés en las artesanías es porque reconocen el esfuerzo, creatividad y sacrificio de elaboración de las mismas. También se lograron agendar reuniones de negocios entre artesanos ecuatorianos con el francés Michel Ferragu empresario, importador y gerente de la empresa francesa, Baufer Latina; como resultado de estas reuniones se han concretado exportaciones a Francia por el monto aproximado de 300.000,00 euros; este importador francés establece que existen clientes – mercado en Europa para las artesanías provenientes del Ecuador y de Latinoamérica, sin embargo se debe mejorar el diseño, funcionalidad y adaptar los productos a las tendencias de consumo del europeo (AL-Invest IV, 2012).

Se consideró a Francia nuestro mercado meta, por ser un país que valora los productos artesanos (elaboradas manualmente) y por sus originales diseños provenientes de Latinoamérica. Los productos que se ofrecen al mercado francés serán únicos, novedosos, encontrándolos en porta vasos, ceniceros, adornos, etc. La idea del negocio es empezar por la capital Paris, para poco a poco abrir mercado y darnos a conocer en las ciudades más importantes de Francia estas son: Lyon, Orleans, Marsella (Grupo de Actividades Recreativas, 2103); ya que, en estas ciudades existe más población y turistas. A una artesanía se la considera como un obsequio, es decir se la toma en cuenta para regalo en cualquier ocasión de fiesta formal e informal, en una visita de familiares o amigos; y en otros casos

adquirirlos por afición o colección de turistas, esperamos que el estudio resulte factible para poner en marcha todo lo planeado y de ésta manera poder aportar para nuestro país en la entrada de divisas, a la sociedad en la que vivimos con la generación de empleo y generar menos contaminación en el medio ambiente con el reciclaje de materiales.

Se fijará como base 5 años de duro trabajo, consistencia e innovación, para poder establecernos paso a paso en el mercado francés; de ésta manera, obtener ganancia de utilidades por la venta de las artesanías tomando en cuenta que el ingreso a dicho mercado no será muy fácil y la competencia será dura en lo que artesanías se refiere (recalcando que estas artesanías son distintas a las ya conocidas en el mercado). En el tiempo que se establecerá, se realizará estudios consecutivos de mercado, requerimiento y exigencias del cliente; para estar siempre a la expectativa del consumidor, para ser competitivos y cumplir con lo que el cliente necesita y satisfacer sus necesidades.

El equipo de trabajo para el desarrollo de este plan de negocios, contará con siete (7) personas distribuidas en: dos (2) personas en el área administrativa, una (1) en el área de comercio exterior, cuatro (4) personas en el área de producción distribuidas así: una (1) como líder del grupo y las otras tres (3) personas serán encargadas de dar los detalles y demás valores agregados al material reciclado antes mencionado como son limpiar, secar, cortar, pegar, dibujar y pintar.

La realización del producto consta de seis etapas detalladas a continuación:

- a) **Primera Etapa:** limpieza de todo el material que se ha reciclado.
- b) **Segunda Etapa:** secado y moldeado del material a ser reutilizado.
- c) **Tercera Etapa:** ponerle al producto una base de artesano (pintura blanca).
- d) **Cuarta Etapa:** darle forma al vidrio reciclado, dibujar el gráfico solicitado.
- e) **Quinta Etapa:** colorear al gráfico establecido por el cliente.
- f) **Sexta Etapa:** ponerle la laca o barniz a toda la artesanía y detalles extras.

➤ **Proceso de producción:****Tabla N° 1 Ficha técnica del producto**

Producto:		Artesanías a base de vidrio reciclado
Subpartida arancelaria en Ecuador:		7013.99.00
País exportador:		Ecuador
País importador:		Francia
Empresa exportadora:		"My Friend´s"
Cajas enviadas		15 cajas
Contenido de cada caja		12 unidades
Precio de venta por unidad		50,00 USD
Precio de venta por caja		600,00 USD
Vía de transporte:		Marítimo
Puerto de embarque:		Puerto de Guayaquil
Puerto de desembarque:		Puerto de Marsella

Fuente: Estudio Propio**Elaborado por:** El Autor

En cuanto a la comercialización del producto, en primera instancia se lo promocionará gracias al apoyo que brinda PROECUADOR, mediante la participación en las diversas ferias comerciales que se realizan en Francia para poder identificar a los posibles compradores. Adicional la empresa piensa asociarse a un consorcio de exportación para de esa manera poder distribuir de forma más efectiva el producto al exterior a través de un bróker que se encargue de visitar y distribuir el producto en París.

1.2 Formulación del problema.

La creación del plan de negocios tiene como metas: crear una empresa familiar, con la cual sus integrantes tengan la oportunidad de obtener un ingreso extra por las actividades realizadas, y al mismo tiempo incentivar la producción nacional de artesanías elaboradas con vidrio reciclado. Además, con esta actividad se contribuirá a la protección del medio ambiente, pues el material utilizado en la elaboración de los producto es reciclado de bajo costo. Con la creación de la empresa My Friend´s, no solo se contribuye a mitigar los efectos contaminantes en el medio ambiente, también se crearán 7 puestos de trabajo, los mismos que

estarán en la capacidad de dar el impulso necesario que la empresa necesita para elaborar productos originales e innovadores capaces de captar la atención de los consumidores nacionales, y especialmente del consumidor francés.

Al analizar la producción de artesanías en ese mercado; así como, las importaciones de productos similares: se evidencia que no existe producción y que las importaciones tienen un comportamiento creciente.

Si bien París es la capital del arte y la cultura, nuestro producto al ser artesanal, expresa un contenido artístico, características que sin duda alguna son atractivas para el mercado francés, donde se puede potenciar su venta y distribución mediante una promoción adecuada; por lo dicho anteriormente, esta es una actividad que con el impulso apropiado permitirá generar ingresos en el futuro para la empresa y sus integrantes.

Este plan de negocios se pondrá en marcha en Quito-Ecuador con proyecciones de exportar en un futuro a las capitales de los países europeos, cumpliendo con las expectativas y necesidades del consumidor, considerando que Europa es un mercado en donde se aprecia los productos elaborados manualmente.

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Proponer un plan de negocios para la exportación de artesanías elaboradas con vidrio reciclado al mercado francés, específicamente a Paris, de esta manera aportar a la protección del planeta y no contaminarlo, obteniendo recursos económicos rentables para el negocio.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda del producto en Francia.
- Determinar la factibilidad financiera para su funcionamiento administrativo y operativo.
- Conseguir la logística adecuada para poder entregar a tiempo nuestro producto al cliente.
- Conseguir proveedores que nos ofrezcan productos de calidad.

1.4 Justificación e importancia.

Conjuntamente con la creación de la empresa My Friend's, se crearán 7 puestos de trabajo, con la utilización del material reciclado se pretende evitar la contaminación del planeta y darle a dicho material un uso adecuado; y, una función como podría ser: para decorar cualquier lugar, regalo, etc., también se procura obtener ingresos y utilidades con la exportación de las artesanías hacia Paris, considerando que es el lugar más visitado por turistas; y, que valoran mucho los objetos elaborados a mano.

Se elaborará la artesanía con mano de obra especializada y materiales de calidad, el aporte que se brindará al país será con la entrada de divisas que generará al momento de exportar nuestro producto; y, con la introducción de plazas de trabajo combatiendo con el desempleo.

1.5 Idea a defender

Con este plan de negocios se procura ingresar al mercado francés mediante la exportación de artesanías elaboradas con material reciclado; de esta manera colaborar con la protección del medio ambiente; y, obtener beneficios financieros rentables, los cuales serán reflejados en las utilidades o ganancias de la futura empresa.

1.6 Metodología de la investigación

Para el desarrollo de este plan de negocios se utilizará el siguiente método de investigación:

a) Método Inductivo.

Para el desarrollo de este plan de negocios se utilizó este método para poder llegar a nuestro objetivo final que es la exportación de artesanías elaboradas con vidrio reciclado hacia Europa, específicamente París-Francia, partiendo de lo general que es analizar y observar las exportaciones de artesanías desde Ecuador hacia Francia.

1.7 Técnicas de investigación

Las técnicas utilizadas para realizar este plan de negocios fueron: la observación indirecta y la observación no participante; debido a que con estas técnicas se pudo analizar cómo se

elaboraron las exportaciones de productos similares “artesanías”, como se las está realizando, en que INCOTERM se está negociando, el tipo de logística y el transporte utilizado en dichas exportaciones.

Con estos datos se pudo establecer la mejor forma de exportar, de tal manera ahorrar tiempo, costos y satisfacer a los potenciales clientes.

CAPÍTULO II

CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

2.1 Concepto de reciclaje.

Entre tantos conceptos que existen del reciclaje, se cita los siguientes:

a) *“Chang Marcos Alegre, (2005); indica: “Reciclaje es el resultado de una serie de actividades, mediante las cuales materiales que pasarían a ser residuos son desviados, y separados, recolectados y procesados para ser usados como materias primas en la manufactura de artículos que anteriormente se elaboraban solo con materia prima virgen.”*

(Alomía y Paspuel Narváez, 2011)

b) *“El Reciclaje transforma materiales usados, que de otro modo serían simplemente desechos, en recursos muy valiosos. La recopilación de botellas usadas, latas, periódicos, etc. son reutilizables y de allí a que, llevarlos a una instalación o puesto de recogida, sea el primer paso para una serie de pasos generadores de una gran cantidad de recursos financieros, ambientales y cómo no de beneficios sociales. Algunos de estos beneficios se acumulan tanto a nivel local como a nivel mundial”* (El Reciclaje, Recuperado de <http://elreciclaje.org/>)

2.2. Marco Legal que respalda las actividades del reciclaje.

Actualmente el Estado Ecuatoriano tiene como principio constitucional el buen vivir, que ha servido para la protección de los derechos y apoyo en el desarrollo de fuentes de trabajo en las micro, pequeñas y medianas empresas como son los artesanos, regidos por la normativa legal vigente, esto sirve de respaldo y motivación para la creación de nuevas plazas de empleo, y la facilidad que el gobierno brinda para la obtención de créditos y poder exportar productos cien por ciento ecuatorianos para fomentar a la industria ecuatoriana.

Con relación a la normativa vigente en Ecuador, es necesario hacer alusión al concepto de “Pymes”.

En la actualidad en el país existen un sin número de proyectos de incentivos a las PYMES, a continuación se enuncian los más importantes:

Tabla N° 2 Proyectos para las PYMES

Programa/proyecto	Objetivos
Programa Global y Sectorial para el desarrollo de las PYMES	El Programa Global y Sectorial de Desarrollo de las MIPYME pretende contribuir a mejorar la competitividad del sector, desarrollar a institucionalidad relacionada y el mercado de servicios empresariales para el sector.
Proyecto: Formación de clústeres y redes productivas	Aumentar productividad y competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, a partir del mejoramiento de su capacidad asociativa y de gestión, buscando su sobrevivencia y crecimiento en el corto plazo y su inserción y sostenibilidad en el mediano y largo plazo.
Desarrollo de emprendedores	Tiene como finalidad la creación de empresas a través de herramientas no financieras y acompañamiento en la consecución de recursos financieros. A través de articular el apoyo de instituciones relacionadas al proceso emprendedor, el mejoramiento de la capacidad emprendedora para la creación de nuevas empresas y por ende la generación de nuevos puestos de trabajo.
Observatorio para la micro, pequeña, mediana empresa y artesanías	Contar con un sistema informático que contenga datos, sistemáticamente actualizados, de las empresas artesanales e industriales pequeñas y medianas. En la etapa 1 se espera incluir datos de: nombre, CI, RUC, ubicación, teléfonos, actividad, ciuu, productos, gremio, trabajadores, ventas, activo fijo, etc.
Proyecto: Capacitación para el mejoramiento de la competitividad de las mipymes y artesanías	Apoyar a modernización de la gestión empresarial, mediante ejecución de cursos de capacitación en las áreas de: Gestión de la Calidad y Productividad; Gestión Financiera y Contable; Gestión de Recursos Humanos y, Gestión de Comercialización y Mercadeo.
Proyecto: Ferias y promoción de mipymes artesanías	Apoyar en la gestión comercial de las MIPYMES y Artesanías a través de participación en Ferias y Ruedas de Negocios.

Fuente: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2014

En el Ecuador no existen empresas dedicadas a la producción de artesanías en botellas de vidrio, sin embargo en el sector artesanal, específicamente aquellas empresas de economía popular y solidaria –categoría en la que entraría el proyecto- hay alrededor de 9.000.000 de personas que participan (SENPLADES, 2010). Estas organizaciones no solo generan empleo, sino que también contribuyen a captar ahorro y otorgar crédito y aportan a la producción nacional, redistribuyen el ingreso y la riqueza del país. Por ello, la Ley de Economía Popular y Solidaria, apoya a estas organizaciones con medidas de fomento, promoción e incentivos.

La institución encargada de regular la normativa es el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria – IEPS, es una entidad de derecho público, adscrita al Ministerio de Inclusión Económica y Social, con patrimonio propio, e independencia técnica, administrativa y financiera, la cual se encarga de brindar apoyo a los ciudadanos que desean emprender procesos de desarrollo productivo, bajo la Ley de Economía Popular y Solidaria. Esta Ley basa sus lineamientos, en el modelo económico Popular y Solidario, que consiste en una forma de organización económica, que promueve la asociatividad, da prioridad a la persona por encima del capital, y además fomenta la igualdad y la eficiencia en base a la superación grupal y comunitaria.

Entre los principales beneficios que ofrece el IEPS, a los actores de la Economía Popular y Solidaria-EPS, se encuentran:

- Brindar capacitación asociativa, administrativa y técnica para dirigir un proyecto o emprendimiento económico;
- Realizar seguimientos y evaluaciones a los productos o servicios;
- Ofrecer asesoría legal, y coordinar apoyo con otras instituciones públicas, como: MAGAP, SECAP, MIES, entre otras;
- Orientar en el acceso a créditos y préstamos en la banca pública;

- Ayudar a posicionar los productos y servicios en mercados nacionales e internacionales, promoviendo el intercambio entre otros miembros y asociaciones de la EPS.

Dentro de este punto es importante señalar, que en la legislación ecuatoriana, se establecen una serie de beneficios enmarcados la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, aprobada en 2011, para las PYMES, y cuya instancia de apoyo técnico y administrativo es la Secretaría Técnica de Economía Popular y Solitaria (STEPS). Se establecen como medidas de fomento: apoyar y consolidar el modelo socio productivo a través de la elaboración de programas y proyectos con financiamiento público; cofinanciar planes, programas y proyectos de inversión en beneficio directo de la colectividad; implementar productos y servicios financieros especializados y diferenciados; implementará dentro del régimen curricular, en los tres niveles educativos, programas de formación, asignaturas, carreras y programas de capacitación en temas relacionados; priorizar en las compras estatales los productos y servicios provenientes de la economía popular y solidaria.

En cuanto a medidas de promoción: fomento de la asociatividad a través de planes y programas públicos; remoción de los obstáculos administrativos; acceso a la innovación tecnológica y organizativa; fomento del comercio e intercambio justo y el consumo responsable; capacitación y asistencia técnica; incorporación del Sector Financiero Popular y Solidario al Sistema Nacional de Pagos administrado por el Banco Central del Ecuador.

Con respecto a los incentivos: El Estado se reserva el derecho de otorgar tratamientos diferenciados a favor de las actividades productivas y nuevas. Adicionalmente, se establece que todo acto Económico Solidario no constituye hecho generador de tributos; pero sí el resto de operaciones económicas. Luego se establece que el Estado establecerá incentivos para la responsabilidad ambiental.

Varias de estas alternativas pueden ser aprovechadas por la empresa My Friend's, constituyéndose en una de las principales el acceso al financiamiento que otorga esta

modalidad, pues para poder cristalizar el proyecto luego de analizada la factibilidad del mismo, es el acceso a la financiación un paso primordial para la consecución del mismo. Seguido del acceso a capacitación que será al igual que el financiamiento una parte primordial para My Friend's.

2.2.1. Programa FEDEXPORT

El programa AL-INVEST IV² y la Federación Ecuatoriana de Exportadores – FEDEXPOR, han apoyado al sector de artesanía brindándoles asistencias técnicas y capacitaciones enfocadas al mejoramiento del diseño, producción, productividad y competitividad, capacitaciones para la administración tributaria, capacitaciones para el aprovechamiento de la propiedad intelectual, capacitaciones en fuentes de financiamiento para las operaciones comerciales, charlas sobre programas de cooperación nacional e internacional: políticas, formas de operación, entre otros.

Así mismo en el 2010 se ha dado inicio a las operaciones de exportación entre núcleos de artesanías: bisutería de tagua, figuras de balsa, figuras de madera, sombreros de paja, productores de cerámica y compradores franceses y canadienses

- Alrededor de 8 núcleos están vinculados a la actividad artesanal en Ecuador con 90 productores artesanales de Imbabura, Pichincha, Manabí y Pastaza.
- 1,5 millón de euros en intenciones de negocios, inicio de exportaciones enero 2010
- Como efecto positivo este sector tuvo un incremento en el volumen de productividad entre 10% al 30%.

² El Programa AL-INVEST es uno de los programas regionales de cooperación económica más importantes de la Comisión Europea en América Latina. El objetivo general de la fase IV es contribuir a la cohesión social mediante el apoyo al fortalecimiento e internacionalización de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de América Latina y el intercambio de innovación, conocimientos y relaciones económicas con sus empresas homologas europeas (AL-INVEST, 2015, Recuperado de: <http://www.al-invest4camc.org/inicio/>)

- Han diseñado y desarrollado de nuevas colecciones de productos en base a las tendencias de consumo del mercado internacional.
- En la II Convención Nacional de Exportadores (Ecuador) ha tenido intenciones de negocios de 600 mil euros.

Gracias a este evento de internacionalización, varias Pymes están exportando a Francia una variedad de artesanías como sombreros de paja toquilla en la provincia del Azuay, figuras de balsa con motivos de fauna amazónica producidas en Pastaza y bisutería y accesorios de tagua fabricadas en Manabí que podrán ser lucidas por mujeres europeas.

Durante la rueda de negocios efectuada en el marco del citado evento, se agendaron reuniones de negocios entre artesanos ecuatorianos y el importador francés Michel Ferragu. Como resultado de estas reuniones se han concretado exportaciones a Francia por el monto aproximado de 300.000,00 euros. El último acercamiento del sector artesanal mediante esta institución fue en noviembre de 2013 en la III Convención Nacional de Exportadores (III CNE).

Cabe destacar que en la III CNE se iniciaron las negociaciones entre el mencionado importador y los artesanos, desde finales de noviembre se han ido afinando los acuerdos relativos a: precios, volúmenes, diseños, plazos de entrega, entre otros; hasta el inicio de febrero cuando se hará efectiva la exportación de los productos vía marítima.

El importador francés considera que existen clientes – mercado en Europa para las artesanías provenientes del Ecuador y de Latinoamérica, sin embargo se debe mejorar el diseño, funcionalidad y adaptar los productos a las tendencias de consumo del europeo. Adicionalmente está interesado en contactarse con fabricantes de hamacas, productores de figuras de cerámica con motivos andinos, y conocer nuevos productos artesanales para continuar con las importaciones desde el Ecuador.

Para que la empresa pueda acceder a este y otros beneficios, será necesario que se haga socia de FEDEXPORT, pues es mediante esta institución que es posible acceder a todas estas ventajas y contactos de posibles compradores en Francia, así como a las diferentes ferias y reuniones que organiza la institución para poder promocionar de forma óptima nuestro producto.

Dentro de los requisitos necesarios para ser socio de FEDEXPORT, es necesario llenar un formulario de inscripción y presentar el original en las oficinas de FEDEXPORT en Quito, Guayaquil, Cuenca o Manta, adicional es necesario adjuntar al formulario:

- ✓ certificados personales
- ✓ certificados comerciales
- ✓ 1 certificado bancario
- ✓ Constitución de la compañía
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia nombramiento del representante legal
- ✓ Copia de la cédula de identidad del representante legal, y pagar 250,00 USD por la suscripción de un año.

2.2.2. Segmento de población que está dedicado a la elaboración de artesanías con materiales reciclados.

Para determinar la segmentación de la población que está dedicada a la elaboración de artesanías con materiales reciclados y obtener datos estadísticos o porcentuales de la misma, se realizó la investigación con las consultas respectivas a los organismos que podrían sustentar la información como son: Ministerio de Industrias y Productividad, Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha, la Cámara Artesanal de Quito y la Junta Nacional de Defensa del Artesano; sin embargo, no disponen de la información requerida para determinar la

delimitación en este ámbito; adicionalmente cabe mencionar, que el responsable de la Unidad de Gestión Tecnológica de la Junta Nacional de Defensa del Artesano mediante Oficio No. JNDA- UGT-2014-0005-M de 17 de julio de 2014, manifestó lo siguiente:

“...1. Los datos que podemos proporcionarle son de acuerdo a los registros que mantenemos en nuestra base de datos institucional y por tanto solamente de los artesanos que se encuentran calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, en ningún caso esta información representa la población artesanal ecuatoriana en su totalidad. .- 2...no se cuenta con información a nivel nacional. .-4. En cuanto al punto 4, la institución no posee dicha información...”

Sin embargo, se pudo determinar que a nivel nacional existen 944 artesanos que se dedican a realizar artesanías con vidrio, que están inscritos en la Junta Nacional de Defensa del Artesano (Junta Nacional del Artesano, 2013).

2.3. Características del producto

Las artesanías ecuatorianas se caracterizan por su heterogeneidad, la tradición y al entorno geográfico en la cual se desarrollan. Las artesanías elaboradas por My Friend's, se diferencian con relación a otros productos elaborados a base de vidrio, específicamente por el tipo de diseños a base de pintura plasmados en cada envase.

2.3.1. Producción y variedades en el Ecuador

Los principales productos del sector son, según lo establece PROECUADOR (2014):

- Cerámica: Adornos, esculturas diversas, juguetes, instrumentos musicales, murales y máscaras.
- Paja Toquilla: Sombreros, cascos, bolsos, carteras, cestos y accesorios.
- Joyería: Oro y plata fusionada con concha spondylus, concha nácar, bambú y otros.
- Tagua y afines: Adornos, juguetes, botones y bisutería.
- Artículos de cuero: Carteras, billeteras, monederos y bisutería.

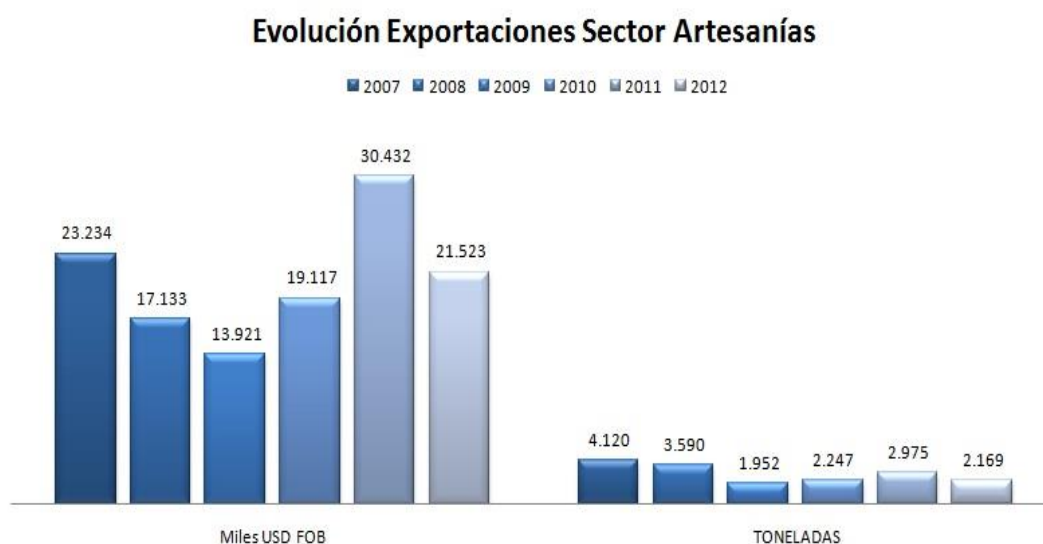
- Artículos de Madera: Esculturas, objetos de decoración en balsa, caña guadua y pambil.
- Pinturas y dibujos.

2.3.2. Características del sector artesanal ecuatoriano

De acuerdo a información proporcionada por PROECUADOR (2014), se pueden establecer las siguientes características del sector artesanal ecuatoriano:

Los productos más vendidos y exportados son: Sombreros de paja toquilla y productos fabricados con cuero y tagua. Los países destacados como principales compradores son: Italia, Estados Unidos y Hong Kong.

Gráfico N° 1 Evolución exportaciones sector artesanías



Fuente: Evolución Exportaciones Sector, (s.f). Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/artesantias/>

- En Ecuador las artesanías se producen en todas las regiones del país, ya que cada región cuenta con materia prima única.
- Las artesanías ecuatorianas se encuentran entre las más admiradas de Sudamérica.
- Por su bajo costo y excelente calidad, en los mercados extranjeros son muy solicitadas.
- Las artesanías destacan en la mayoría de ferias tanto nacionales como internacionales por su colorido y excelentes acabados. (PROECUADOR, 2014).

2.4. Antecedentes históricos de la creación de la empresa My Friend´s

My Friend´s, es una empresa que nació de una reunión familiar entre hermanos y se evidenció el talento y habilidad que se tenía para la elaboración de las artesanías, se empezó a elaborar las artesanías de una manera única con modelos exclusivos; personalizando modelos de acuerdo a las exigencias del mercado local, esto es en Quito-Ecuador.

Se empezó con materiales básicos y comunes que poco a poco se fueron reemplazando por otros de calidad más duradera, perfeccionando el acabado de las artesanías.

La utilización de material reciclable es una iniciativa para colaborar en la conservación del medio ambiente, y de esta manera darles un nuevo uso a ese material (luego de haber pasado por un proceso de desinfección y lavado). La ingeniosidad de crear nuevos productos se daba los fines de semana con la colaboración de cada uno de los socios, quien daba su idea la discutían, se la modificaba si era necesario y se empezaba con la elaboración, fueron ideas grandiosas ya que eso permitió la creación de varias artesanías, con distintas funcionalidades y para distintas ocasiones.

La idea de exportar nace de la necesidad de ampliar el mercado a horizontes extranjeros, aprovechando los conocimientos adquiridos en el ámbito del comercio exterior, y las múltiples oportunidades que ahora ofrece el gobierno ecuatoriano para los pequeños empresarios, en especial hacia aquellos que encaminen sus actividades a la exportación. Europa ha sido el continente que mayor valor le da a las artesanías ya que estas son elaboradas manualmente, los europeos en general les fascina y les encanta, reconociendo su esfuerzo y sacrificio.

Para el caso del mercado francés, se adaptarán los diseños a los gustos y preferencias del mercado, sin dejar de lado los diseños de dibujos infantiles con nombres comunes de hombre/mujer, así como los logos de los equipos, los mismo que serán reemplazados por

logos de los principales equipos del campeonato nacional francés y logos de los equipos de la UEFA Champions League.

2.5. Características de la producción del producto My Friend's

Es un producto nuevo en el mercado, porque se va a utilizar materiales reciclables, dándole el proceso adecuado a estos materiales como: lavar, desinfectar, quitar todo material adicional con el que no se va a trabajar, para poder realizar artesanías de calidad y competitivas en el mercado, para lo cual se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ Proveedores del material reciclado (vidrio).
- ✓ Niveles de tratamiento al material reciclado.
- ✓ Niveles productivos.
- ✓ Costos de producción.
- ✓ Mano de obra especializada y con habilidad para desarrollar el producto.
- ✓ Normas y Condiciones.

Todos estos deben ser de la mejor calidad para que el resultado sea el esperado.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Objetivos del estudio de mercado

3.1.1. Objetivo general.

Elaborar un estudio del mercado francés en el cual se identifique la demanda potencial de dicho mercado, la oferta del bien y los mecanismos de exportación.

3.1.2. Objetivos específicos.

- ✓ Establecer cuál es la demanda potencial en el mercado francés.
- ✓ Determinar el precio en el mercado francés para el producto
- ✓ Analizar las estrategias comerciales, los canales de distribución utilizando una logística adecuada para la exportación de nuestro producto a Francia.

3.2 Características del mercado de destino

3.2.1 Información general

Nombre oficial: República Francesa

Capital: París

Población: 2.249.975 habitantes (según censo 2011)

Idioma oficial: Francés

Forma de gobierno: República semipresidencialista

- PIB
- Total (2014): 2.142 Millones EUR
- Per cápita: 32.400 EUR

Moneda: Euro (€, EUR)

Tomado de <http://www.datosmacro.com/pib/francia>

Tabla N° 3 Indicadores básicos de Francia

1. Indicadores Básicos de Francia		
	CAPITAL	PARIS
Demografía	Población (julio 2013 est.)	65.951.611
	Tasa de crecimiento poblacional anual (est. 2013)	0.47%
	Índice de GINI - Distribución del ingreso (2008) Puesto 100	32.7
	Índice de Desarrollo Humano (2013)	0.892 (Puesto 21) Desarrollo Humano Muy Alto
Producción	PIB (billones de dólares americanos, est. 2012)	2.58
	PIB per cápita (dólares, est. 2012)	39.120
	Crecimiento del PIB (tasa de crecimiento real, est. 2012)	0.0%
	Composición del PIB por sector (2012): Agricultura Industria Servicios	2.0% 18.8% 79.2%
Precios	Inflación anual (est. 2012)	2.2%
Moneda	Moneda	Euro (EUR)
	Tipo de Cambio (EUR por USD 2012)	0.78
Empleo	Tasa de desempleo (% del total de la fuerza de trabajo) 2012	8.8%

Fuente: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/Ficha-Tecnica-Francia-Feb-2014.pdf>

3.2.2 Mercado meta

“Mercado meta, es el grupo de consumidores de un determinado producto, al cual, la empresa dirige todos sus esfuerzos de marketing con el fin de captar su atención, generando el interés y provocando la compra del producto ofrecido” (Jara, Francisco; 2006).

Para establecer el mercado objetivo de la presente investigación, se procederá a calcular la demanda por el método del Consumo Nacional Aparente (CNA) que para el cálculo del mismo se recolectarán datos necesarios como las exportaciones, importaciones y producción del sector artesanal en Francia.

3.2.3 Población

3.2.3.1 Características de la población

La ciudad de París en sus 20 cantones y 1 municipio, cuenta con 2.240.621 habitantes en su población municipal; y, como resultado cuenta con 2.265.886 habitantes en su población total; datos que son referentes al 1 de enero de 2015, según el Institut National de la Statistique et des Études Économiques- INSEE.

✓ Economía

París es uno de los motores de la economía mundial. En 2011, el PIB de la Región de París fue estimado por el INSEE en 607 mil millones de euros (845 mil millones de dólares). Si se tratara de un país, esta región sería la decimoséptima economía más grande del mundo, con un PIB más grande que el de los Países Bajos y de Turquía, y casi tan grande como el de Indonesia.

En términos de población, la zona urbana de París representa menos del 20 % del área urbana de Francia, el PIB alcanza el 28,4 % del total. En cuanto a zonas urbanas, según las Naciones Unidas, su PIB es el quinto más grande del mundo después de Tokio, Nueva York, Los Ángeles y Chicago, y el primero de Europa. Su PIB es comparable al PIB de pequeños países del primer mundo.

3.3 Demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (BACA, Gabriel; 2005; p. 17).

3.3.1. Metodología para la cuantificación de la demanda

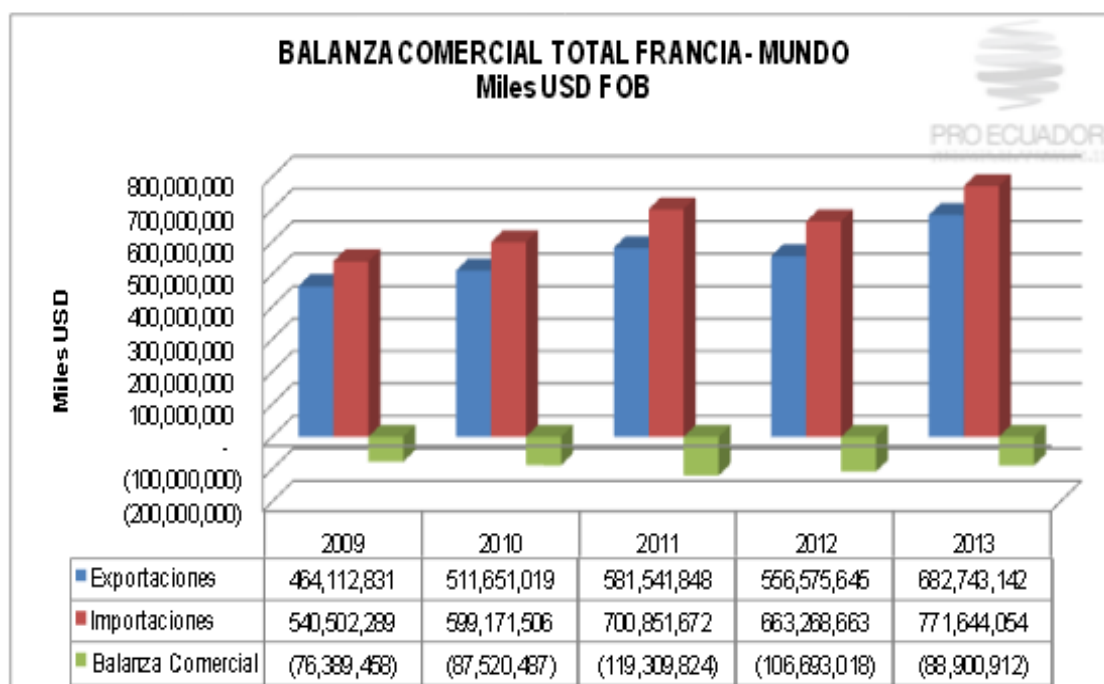
Para cuantificar la demanda existente se analizará el Consumo Nacional Aparente en Francia de artesanías.

3.3.2. Recolección de la información

La técnica que se utilizarán para la recolección de información es la revisión histórica de las exportaciones, importaciones y producción de artesanías en el mercado francés, así como las exportaciones ecuatorianas de artesanías a Francia.

3.4 Análisis de la balanza comercial de Francia

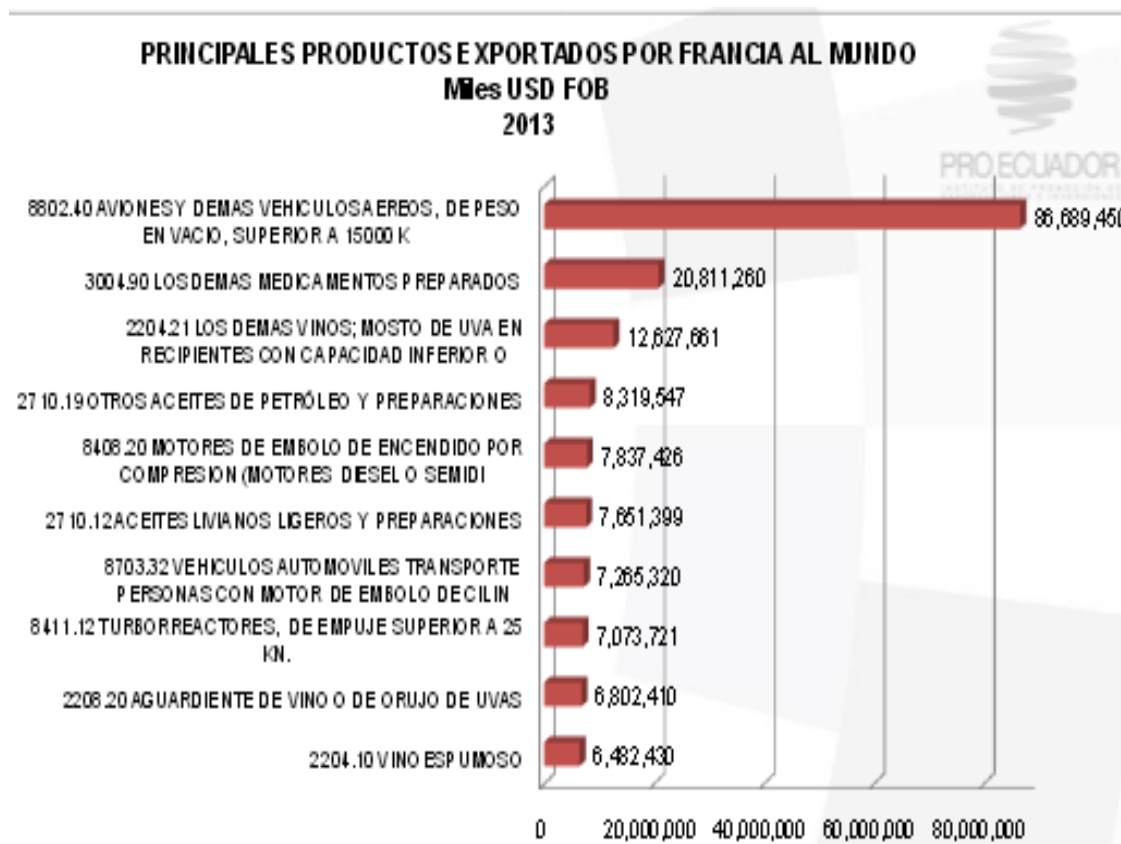
Gráfico N° 2 Balanza comercial de Francia



Fuente: PROECUADOR, 2014

En los últimos años analizados, Francia ha tenido una balanza comercial deficitaria, siendo el año 2011 el año con mayor déficit. A partir del 2012 la balanza comercial Francia-mundo, sigue siendo deficitaria pero con una leve recuperación.

Gráfico N° 3 Principales productos exportados por Francia al mundo



Fuente: PROECUADOR, 2015

En el gráfico anterior se presenta los principales productos de exportación de Francia durante el año 2013; siendo el producto más exportado: aviones y demás vehículos aéreos, medicamentos preparados, aceite de petróleo y preparaciones, vehículos, vinos, Joyería, sueros específicos, y cuadros, pinturas y dibujos hechos totalmente a mano.

Con relación al sector artesanal, las estadísticas proporcionadas por el Centro de Comercio Internacional (Trademap, 2014), reflejan una dinámica creciente del sector exportador de artesanías. Los oficios artísticos se caracterizan por su diversidad y por un saber hacer único, en el cruce de los caminos de la creación, las tecnologías punteras y el mundo empresarial. En Francia, los artesanos del calzado, la encuadernación, los lutieres, los bordadores, vidrieros o creadores de joyas contemporáneas, saben cultivar la identidad y la perennidad del arte de vivir a la francesa (France Diplomatie, 2014).

“La artesanía y los oficios artísticos ocupan en Francia a más de 3 millones de personas, que son la “primera empresa de Francia” (Bianchini, 2014). Por consiguiente, es natural que los poderes públicos apoyen a este sector, por su fuerte potencial económico, social, turístico y cultural, con una facturación de 300 mil millones de euros y 600.000 empleos creados en diez años, estas actividades agrupan a casi un millón de empresas artesanas en Francia. Sólo en oficios artísticos, Francia cuenta 100.000 empleos y más de 38.000 empresas; suelen ser Pymes, pero también hay talleres pequeños o manufacturas. El volumen de negocios de este sector se eleva a 8 mil millones de euros, 4.727 millones de ellos en exportaciones (dato del año 2011) (France Diplomatie, 2014).

Tabla N° 4 Talleres de artesanos en Francia por subsectores

No.	Subsector	No. Talleres	%
1	Muebles de madera	3.051	20,58
2	Objetos de madera	1.372	9,25
3	Fibras Vegetales	367	2,48
4	Cerámica	2.498	16,85
5	Mármol, piedra y escayola	633	4,27
6	Vidrio	385	2,6
7	Metal	1.355	9,14
8	Piel y cuero	1.407	9,46
9	Textil	937	6,32
10	Joyería	1.407	9,49
11	Instrumentos musicales	247	1,67
12	Varios	1.173	7,91
TOTAL		14.827	100

Fuente: INSEE, 2011

En el cuadro anterior se presenta un desglose de los talleres artesanales en Francia por Subsector y porcentaje de participación del mismo dentro de la economía, el sector de muebles y maderas ocupa el primer lugar con una participación del 20,58%, en el caso de aquellas artesanías que son elaboradas de vidrio, existen 385 empresas dedicadas a esta actividad y tienen una participación del 2,60%.

3.4.1. Principales destinos de exportación de Francia

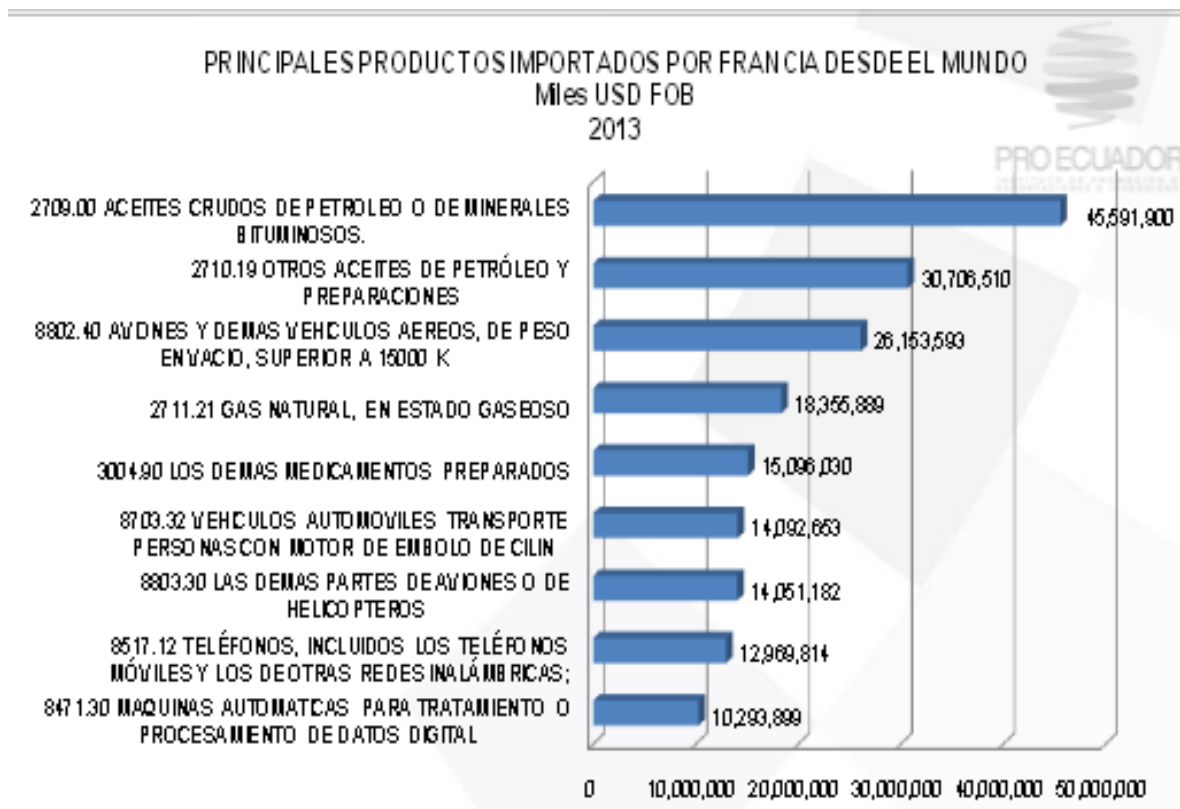
Los principales destinos de Exportación de Francia son: Alemania, Bélgica, Italia, España, Reino Unido, Estados Unidos, Países Bajos, China, Suiza, Rusia; sin embargo, el principal destino de las exportaciones de Francia es Alemania con una participación del 16,22% en el año 2013, constituyéndose en el principal socio comercial de Francia, seguido por Bélgica 7,33%, de Italia 7,28% y España 6,70%. Ecuador representa solamente un 0,02% de las exportaciones de Francia.

Los principales destinos de exportación para el sector artesanal son: Estados Unidos, Inglaterra, Chile, Bélgica, Alemania e Italia.

3.4.2. Principales productos de importación de Francia

En el siguiente gráfico se presentan los principales productos importados por Francia durante el año 2013.

Gráfico N° 4 Principales productos importados por Francia desde el mundo



Fuente: PROECUADOR, 2015

Dentro de los principales productos importados por Francia durante el período 2013 se encuentran petróleo y sus productos derivados, aviones y componentes para la aviación, gas natural, medicamentos, vehículos, teléfonos móviles. Con relación al sector artesanal, las importaciones de estos artículos, según INSEE (2014) se encuentran en el puesto 88 de la lista de productos más importados. En el año 2011, último dato registrado por este organismo, la importación de artesanías alcanzó una cifra de 4.342.981 USD.

3.4.3. Principales proveedores

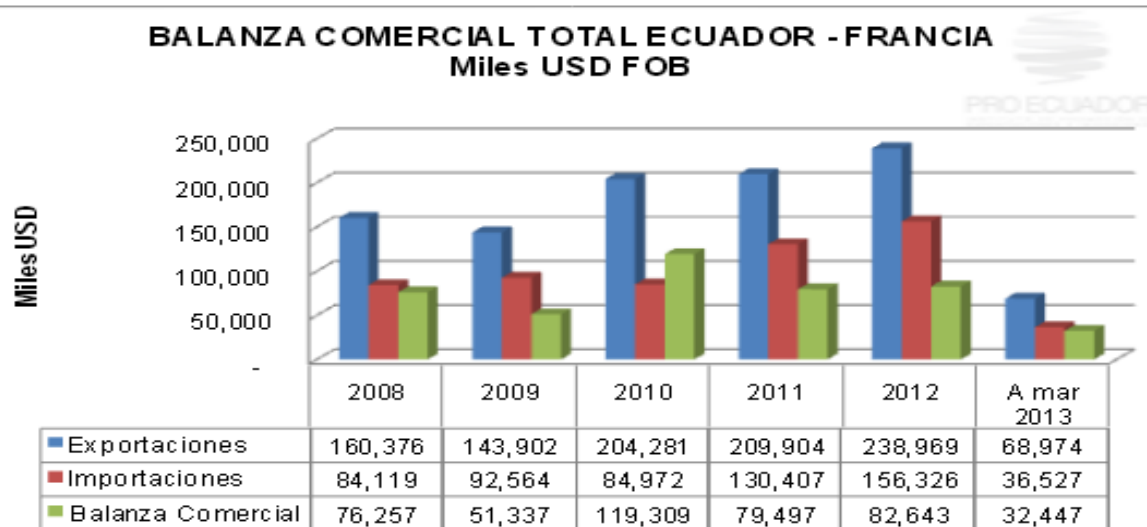
Dentro de los principales proveedores de las importaciones francesas se encuentran: Alemania, Bélgica, Italia, Países Bajos, España, Estados Unidos, Reino Unido, China, Suiza, Rusia. Alemania constituye el principal proveedor de las importaciones de Francia con una representatividad del 19,04% en el año 2013.

3.4.3.1. Principales proveedores del sector artesanal

Dentro de sus principales proveedores se encuentran, China, India, Alemania y México, siendo el principal producto artesanal importado bufandas, seguido de marquetería, estatuillas y demás objetos de adorno, sobresalen los elaborados en Bambu (France Diplomatie, 2014).

3.5 Relación comercial Ecuador-Francia

La Balanza Comercial de Ecuador-Francia se ha mantenido positiva para Ecuador durante los últimos cinco años, alcanzando para el 2012 el valor de 82.643 miles de dólares; las exportaciones decrecieron en un 10,87% y las importaciones decrecieron en un 14,84%.

Gráfico N° 5 Balanza comercial Ecuador-Francia 2008-marzo 2013

Fuente: PROECUADOR 2014

En el gráfico N° 6 se presentan los principales productos que el Ecuador exportó a Francia considerando las ventas del año 2013.

Gráfico N° 6 Principales productos exportados por Ecuador a Francia

Fuente: PROECUADOR, 2014

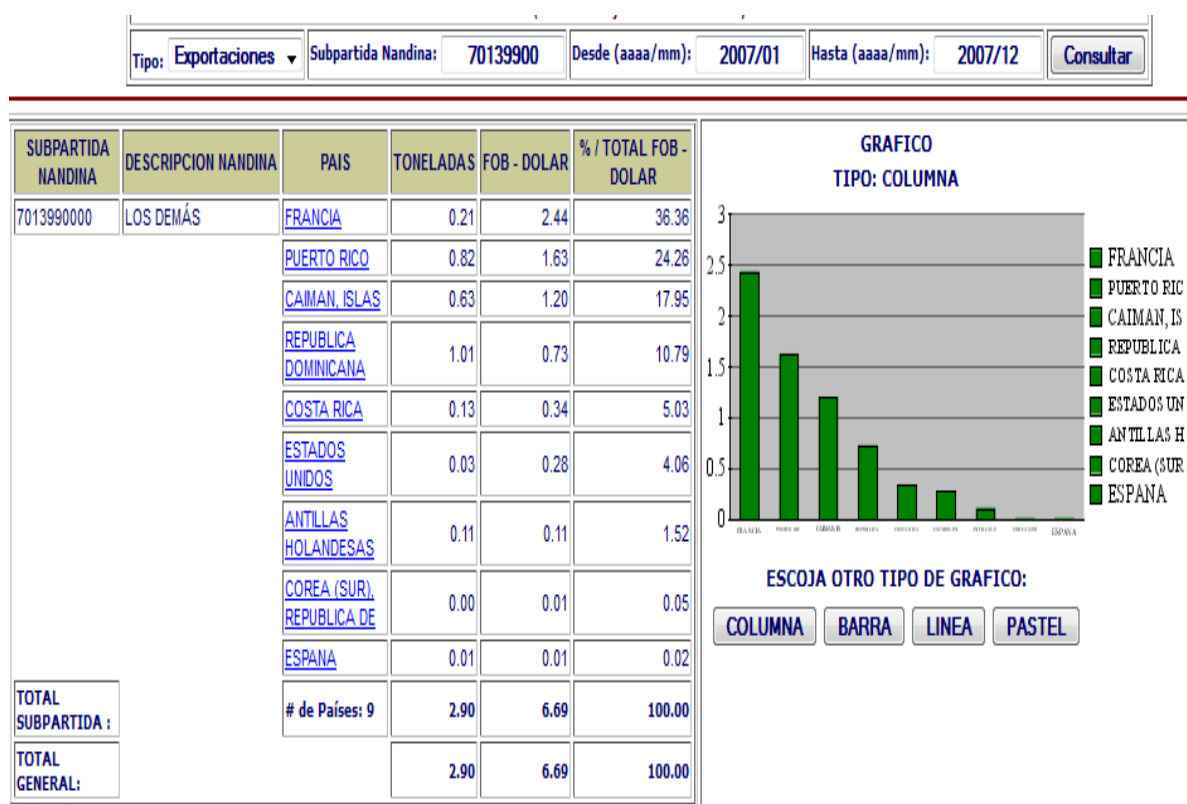
En el caso del sector artesanal los principales productos exportados por subpartida nandina comprenden Formas para Botones de Plástico o de Tagua con un 35,74%, Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras que representan el 24,71% y Cascos para sombreros trenzados de paja toquilla o de paja mocora con participación del 19,08% (Pro Ecuador, 2014).

3.5.1. Exportaciones de la partida arancelaria 7013.99.00

La Partida 7013.99.00 comprende:

- **Sección XIII:** Manufacturas de piedra, yeso fraguable, cemento, amianto (asbesto), mica o materias análogas; productos cerámicos; vidrio y manufacturas de vidrio.
- **Capítulo:** 70 vidrio y sus manufacturas
- **Partida:** 7013.99.00 los demás

Gráfico N° 7 Exportaciones de la partida 7013.99 a Francia



Fuente: BCE, 2015

El último dato registrado por el BCE con relación a la exportación de la partida 7013.99 hacia Francia es en el año 2007, a partir del 2008 no se registran exportaciones de la partida en mención al mercado francés.

Gráfico N° 8 Principales productos importados por Ecuador desde Francia



Fuente: PROECUADOR, 2014

Dentro de los principales productos importados por Ecuador desde Francia se encuentran instrumentos y aparatos de medicina, lubricantes, perfumes, con relación al sector artesanal, Ecuador no importa artesanías de origen francés.

3.6 Cuantificación de la demanda

3.6.1. Análisis del consumo nacional aparente del país de destino.

Para realizar el análisis del Consumo Nacional Aparente (CNA), es de vital importancia conocer las importaciones, las exportaciones y la producción de manufacturas de vidrio en Francia. Al investigar los principales bancos de datos sobre dicha información, para el caso de Francia la página del INSEE, que es la institución encargada de registrar estos datos hemos podido verificar que no existe pesquisa para la partida requerida (7013.99.00). Los valores

registrados son generales, por lo que para el cálculo del CNA se utilizarán datos generales de las artesanías importadas por Francia durante el año 2014 (último año del que se tiene registro).

La fórmula para el cálculo del CNA es la siguiente:

$$\text{CNA} = \text{P} + \text{M} - \text{X}$$

Dónde: P, representa la producción nacional, M, las importaciones, y X, las exportaciones.

3.6.2. Comportamiento de la producción nacional de artesanías elaboradas con vidrio de Francia

Los datos que reflejan la producción nacional de artesanía en vidrio fueron obtenidos de Trade Nosis (2015). Con relación al porcentaje de adornos para el hogar según datos I INSEE (2014) es del 3,4%. El precio promedio de venta de las artesanías en el mercado francés es de USD 49.00³, la tasa de crecimiento histórica calculada para este período es de 0,74%.

Tabla N° 5 Producción Nacional de artesanías de vidrio de Francia

Año	Producción de artesanías de vidrio	Adornos para el hogar	Producción en unidades
2010	5.006.489.700	170.220.649,80	3.473.891
2011	5.210.249.877	177.148.495,80	3.615.275
2012	2.401.276.580	81.643.403,73	1.666.192
2013	4.980.170.748	169.325.805,40	3.455.629
2014	5.155.819.334	175.297.857,40	3.577.507
2015	4.978.234.543	169.259.997,46	3.454.285

Fuente: Trade Nosis, 2015

Elaborado por: El Autor

³ Ver <http://anticandchic.es/es/tienda-online/objetos-y-decoracion/botellas-y-sifones/pareja-de-botellas-de-tintura>

3.6.3. Comportamiento de las importaciones de artesanías de vidrio de Francia

Tabla N° 6 Importaciones de artesanías de vidrio de Francia anual en unidades

Año	(M) Totales de artesanías de vidrio	Adornos para el hogar	Importaciones en unidades
2010	3.475.429.683	51.436.359,31	1.187.358
2011	3.605.613.338	53.363.077,40	1.231.835
2012	3.364.926.464	49.800.911,67	1.149.606
2013	3.516.814.637	52.048.856,63	1.201.497
2014	3.690.463.973	54.618.866,80	1.260.823
2015	3.892.111.338	57.603.247,80	1.329.714

Fuente: Trade Nosis, 2015⁴

Elaborado por: El Autor

La tasa de crecimiento promedio calculada para este período de tiempo es del 1,51% anual. Según datos del INSEE (2014), del total importado por concepto de artesanías, el 1,48% corresponde a productos de marquetería, adornos elaborados en madera y otros materiales. Tomando en cuenta que el 1,48% corresponde a adornos, del total registrado para las importaciones del capítulo 13, partida 7013 durante el año 2014 que son 3.690.463.973 USD, calculamos el 1,48%; de este cálculo se obtiene: 51.436.359,31 USD. Es importante mencionar que se ha considerado el precio estimado de 43,32 USD para artesanías (consideradas adornos para el hogar) en Francia, según datos de Trademap (2014)⁵.

Si se divide el total de importaciones en FOB (dólares) obtenido para el precio promedio de 43,32 USD, se obtiene el valor de importaciones de cada artesanía es decir el precio en unidades.

Importaciones en unidades = 1.260.823

3.6.4. Comportamiento de las exportaciones de artesanías de vidrio de Francia

A continuación se presenta una tabla donde constan las exportaciones de vidrio y sus manufacturas realizadas por Francia al resto del mundo. Del total exportado el 1,25%

⁴ <http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Francia/Vidrio-y-sus-manufacturas/FR/70>

⁵ Ver http://www.trademap.org/CountrySelProductCountry_TS.aspx

corresponde a adornos para el hogar (INSEE, 2014). Para este segmento el precio promedio por unidad exportada es de USD 63,77. Es importante reseñar que este precio promedio registrado en (Trademap, 2014) corresponde al precio de exportación al mercado europeo, pues la mayoría de exportaciones francesas están dirigidas a este mercado. La tasa de crecimiento histórico calculada para este período es de 0,74%.

Tabla N° 7 Exportaciones de artesanías de vidrio de Francia

Año	(X) Totales de artesanías de vidrio	Adornos para el hogar	Exportaciones en unidades
2010	3.452.751.517	43.159.393,96	676.798
2011	3.593.275.777	44.915.947,21	704.343
2012	1.656.052.814	20.700.660,18	324.614
2013	3.434.600.516	42.932.506,45	673.240
2014	3.555.737.472	44.446.718,40	696.985
2015	1.531.722.642	19.146.533,03	300.243

Fuente: Trade Nosis, 2015

Elaborado por: El Autor

3.7 CNA de artesanías de vidrio de Francia

A continuación se presenta una tasa del consumo nacional aparente (CNA) de Francia de los años 2010 al 2015, con datos históricos de las importaciones, exportaciones y producción nacional de los años antes mencionados.

Tabla N° 8 CNA de artesanías de vidrio de Francia

Año	Importaciones en unidades	Producción en unidades	Exportaciones en unidades	CNA
2010	1.187.358	3.473.891	676.798	3.984.451
2011	1.231.835	3.615.275	704.343	4.142.767
2012	1.149.606	1.666.192	324.614	2.491.184
2013	1.201.497	3.455.629	673.240	3.983.886
2014	1.260.823	3.577.507	696.985	4.141.345
2015	1.329.714	3.454.285	300.243	4.483.756

Fuente: Trade Nosis, 2015

Elaborado por: El Autor

3.8 Proyección de variables del CNA en el país de destino

Para realizar la proyección de las variables del CNA (importaciones, exportaciones, y producción nacional), nos basaremos en los datos históricos recolectados, y en sus estadísticas de crecimiento o decrecimiento.

3.8.1 Proyección de la producción

Los franceses tienen una producción artesanal importante, aunque con tendencia a la baja. La industria de cristales es la más importante, Francia es mundialmente reconocida por calidad y fineza. Sin embargo, en los últimos años Francia está experimentando un gran retroceso en la producción local de cristales y artesanías. Otra actividad artesanal importante es la producción de velas con ventas de 80 millones de euros. Adicionalmente, están los productos artesanales de madera con 70 millones de euros y los productos de cerámica y sus derivados minerales o piedras semipreciosas (INSEE, 2014).

Tras el fuerte retroceso de los flujos de intercambios comerciales de Francia con el exterior en el 2009, debido a la crisis y a la reducción de las corrientes de intercambio a nivel mundial que lo originó, el sector manufacturero francés también vio afectados sus flujos de producción. Según el último registro de la base de datos del INSEE, hasta antes de la crisis había 127 establecimientos activos en este ramo industrial; de entre éstos, 32 son personas físicas (empresarios independientes), 67 son empresas (las denominadas “société”), y 28 están registradas bajo otros regímenes diversos. Para finales del 2010, se registraron tan solo 88 empresas ejerciendo este tipo de actividades.

Para el cálculo de la proyección de la producción nacional, se utilizarán datos históricos calculados donde se refleja una tasa de crecimiento del 0,74%.

Tabla N° 9 Proyección de la producción de artesanías de vidrio

Año	Producción nacional de artesanías de vidrio en unidades
2016	3.603.981
2017	3.630.650
2018	3.657.517
2019	3.684.583
2020	3.711.849

Fuente: Trade Nosis, 2014

Elaborado por: El Autor

3.8.2 Proyección de las importaciones de artesanías de vidrio

Para realizar las proyecciones de las importaciones para los años 2016 hasta 2020; utilizamos la tasa de crecimiento 1,51% anual, mediante el método histórico, considerando los datos de la Tabla N° 6 “Importaciones de artesanías de Francia Anual en unidades” que va del año 2010 hasta el año 2014; observando que existe un Consumo Nacional aproximado de artesanías para el año 2016 de 1.279.862 botellas, llegando a 1.358.934 botellas en el 2020.

Tabla N° 10 Proyección de las importaciones de artesanías de vidrio

Año	Importaciones totales de artesanías de vidrio en unidades
2016	1.279.862
2017	1.299.188
2018	1.318.805
2019	1.338.719
2020	1.358.934

Fuente: Trade Nosis, 2015

Elaborado por: El Autor

3.8.3 Proyección de las exportaciones de artesanías de vidrio

En el caso de las exportaciones, según datos obtenidos del INSEE (2014), desde la crisis sufrida en 2008, las exportaciones de manufacturas han tendido a la baja. Para el caso específico de la partida 7013 (vidrio y sus manufacturas), el decrecimiento promedio es de 9% anual (INSEE, 2014). A continuación se presenta el total de exportaciones realizadas por Francia de la partida en mención, de este total el 3,2% corresponde a las manufacturas de vidrio que constituyen adornos para el hogar. El precio promedio de exportación por Unidad

es de 63,77 USD (Trade Nosis, 2014). El precio de exportación varía con relación al precio promedio de producción porque el valor considerado para registrar las exportaciones es FOB, a diferencia del precio registrado para la venta en el mercado local que es EXW.

Para el cálculo de la proyección de las exportaciones, se utilizarán datos históricos recolectados, el año base utilizado para este período es 2014; mientras que la tasa de crecimiento utilizada es 0,74%.

Tabla N° 11 Proyección de las exportaciones de artesanías de vidrio

Año	Exportaciones de artesanías de vidrio en unidades
2016	702.142
2017	707.338
2018	712.573
2019	717.846
2020	723.158

Fuente: Trade Nosis, 2014

Elaborado por: El Autor

3.8.4 Proyección de las variables del CNA

El consumo aparente se basa en cifras proyectadas de las importaciones, las exportaciones y de la producción local.

Tabla N° 12 Proyección de las variables de CNA en unidades

Proyección de las variables del CNA				
Año	Producción Nacional de artesanías de vidrio en unidades	Importaciones totales de artesanías de vidrio en unidades	Exportaciones de artesanías de vidrio en unidades	TOTAL CNA
2016	3.603.981	1.279.862	702.142	4.181.701
2017	3.630.650	1.299.188	707.338	4.222.500
2018	3.657.517	1.318.805	712.573	4.263.749
2019	3.684.583	1.338.719	717.846	4.305.456
2020	3.711.849	1.358.934	723.158	4.347.625

Fuente: Trade Nosis, 2014

Elaborado por: El Autor

3.9 Demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha de artesanías de vidrio, es necesario tomar en cuenta la proyección de CNA y restar la oferta de la competencia.

3.9.1 Principales competidores

Luego de la investigación realizada, se obtuvieron estadísticas de las exportaciones realizadas en el último año correspondientes a la partida arancelaria 7013.99 en la cual se encuentra el producto; reflejando que a partir del año 2008, no existen registros de la partida a Francia, sin embargo hasta el año 2007 Ecuador tenía una participación de las exportaciones al mercado francés del 0,71% según Trade Map.

Tabla N° 13 Principales países exportadores de manufacturas de vidrio a Francia

Exportadores	Valor importado 2010	Valor importado 2011	Valor importado 2012	Valor importado 2013	Valor importado 2014
Mundo	346.502	334.865	313.705	298.075	297.014
China	94.198	80.220	77.317	70.146	52.706
Italia	44.374	45.916	40.831	43.599	43.676
Alemania	25.861	28.623	26.107	29.039	39.886
Bélgica	19.431	16.859	14.268	11.656	38.211
Noruega	14.476	14.309	16.639	14.060	25.711
Turquía	28.491	34.137	28.713	27.835	20.502
Portugal	8.700	16.159	22.034	15.956	12.965
Polonia	15.468	15.236	14.453	12.696	11.306
Republica Checa	5.815	6.472	7.934	10.048	10.902
España	44.703	35.853	30.716	29.322	9.986

Fuente: Trade Map, 2014

Elaborado por: El Autor

En la Tabla N° 12 se presenta información de los principales proveedores de artesanías de vidrio en el mercado francés, detallando la cantidad ofertada por proveedor. Según datos de Trade Map (2014), estos países representan el 89,51% del total importado por Francia. Para el cálculo de la oferta de la competencia se tomará como dato el porcentaje de participación en el mercado francés de los principales competidores que es del 89,51%.

Tabla N° 14 Demanda insatisfecha en unidades

Año	CNA	Oferta de la competencia	Demanda insatisfecha
2016	4.181.700	3.743.040	438.660
2017	4.222.500	3.779.559	442.940
2018	4.263.750	3.816.483	447.267
2019	4.305.456	3.853.814	451.642
2020	4.347.625	3.891.559	456.066

Fuente: Trade Map, 2014

Elaborado por: El Autor

3.9.2 Exportaciones mundiales

Las exportaciones del sector artesanías en los últimos cinco años han presentado una tendencia creciente alcanzando para el 2011, 117.968.675 miles de dólares, con una Tasa de Crecimiento Promedio Anual del 9,89%.

Tabla N° 15 Exportaciones mundiales de productos del sector artesanías

Exportadores Mundiales de Productos del Sector Artesanías					
Valor en miles USD					
2007	2008	2009	2010	2011	TCPA 2007-2011
80.909.942	88.413.309	78.373.295	92.196.364	117.968.675	9.89%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

3.9.3 Principales países exportadores

Tabla N° 16 Principales países exportadores de artesanías

Exportadores Mundiales de Productos del Sector Artesanías							
Valor en miles USD							
Importadores	2007	2008	2009	2010	2011	TCPA 2007-2011	% Participación 2011
China	9.446.069	10.199.979	9.718.079	14.357.612	21.606.901	22.93%	18.32%
India	5.613.316	5.114.314	11.043.827	8.277.156	15.033.207	27.93%	12.74%
Estados Unidos de América	10.698.639	12.389.140	10.301.361	11.004.680	12.918.434	4.83%	10.95%
Reino Unido	8.901.287	8.011.077	5.941.102	7.745.696	8.581.008	-0,91%	7.27%
Suiza	5.335.174	5.871.367	4.722.365	5.646.406	8.000.949	10.66%	6.78%
Hong Kong (China)	6.143.033	6.530.589	4.963.745	5.969.870	7.606.535	5.47%	6.45%
Italia	7.117.802	7.089.380	5.049.316	6.133.996	6.860.578	-0,92%	5.82%
Francia	3.132.736	3.679.132	2.845.084	3.082.660	4.774.508	11.11%	4.05%
Tailandia	2.673.806	3.386.213	2.962.828	3.655.670	4.363.459	13.03%	3.70%
Alemania	2.477.834	2.753.956	2.345.076	2.572.804	3.093.420	5.70%	2.62%
Singapur	1.011.340	1.897.567	1.722.033	2.756.443	2.684.692	27.64%	2.28%
Japón	598.085	1.146.629	923.929	1.619.650	2.513.981	43.19%	2.13%
Turquía	1.645.485	1.777.517	1.263.009	1.650.858	2.075.272	5.97%	1.76%
Demás Países	16.110.336	18.566.449	14.571.511	17.692.863	17.855.751	2.60%	15.14%
Mundo	80.909.942	88.413.309	78.373.295	92.196.364	1.117.968.675	9.89%	100.00%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Los principales exportadores de productos del sector artesanías son: China (18,32%), India (12,74%), Estados Unidos de América (10,95%), Reino Unido (7,27%) y Suiza con el 6,78%.

Los principales exportadores de artesanías desde los países de América Latina y el Caribe, teniendo en primer lugar México (43,02%), seguido por Panamá (11,32%) y República Dominicana (11,04%). Otros países son: Brasil, Colombia, Perú, Islas Vírgenes Británicas, Bolivia Costa Rica. Ecuador para el 2011 se ubicó en el décimo lugar con una participación de 1,98% en el mercado mundial.

3.9.4 Participación de las exportaciones ecuatorianas en el mercado francés

El cálculo de la participación de las exportaciones ecuatorianas en el mercado francés se basará en los datos obtenidos de Trade Map (0,71%). Este porcentaje será calculado del total

de importaciones realizadas por Francia. Esta participación equivale aproximadamente al 2.1% de la demanda insatisfecha de ese país.

Tabla N° 17 Participación de las exportaciones ecuatorianas en unidades

Año	Participación de las exportaciones ecuatorianas
2016	9.087
2017	9.224
2018	9.364
2019	9.505
2020	9.648

Fuente: Trade Map, 2014

Elaborado por: El Autor

3.10 Participación del proyecto de artesanías en vidrio

Con relación a la participación del proyecto se tiene previsto cubrir el 1% de la demanda insatisfecha para los primeros 5 años de vida del proyecto.

Tabla N° 18 Participación del proyecto de artesanías en vidrio en unidades

Año	Participación del proyecto
2016	4.387
2017	4.429
2018	4.473
2019	4.516
2020	4.561

Fuente: Trade Map

Elaborado por: EL Autor

Las unidades anuales a producir por el proyecto serán, a partir del año 2016: 4.387 botellas, las cuales se distribuirán en 4 embarques anuales, es decir, una exportación por trimestre por un total de 1.097 botellas.

El peso de cada botella terminada, dentro de su respectivo envase es de 0.5 kilos con un total de 548 kilos y serán distribuidos de la siguiente manera: En un pallet se colocarán 15 cajas de 32x24x24cm como base, y se apilarán sobre ellas 6 filas de 15 cajas cada fila, más una fila adicional con una caja suelta; cada caja a su vez contiene 12 botellas.

Se enviará un pallet cada tres meses por un total de 1.097 botellas.

3.11 Plan de marketing

El mercado francés es prometedor para los productos manufacturados ecuatorianos, no solo por la escasa o nula producción de artesanías en Francia, sino también por los múltiples tratados que se han firmado con la Unión Europea (UE), hasta la actualidad. Ecuador con Francia posee el tratado de preferencias arancelarias SGP plus y el tratado multipartes que se firmó en el año 2014 con la UE.

Con un adecuado plan de marketing y gracias a la ventaja competitiva que se posee en relación a otros países, nuestro producto podría ubicarse favorablemente en el mercado francés.

3.11.1 Producto

En base a la Investigación de Mercados realizada y al portafolio de productos que la empresa actualmente maneja en la localidad, se ha diseñado una cartera adaptada al mercado objetivo. Los diseños elaborados para este mercado objetivo constan de dibujos animados tanto para hombre como para mujer con nombres comunes en el mercado francés, así como logos de los principales equipos de la UEFA CHAMPIONS LEAGUE, equipos locales franceses, y diseños donde consten paisajes ecuatorianos.

Para que el producto esté listo para su venta es necesario acondicionar la materia prima, en este caso las botellas; para ello, primero se limpian las botellas tanto interna como externamente, seguido de esto se procede a secarlas; una vez secas se aplica una capa de pintura base y se deja secar; luego se aplica la pintura de fondo, del color que se desee, al igual que con la pintura base, es necesario dejar que se seque; cuando ya está seco se inicia el proceso artístico, se dibujan a mano paisajes, dibujos de personajes animados, nombres de personas, instituciones, equipos de fútbol, etc. Finalmente se coloca una cubierta en el pico de la botella, el material utilizado es cuerda de yute, la misma que se procede a pintar de variados colores; y, finalmente se laca.

Gráfico N° 9 Botellas terminadas



3.11.2 Precio

El precio ha sido establecido, considerando la etapa de introducción, los precios de la competencia (estos precios fueron tomados de artesanías similares consultados en Artesanías Ecuatorianas (SN, 2015), los costos unitarios promedio de cada producto y margen de ganancia se determinará en el estudio financiero; sin embargo, para la determinación del precio se considera el 40% de margen de utilidad; dando como resultado el precio de exportación será de 47,74 USD por botella, considerando la división de los Costos y Gastos Totales (Costos de producción y gastos de fabricación; Gastos de Administración; Gastos de Ventas; Gastos Financieros) para el Volumen de Exportación (que son 4.387 botellas en el año); multiplicado por el margen de ganancia, según la siguiente tabla:

Tabla N° 19 Precio de venta

Concepto	Valor USD
Costos Totales	149.576,49
Volumen de exportación	4.387
Determinación de precio	34,10
Margen de utilidad 40%	13,64
PRECIO DE EXPORTACIÓN	47,74

Fuente: Propia

Elaborado por: El Autor

Cabe señalar que en el Estudio Financiero se explicará más detalladamente los rubros de los Conceptos de la tabla descrita anteriormente.

3.11.3 Plaza

El mercado externo para el producto estará enfocado en los principales centros comerciales de artesanías ubicados en París, My Friend's cuentan con 5 compradores en el exterior: KGSPhilippe Baker, que es una empresa con 5 años en el mercado, dedicada a la compra y venta de artesanías en París, en la actualidad no comercializa artesanías de origen ecuatoriano en su local. Stephane Goodrich, es una empresa que comercializa al por mayor y menor artesanías en todo el territorio francés, su principal producto de comercialización son tejidos de punto, desde hace 2 años comercializa productos artesanales ecuatorianos, de los cuales destacan artesanías en Ónix, Jean pierre Bathurst, es una empresa de origen Italiano, que tiene 12 años ya en el mercado Francés, compra y vende artesanías para el hogar, y cuenta con 4 sucursales de venta, Pierre Colville y Jean Chassier asociadas dedicadas a la compra y venta de artesanías, se encuentran en el mercado aproximadamente 8 años, su principal producto de comercialización son artesanías elaboradas en vidrio.

El contacto con los compradores que se describen se lo realizó por medio de la Ing. Lea Aguerres, que es la representante de la empresa My Friend's en el exterior, cuya función principal es la de buscar más compradores del producto en el mercado francés. La Ing. Lea Aguerres como representante, será la que se encargue directamente de la comercialización interna, es por ello que la empresa será responsable de entregar el producto a la Ing. Aguerres en el Puerto de Marsella.

Tabla N° 20 Compradores

No.	Compradores
1	KGSPhilippe Baker
2	Stephane Goodrich
3	Jean Pierre Bathurst
4	Pierre Colville
5	Jean Chassier

Elaborado por: El Autor

3.11.4 Promoción

En primer lugar, se deben promocionar las ventas locales, para dar a conocer a la compañía allí y que pueda comercializar sus productos, Para ello, debe promoverse el uso de las nuevas tecnologías, tanto las redes sociales como publicidad web, así como estrategias de posicionamiento en buscadores.

Aprovechando los avances tecnológicos y el uso extendido de la telefonía celular para navegar por internet, My Friend´s podrá crear su propia aplicación para smartphones y donde se colocará además de sus diseños, los principales locales en donde se puede adquirirlos.

3.11.4.1 Marca

Se ha optado por la marca “My Friends”, pues este nombre simboliza lo que con el producto se trata de dar a entender al consumidor. La marca del producto estará colocada en el envase en el cual va colocado el producto final.

3.11.4.2 Slogan

El slogan que caracterizará a My Friend´s, encierra en cada una de sus palabras el cariño simbólico en un detalle, en este caso las botellas artesanales, “la vida se resume en pequeños detalles”, describe la importancia de lo que puede llegar a ser este obsequio, tanto para la persona que lo da como para la que lo recibe, es un pequeño detalle que sin duda alegrará a quien lo recibe.

“La vida se resume en pequeños detalles....My Friend´s, alegrando cada rincón de tu hogar”

Al igual que la marca del producto, el slogan forma parte del envase del producto, será difundido en la página web de la empresa y en redes sociales.

Sin embargo con la finalidad de ampliar las posibilidades de venta se realizará el siguiente plan de marketing vía internet:

- **Plan de medios internet**

La empresa tendrá su propia página Web para que las personas conozcan los nuevos productos que se irían añadiendo según la temporada, adicional se podrán dejar sugerencias y quejas, y constarán las diferentes promociones.

La empresa contará con una página en las principales redes sociales como son: Facebook, Instagram y Twitter.

- **Mercadeo directo**

Internet.- Mensajes a través de e-mails ofreciendo el servicio a los clientes de la base de datos creada, entregar folletos, boletines, afiches; entre otros a los turistas que viajan a Francia, usando como canal de promoción a la Agencia de viajes Solcaribe Cia. Ltda., ubicada en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito; dirección: El Comercio E10-93 y La Razón; Edificio Gutierrez segundo Piso, oficina 202, que es una de las principales agencias ecuatorianas que promocionan paquetes turísticos a Francia, ya que posee una filial en el extranjero, aprovecharemos este medio para darnos a conocer mediante folletos que serán distribuidos a los clientes de Solcaribe Cia. Ltda., en Francia.

Para poder utilizar este mecanismo de promoción vía email, será necesario que la Ing. Lea Aguerres, como representante de la empresa en el exterior, se encargue de recolectar esta información de la base de datos de los compradores, en este caso las 5 empresas iniciales. En el caso de la promoción en la Agencia de viajes Solcaribe Cia. Ltda., será necesario realizar un convenio previo para poder distribuir los folletos en Francia. El costo estimado de este tipo de promoción es de 300,00 USD trimestral.

3.11.4.3 Comercialización

El proceso de comercialización del producto termina con la exportación. El término de negociación para los 5 compradores es CIF, por lo tanto la responsabilidad de la empresa termina cuando el producto arriba al puerto de Marsella en Francia; como anteriormente se mencionó el proyecto contará con 5 compradores de los productos artesanales; con esto lograremos dar a conocer el producto, y a su vez incrementar cada año la lista de compradores, se operará con un representante el cual actuará por cuenta del exportador, captando compradores potenciales de Artesanías en Francia. Como se especificó en párrafos anteriores, la representante será la Ing. Lea Aguearres.

A continuación se detalla la cantidad que cada proveedor necesita al año de artesanías. Las cantidades descritas, fueron enviadas por la Ing. Lea Aguearres en función a la capacidad de venta y tamaño del almacenamiento de cada comprador.

Tabla N° 21 Cantidad de artesanías por cada comprador trimestralmente

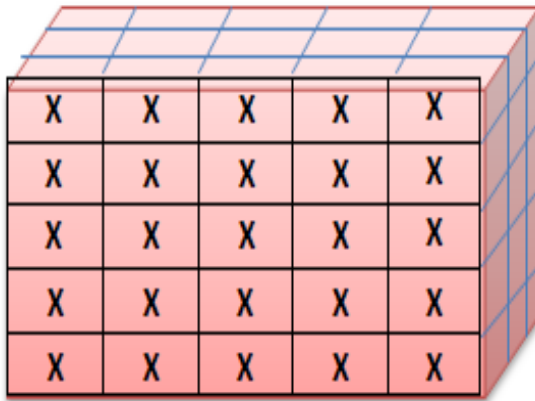
Compradores	Cantidad anual	Cantidad trimestral
KGSPhilippe Baker	100	25
Stephane Goodrich	980	245
Jean Pierre Bathurst	767	192
Pierre Colville	1.200	300
Jean Chassier	1.340	335
TOTAL	4.387	1.097

Elaborado por: El Autor

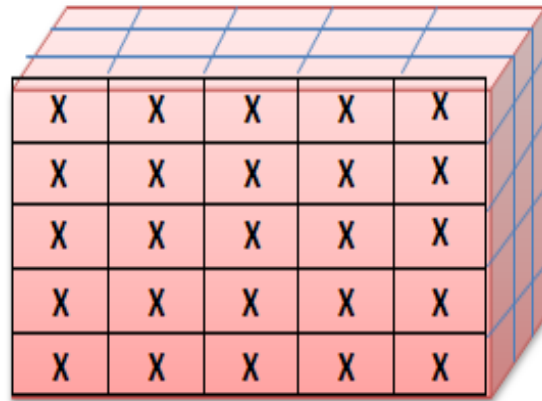
Para el primer año (2016), según lo analizado, se cubrirá una demanda de 4387 botellas, realizándose una exportación trimestral de 1.097 botellas. El peso de cada botella terminada, dentro de su respectivo envase es de 0.5kl, con un total de 548 kilos y serán distribuidos de la siguiente manera: En un pallet se colocarán 15 cajas de 32x24x24cm como base, y se apilarán sobre ellas 6 filas de 15 cajas cada fila, con una caja adicional, cada caja a su vez contiene 12 botellas; se enviará un pallet cada tres meses por un total de 1.097 botellas.

Gráfico N° 10 Pallets A y B

Pallet A



Pallet B



CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo general

Ejecutar un estudio técnico por medio del cual se establecerá el tamaño del proyecto que es la capacidad de producción del mismo, y determinar la localización, operación, sus capacidades y necesidades. (Urbina, 2001).

4.1.2. Objetivos específicos

- Establecer el tamaño del proyecto analizando los factores determinantes para el mismo.
- Establecer el proceso de producción de las artesanías
- Determinar la macro y micro localización del proyecto.

4.2. Tamaño del proyecto

Para la determinación del tamaño del proyecto se analizaron y relacionaron una serie de variables por su incidencia y efecto sobre los costos, rentabilidad, e inversiones del proyecto, como son: demanda, disponibilidad de insumos, tecnología, financiamiento, entre otras.

4.2.1. Factor demanda

La demanda es un factor que condiciona el tamaño del proyecto, en el estudio de mercado se determinó que en el país de destino existirá una demanda insatisfecha de 4.387 botellas para el año 2016, es decir existe un mercado extenso.

4.2.2. Factor suministros e insumos

Es fundamental en el desarrollo del proyecto obtener la cantidad y calidad suficiente de la materia prima, tomando en cuenta que de esto dependerá de la calidad y el diseño del producto que pueda ofertar. El principal proveedor de botellas de vidrio será Reciclar Ecuador, adicional se trabajará con dos personas encargadas de reciclar botellas, entre estos 3 proveedores se recolectarán las 366 botellas por mes.

4.2.3. Factor financiamiento

La ejecución del proyecto se efectuara a través de financiamiento propio y a través del Banco del Pacífico, mediante su línea de crédito PYME (Pequeña Y Media Empresa) Pacífico, la cual está dirigido a pequeñas y medianas empresas para el financiamiento de:

- Capital de trabajo.
- Compra de Activos fijos

Beneficios:

- Tasa desde el 9.76%, la cual dependerá del plazo y monto solicitado.
- Tasa fija de hasta 2 años para Capital de trabajo, y hasta 1 año para compra de Activos fijos.
- Plazo de hasta 2 años para Capital de trabajo, y hasta 6 años para compra de Activos Fijos.
- Créditos desde 3.000,00 USD hasta 1.000.000,00 USD.
- Período de gracia de capital de hasta 1 año para financiamiento de Activos fijos (Banco del Pacífico, 2015).

4.2.4. Volumen de producción

La producción de este proyecto estará a cargo del departamento de producción que se encuentra a cargo del jefe y de sus 3 obreros del Departamento de Producción las cuales tienen como objetivo lograr la fabricación de 6 a 7 botellas diarias (cada uno) llegando a una producción de 366 botellas mensuales; para que de esta manera llegar a la producción trimestral de 1.097 artesanías trimestrales; cabe mencionar que se estimará una producción adicional de un 14.88%, este porcentaje cubrirá: roturas, daños y demás accidentes que se ocasionen en la artesanía, al igual que contemplará también el tener artesanía en bodega para

mantenerse estoqueado. Adicionalmente se indica que los días considerados para la elaboración de las artesanías están descritos en la Tabla N° 23.

Tabla N° 22 Producción del proyecto

Detalle	Diaria	Trimestral	Anual
Producción por Obrero (botellas)	7	420	1.680
Obreros	3	3	3
TOTAL	21	1.260	5.040

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: El Autor

Tabla N° 23 Margen de error

Detalle	Producción trimestral estimada exportar	Margen que sobrepasa la producción	Producción total
Porcentaje	100%	14,88%	114,88%
Cantidad	1.097	163	1.260

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: El Autor

Tabla N° 24 Días de producción

Detalle	Semana	Mensual	Trimestral
Total Días	7	30	90
Días de Fin de Semana	(-)2	8	24
Total Días laborables	5	*20	*60

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: El Autor

*Cabe indicar que los días considerados “Total Días laborables” correspondiente a mensual y trimestral se consideró de forma contable 20 y 60 días, respectivamente.

4.3. Localización

La ubicación geográfica es muy importante, dado que debe presentar facilidades para el transporte, al igual que para las personas que van a comprar o hacer acuerdos sobre el producto.

4.3.1. Macro localización

Este punto sirve para comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que proporcione mayores ventajas para el proyecto. Los factores que inciden para determinar la macro localización del proyecto son:

- Factores Geográficos: tienen relación con las condiciones naturales de las diferentes zonas del país, como las vías de comunicación, el clima, etc.
- Factores económicos: Se enfoca en el costo por los servicios que nos ofrece la bodega y la modernidad de su infraestructura.

Este proyecto se establecerá en el Ecuador, provincia de Pichincha, cantón Quito en el Distrito Metropolitano de Quito.

Gráfico N° 11 Macro localización



Fuente: Mapas del Ecuador

4.3.2. Micro localización

“La micro localización es el análisis de factores internos que permitirá segmentar una determinada zona o sector dentro de un área geográfica previamente seleccionada en el estudio de macro localización, con el uso de factores críticos de éxito, como son materiales e insumos, recurso humano, y gastos generales, que permitirá ubicar al proyecto en un sector o zona perfectamente delimitada.” (Baca, 1995).

Tabla N° 25 Factores y justificación

Factor Critico	Peso	Justificación
Costos de transporte interno (UIO/GYE)	25%	Es importante ya que al ser una ruta comercial hay disponibilidad de transporte.
Cercanía a los proveedores de botellas	25%	Este factor es importante ya que se puede producir con mayor agilidad al tener a los proveedores cerca.
Cercanía avenidas principales	15%	Le facilita rápidamente la salida del producto de la fábrica hacia el puerto de embarque
Facilidad de ingreso para carga	15%	Esto ayuda a que el producto llegue a su destino en óptimas condiciones en este caso por ser de vidrio es muy frágil
Cercanía a las oficinas del Agente de Aduana	20%	Este factor es importante ya que si se requiere algún tipo de información o documentación estamos cerca del Agente lo que le da agilidad al trámite.

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: El Autor

La micro localización se la determinó utilizando la siguiente matriz, en la cual se calificó cada factor crítico en base a una tabla de pesos en porcentajes, para luego calcular su ponderación.

Considerando los factores analizados, se ha determinado tres alternativas de micro localización:

Op 1: Av. Ajavi, barrio Solanda, Chillogallo (Quito Sur)

Op 2: Km 11 ½ Panamericana Norte Carapungo (Quito Norte)

Op 3: Km 9 ½ Av. Manuel Córdova Galarzaga Pusuqui (Quito Norte)

Tabla N° 26 Micro localización

Detalle		Quito Norte		Quito Sur		Pusuqui	
Factor Crítico	Peso	Puntuación	Ponderación	Puntuación	Ponderación	Puntuación	Ponderación
Costos de transporte interno (UIO/GYE)	25%	7	1,75	8	2	7	1,75
Cercanía a los proveedores de botellas	25%	5	1.25	8	2	5	1,25
Cercanía a avenidas principales	15%	7	1,05	8	1,2	7	1,05
Facilidad de ingreso para carga	15%	8	1,2	8	1,2	8	1,2
Cercanía a las oficinas del Agente de Aduana	20%	5	1	9	1.80	4	0.80
Total Ponderado	100%		6,25		8,3		6,05

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: El Autor

Los resultados de la matriz de localización, determinaron que las instalaciones más adecuadas serán las del barrio de Solanda al sur de Quito.

Gráfico N° 12 Micro localización

Fuente: Recuperado de <https://maps.google.com/>

4.3.3. Proceso de producción

Para el proceso de producción My Friend's debe contar con proveedores de botellas recicladas con lo cual podrá comenzar su proceso productivo, el principal proveedor será "Reciclar Ecuador" el cual pondrá a disposición de la empresa las botellas para el lavado y elección de las adecuadas que se encuentren en buen estado. Siendo electas las mejores botellas se procederá a poner una base de pintura en todas las botellas para poder trabajar con una base blanca y más fácil de plasmar nuevos modelos así añadiendo pintura de fondo empezando a plasmar la artesanía que se quiera realizar posterior a esto se deja apartada para el secado.

Secada la botella se agregan dibujos dependiendo el diseño y se corrigen detalles para que quede lista la artesanía, finalizado el producto se procede a empacar en cajas de cartón y embalar para dejar listas para la exportación, siendo transportadas hacia el puerto de Guayaquil lugar desde donde parte la mercancía con destino a Francia.

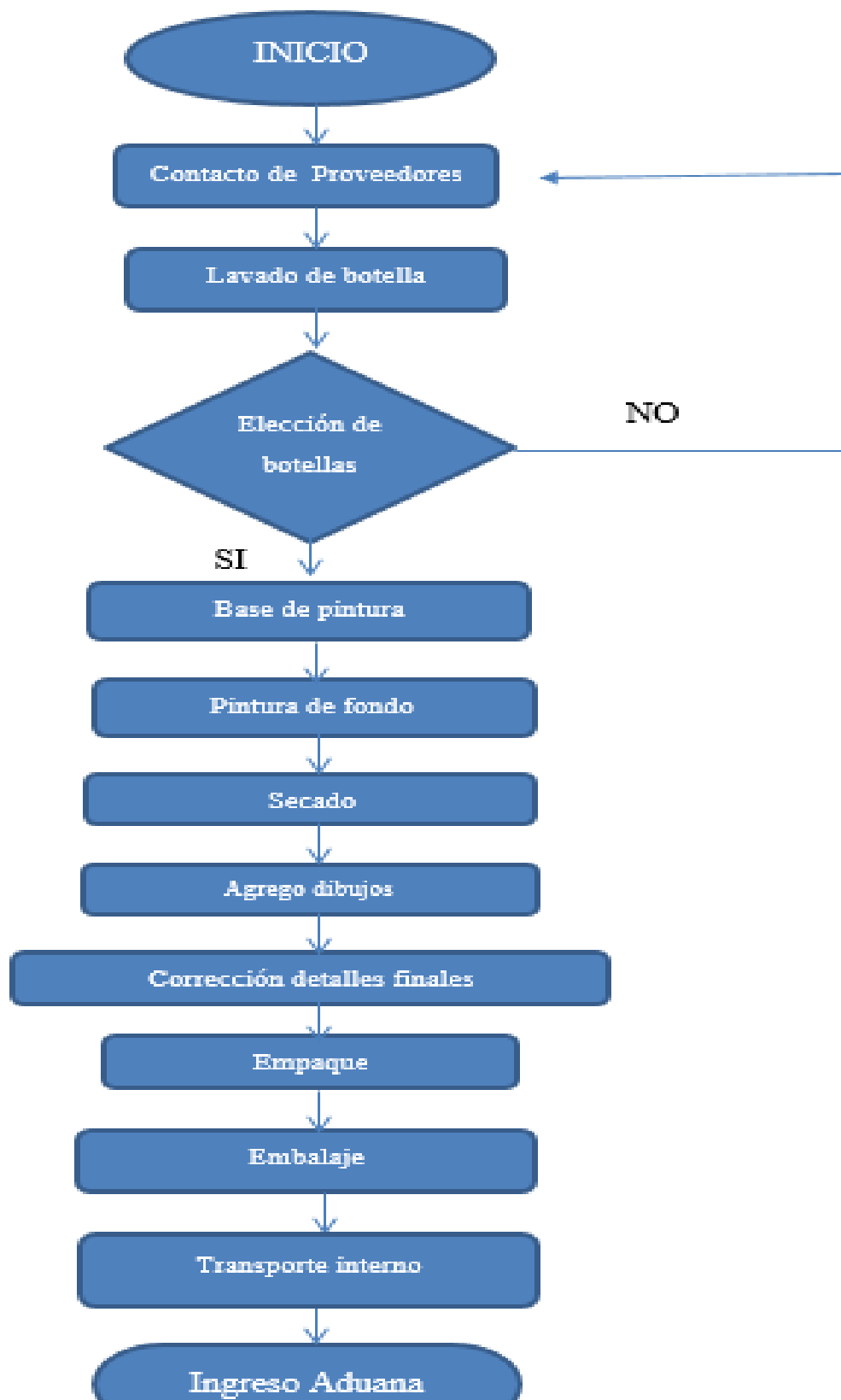
Tabla N° 27 Proceso de producción

Proceso de producción	
Detalle	Tiempo en horas
Elección de las botellas	1,00
Lavado de las botellas	1,00
Secado de las botellas	1,00
Colocación de la base de pintura blanca	0,15
Secado	1,00
Pintura de fondo	0,15
Secado	1,00
Troquelado de los dibujos	0,30
Plasmado de los dibujos	0,30
Lacado	0,15
Secado	1,00
Empacado	0,15
TOTAL HORAS	8,00

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: El Autor

4.3.3.1. Flujograma de producción



4.4. Base legal y estructura organizacional

Según la Ley de Compañías en su Art. 1 Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, y su Art. 2, hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

4.4.1. Compañía de responsabilidad limitada

Se opta por este tipo de compañía ya que en el futuro se podría incrementar el número de socios incrementado la productividad de la microempresa y así buscar otros mercados extranjeros teniendo como experiencia el francés. Se ha optado por este tipo de compañía por el número de socios así como por el bajo capital requerido para la constitución de la misma.

En esta especie de compañías la razón social puede ser una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Superintendencia de Compañías.

4.4.1.1. Constitución de la compañía

a) Solicitud de aprobación

La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

b) Números de socios.

La compañía se constituirá con dos socios como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse. Cabe señalar que ésta especie de compañías no puede subsistir con un solo socio.

c) Capital mínimo.

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán evaluados por los socios o por los peritos.

d) El origen de la inversión

Las fuentes de financiamiento para llevar a cabo este proyecto de la microempresa serán propias a través de los 3 socios los cuales aportaran partes iguales y el resto se financiara a través de crédito con el Banco del Pacífico.

e) Pasos para la constitución de la compañía limitada

- Aprobación del nombre o denominación de la compañía, el abogado debe presentar 3 alternativas a la Superintendencia de Compañías, la cual no sea semejante a otra denominación o razón social existente.
- Se debe elevar a escritura pública la constitución de la empresa.

- Se debe presentar la minuta y 3 copias certificadas de la escritura pública de la constitución de la empresa, con un oficio firmado por un abogado a la Superintendencia de Compañías.
- Se procederá a abrir una cuenta de integración de capital en cualquier banco.
- Presentar ante un notario de la localidad donde la compañía realizará los actos de comercio, los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías elevados a escritura pública, y adjuntar las firmas de los socios fundadores.
- Entregar a la Superintendencia de Compañías un ejemplar de la escritura pública de la constitución para obtener la resolución de aprobación de la constitución.
- Publicar en uno de los periódicos de mayor circulación, por solo una vez, un extracto de la escritura que fue conferida por la Superintendencia de Compañías.
- Obtener patente Municipal.
- Inscribir las escrituras en el Registro Mercantil.
- Afiliarse a la Cámara de Producción correspondiente, por ejemplo a la Cámara de Comercio, etc.
- Obtención del RUC en el SRI.
- Elección del Presidente y Gerente de la compañía mediante una Asamblea General.
- Inscripción de los nombramientos en el Registro Mercantil.
- Adjuntar los nombramientos debidamente registrados a la tercera copia certificada de constitución inscrita en el Registro Mercantil e ingresar a la Superintendencia de Compañías para el registro en departamento de sociedades.

La Superintendencia de Compañías emitirá un oficio dirigido al banco en el cual se abrió la cuenta de integración de capital, para una libre movilización de los fondos. (Superintendencia de Compañías, 2009).

4.4.2. Estructura organizacional

My Friend's constituida como Compañía Limitada, es una organización pequeña pero que sin duda alguna necesitará de una estructura definida y organizada para poder llevar a cabo sus actividades y cumplir con la producción siendo su objetivo exportar las botellas a Francia.

A través de la estructura organizacional se definirá como podemos dividir el trabajo dentro de la organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos.

A continuación se detallara los procesos de cada departamento de la organización como son: Gerencia, Departamentos de Comercio Exterior, Producción y Ventas que se encuentran a cargo de cada uno de los socios.

* **Gerencia general:** Tiene la facultad para representar legalmente a la Compañía según lo dispuesto en los estatutos. Y es responsable de la administración y supervisión general de todas las áreas de la empresa

* **Departamento financiero:** Este departamento está encargado del manejo administrativo y financiero de la Compañía siendo el responsable de velar que los recursos de esta sean adecuadamente canalizados. Adicional se encarga del manejo del personal de la Compañía, entre otras las funciones financieras que estarán a cargo de este departamento serán:

- Realizar todos los procedimientos contables, regidos de acuerdo a las disposiciones de los Entes Controladores.
- Archivar los documentos físicos durante un año, luego trasladarlos al archivo pasivo.
- Efectuar el pago de sueldos, horas extras, décimos y demás rubros que la ley exige a sus empleados; de igual manera, el pago a proveedores.
- Realizar la conciliación de las cuentas bancarias.
- Llevar el inventario de activos fijos que tiene la Compañía.

- Manejar las cuentas de ahorros y/o corrientes de la Compañía.
- Realizar el pago tributario y sus obligaciones que tiene la Compañía con el Estado Ecuatoriano.
- Recibir y registrar los ingresos; además de efectuar los pagos de las obligaciones de la empresa.
- * **Departamento de comercio exterior:** la función principal del Departamento es cuidar que las exportaciones de nuestros clientes lleguen a tiempo y bajo los parámetros requeridos para su pronta nacionalización y para el normal desarrollo de sus actividades; cumplirá con las siguientes funciones y actividades:
 - Efectuar los trámites de exportación (Ver detalles en el Capítulo V).
 - Velar que las exportaciones contenga toda la documentación que exige el Ente de Control.
 - Mantener contratos con empresas de reconocido prestigio para el traslado, movimiento y embarque de las exportaciones.
 - Efectuar un análisis de cumplimiento, seriedad y confiabilidad de los proveedores.
 - Conseguir clientes en el mercado internacional para incrementar las ventas de la empresa.
 - Alcanzar las metas propuestas con respecto a la comercialización del producto, además de todo lo relacionado con el área de adquisiciones y compras.
 - Responsables de la obtención de los requerimientos en forma trimestral de cada uno de los clientes.
 - Evaluar y dar seguimiento a los pedidos de sus clientes antes y después de llegar los pedidos de importación a sus respectivas bodegas.
 - Verificar oportunamente la llegada de la mercadería con el propósito de que las importaciones de los clientes no tengan problemas de retraso por falta de pago de facturas vencidas.

- Monitoreo a los clientes en cuanto al servicio que se está ofreciendo.
- Realizar encuestas del servicio ofertado por la Compañía hacia los clientes, y en base a dicha encuesta realizar las mejoras pertinentes, de ser el caso.
- Responsable de la toda la logística del producto desde la salida de la bodega hasta la llegada al origen.

* **Departamento de producción:** es el que solicita y controla el material con el que se va a trabajar; determina la secuencia de las operaciones y los métodos asignando tiempos con el que se programa, se distribuye y se lleva el control del trabajo, para entregar un producto final en óptimas condiciones. Se encargarán de la recepción de la materia prima y adecuarla para su posterior transformación.

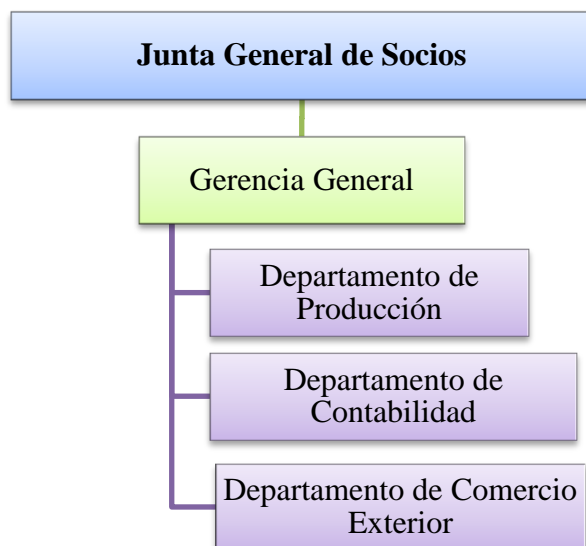
Adicional se encargarán de solicitar con anticipación los materiales necesarios para la elaboración de las artesanías (pinturas, brochas, laca, etc.). Se harán cargo de todo el proceso de producción descrito en líneas anteriores.

A continuación se detalla las actividades específicas desde la recepción de los materiales hasta la terminación del producto.

1. **Recepción de la materia prima:** se recibe las botellas de vidrio de los proveedores mencionados anteriormente.
2. **Lavado de botellas:** procedimiento manual de lavado con agua de todas las botellas receiptadas.
3. **Pintura:** se coloca la base y posteriormente el fondo de pintura en cada botella.
4. **Secado:** se deja en un cuarto de secado, impidiendo así el ingreso de partículas que dañen las botellas pintadas.
5. **Dibujos:** se agrega un dibujo personalizado en cada botella.
6. **Corrección de detalles:** verificación y corrección de detalles en cada una de las botellas.

7. **Empaque:** se deposita 12 botellas en un cajón de cartón y se coloca su respectivas etiquetas, ubicarlos en bodega y para luego su posterior embarque del producto.

Gráfico N° 13 Organigrama estructural



Elaborado por: El Autor

4.4.3. Personal requerido:

Tabla N° 28 Requerimiento de personal

Concepto	Descripción	Número de personal requerido
Gerencia general	Ingeniero en comercio exterior	1
Departamento de contabilidad	de Contador general	1
Departamento de producción	de Jefe de producción: ingeniero con especialización en producción y 3 obreros.	4
Departamento de comercio exterior	de Especialista de comercio exterior.	1
Total		7 personas

Elaborado por: El Autor

En total se tiene 7 personas entre las cuales, cada una cumple las funciones señaladas para cada departamento.

4.5. Ingeniería del proyecto

Para el buen funcionamiento de la empresa es necesario el estudio de ingeniería del proyecto el cual permitirá definir la instalación y la organización de la misma.

4.5.1. Infraestructura física

El espacio físico está distribuido en dos áreas: Administración y Producción las cuales en su totalidad cubren un área de 140 m². El local para la producción de artesanías será propio, razón por la que el costo del mismo es parte de la inversión del proyecto con un valor estimado de 37.000,00 USD.

Tabla N° 29 Distribución física de las áreas administrativa y operativa

Áreas	Tamaño
Administrativa	40 m ²
Operativa	60 m ²
Bodega	20 m ²
Carga y descarga	20 m ²
Total	140 m²

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: El Autor

- **Área administrativa**

Es conformada por el departamento de comercio exterior y ventas con una superficie de 40m, estarán encargadas de realizar la planificación, organización, ejecución y control de todas las actividades comerciales y de comercio exterior de la empresa.

- **Área operativa**

Es conformada por el departamento de producción con una superficie de 60m², aquí desarrollaran todo el proceso de elaboración de las artesanías, coordinando el correcto desarrollo de cada uno de los pasos para obtener un producto de excelente calidad.

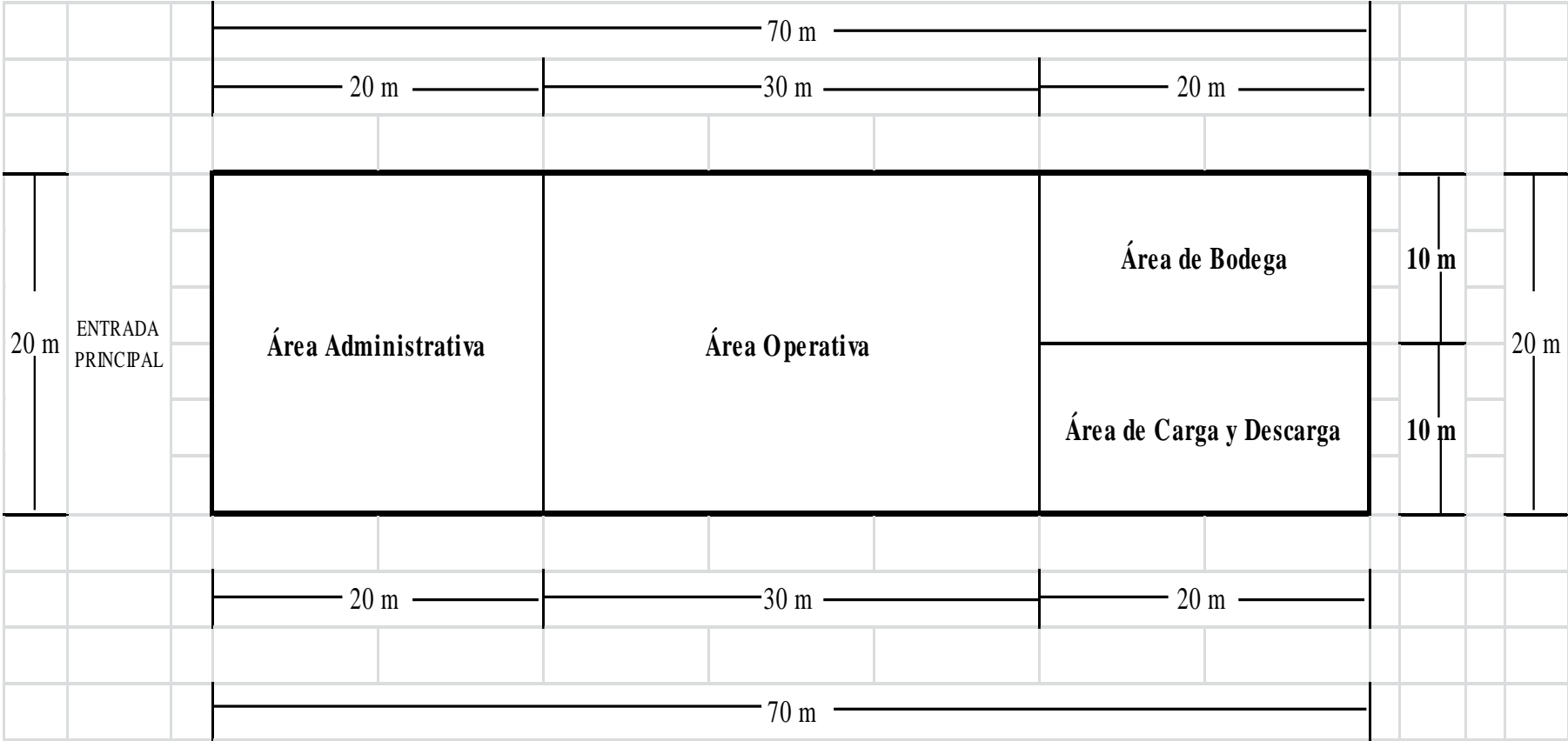
- **Área de bodega**

Esta área tiene una superficie de 20 m² en donde se almacenaran las artesanías, las mismas que estarán correctamente embaladas ya que es un producto sumamente frágil.

- **Carga y descarga**

Se ha designado una superficie de 20 m² para el embarque y desembarque de la materia prima así como también del producto terminado.

Gráfico N° 14 Plano de la distribución física del área



Fuente: Estudio Propio
Elaborado por: El Autor

4.5.1.1. Local

La empresa cuenta con un bien mueble avaluado en 37.000,00 USD, en donde desarrollará todas las actividades y funciones en relación a la operatividad y el beneficio de la misma.

Tabla N° 30 Local

Concepto	Características	Valor Total
Local	Cuenta con una infraestructura gris.	37.000,00

Elaborado por: El Autor

4.5.2. Inversión fija

Para el desempeño de las funciones y actividades de la empresa, los trabajadores necesitarán muebles, materiales, equipos de cómputo, entre otros, para desarrollar y ejecutar su trabajo; para lo cual considera los siguientes:

4.5.2.1. Muebles y enseres

- **Administración**

En el área administrativa se adquirirá dos estaciones de trabajo las mismas que se detallan a continuación:

Tabla N° 31 Muebles y enseres administrativos

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio estación de trabajo en L	2	360,00	720,00
Silla Oficina Ejecutiva	2	63,00	126,00
Cajonera metálica	2	65,00	130,00
Archivador aéreo	2	86,00	172,00
TOTAL			1.148,00

Elaborado por: El Autor

- **Producción**

En el área operacional se adquirirá lo siguiente:

Tabla N° 32 Muebles y enseres - producción

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio estación de trabajo en L	1	360,00	360,00
Silla oficina ejecutiva	4	63,00	252,00
Mesa de trabajo	3	60,00	180,00
Cajonera metálica	3	65,00	195,00
Estanterías metálicas	3	128,00	384,00
TOTAL			1.371,00

Elaborado por: El Autor

- **Ventas**

Se adquiere para que la persona encargada del Departamento de Comercio Exterior realice sus funciones y actividades asignadas.

Tabla N° 33 Muebles y enseres - ventas

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio estación de trabajo en L	1	360,00	360,00
Silla oficina ejecutiva	1	63,00	63,00
Cajonera metálica	1	65,00	65,00
Archivador aéreo	1	86,00	86,00
TOTAL			574,00

Elaborado por: El Autor

4.5.2.2. Equipos de oficina

4.5.2.2.1. Equipo de computación

- **Administración**

En el área administrativa se adquirirá dos computadoras personales las mismas que se detallan a continuación:

Tabla N° 34 Equipo de cómputo-administrativos

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Laptop	2	1.200,00	2.400,00
TOTAL			2.400,00

Elaborado por: El Autor

- **Producción**

En el área de producción se adquirirá una computador, para archivar las imágenes y dibujos que irán en la botella, la misma que se detalla a continuación:

Tabla N° 35 Equipo de cómputo - producción

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Laptop	1	1.200,00	1.200,00
TOTAL			1.200,00

Elaborado por: El Autor

- **Ventas**

Servirá para registrar los pedidos de los clientes, estados de cuenta de los mismos; llevar el control de la venta de las artesanías, entre otras funciones inherentes al departamento de ventas.

Tabla N° 36 Equipo de cómputo - ventas

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Laptop	1	1.200,00	1.200,00
TOTAL			1.200,00

Elaborado por: El Autor

4.5.2.2.2. Teléfono

Servirá para mantener el contacto con los clientes y proveedores.

Tabla N° 37 Teléfono

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Teléfono Inalámbrico	1	118,00	118,00
TOTAL			118,00

Elaborado por: El Autor

4.5.2.3. Equipos

De acuerdo al requerimiento del área de producción es necesario adquirir esta maquinaria, pues facilitará el proceso de corte de los dibujos a insertarse en cada una de las botellas.

Gráfico N° 15 Troqueladora



Tabla N° 38 Equipo

Equipo	Valor
Maquina Troqueladora Industrial Fran-Sper	5.000,00
Total	5.000,00

Elaborado por: El Autor

4.5.2.4. Adecuaciones

La empresa ha decidido realizar varias adecuaciones para que las actividades se puedan desarrollar con mayor comodidad las cuales se detallan a continuación:

Tabla N° 39 Adecuaciones

Adecuaciones de infraestructura	Características	Valor
Paredes	Pintura color beige	350,00
Pisos	Limpieza de baldosa	180,00
Bodega	Adecuación de estanterías	450,00
Oficinas área administrativa	Adquisición de divisor de ambientes	650,00
TOTAL		1.630,00

Elaborado por: El Autor

Por otro lado en cuanto a las adecuaciones eléctricas no han sido necesarias ya que el medidor que posee el inmueble es trifásico, esto permite que se puedan utilizar artefactos de alto voltaje. Tampoco se necesita adecuaciones sanitarias ya que se cuenta con dos baños, los mismos que serán utilizados uno para personal femenino y otro para masculino.

Tabla N° 40 Resumen de la inversión fija

Concepto	Parcial	Subtotal	Total
Inversiones tangibles - activos fijos			51.641,00
Activos fijos de producción		46.201,00	
Local	37.000,00		
Muebles y enseres - producción	1.371,00		
Equipo (troqueladora)	5.000,00		
Adecuaciones de infraestructura	1.630,00		
Equipo de computación	1.200,00		
Activos fijos de ventas		1.892,00	
Muebles y enseres - ventas	574,00		
Equipo de computación	1.200,00		
Teléfono	118,00		
Activos fijos de administración		3.548,00	
Muebles y enseres - administración	1.148,00		
Equipo de computación	2.400,00		

Fuente: Estudio Propio**Elaborado por:** El Autor

CAPÍTULO V

COMERCIO EXTERIOR

5.1 Proceso de exportación.

Es de suma importancia revisar el proceso de exportación que se llevará a cabo, ya que dicho proceso siempre difiere de acuerdo al país y producto a exportarse, por lo cual revisaremos paso a paso el proceso de exportación a Francia.

El Ecuador implementó un nuevo portal de comercio exterior llamado ECUAPASS, el mismo que arrancó hace más de dos años para ser exactos el 26 de enero del 2012, para el cual es necesario el uso de la firma electrónica en todos los trámites o declaraciones utilizando el dispositivo token el cual es proporcionado por las entidades certificadas como: Banco Central del Ecuador, Security Data.

5.2 Requisitos para obtener el registro de exportador

Este trámite se realiza una sola vez y es el inicial y principal para poder exportar. Es necesario cumplir con los siguientes requisitos para registrarse como exportador ante la aduana:

1. Contar con el Registro Único de Contribuyente, el mismo que debe ser gestionado en el Servicio de Rentas Internas.
2. Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades: Banco Central del Ecuador www.eci.bce.ec/web/guest, o Security Data www.securitydata.net.ec
3. Registrar datos en la página web www.aduana.gob.ec, diligenciando el formulario electrónico de Ingreso de Datos para Operadores de Comercio Exterior en el portal de ECUAPASS
4. Así también diligenciar la Solicitud de Concesión/Reinicio de Claves, la misma que encontraremos en la misma página web antes mencionada, posterior a esto se deberá

entregar en cualquier ventanilla de Atención al Usuario del SENA E que debe firmar el Exportador o Representante Legal de la Compañía Exportadora. (SENAE, 2012).

5.3 Trámites para exportar

5.3.1 Declaración aduanera de exportación (DAE).

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) este documento se lo puede observar en el Anexo 1, en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Se puede incluir en una sola DAE las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y los demás documentos de acompañamiento que sean parte de la exportación, siempre y cuando pertenezcan a un mismo declarante, terminal, puerto o aeropuerto de embarque y destino de las exportaciones.

La Declaración Aduanera de Exportación crea un vínculo legal con la aduana, expresando obligaciones del exportador o declarante con la misma, los datos que se establecerán en la DAE son los siguientes:

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

5.3.2 Participación del agente de aduana obligatorio.

Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos: Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.

- Para los regímenes especiales.
- Exportación a Consumo

Para el proyecto al igual que los casos mencionados, será necesaria la intervención de un agente aduanero para poder realizar la exportación a consumo de las mercancías.

5.3.3 Documentos necesarios para exportar.

5.3.3.1 Factura comercial

Documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial. En una factura deben figurar los siguientes datos:

- Nombre tanto del importador como exportador con sus respectivas direcciones
- Número del contrato
- Descripción de la mercadería
- Marca
- Unidad de medida
- Cantidad de unidades facturadas
- Precio unitario y total de la venta
- Moneda de venta
- Condiciones de pago
- Medio de transporte
- Término de negociación

- Firma del representante de la empresa exportadora

5.3.3.2 Conocimiento de embarque (BILL OF LADING)

Es un recibo dado al embarcador por las mercancías entregadas, demuestra la existencia de un contrato de transporte marítimo y otorga derechos sobre la mercancía. Recibo de las mercancías puestas a bordo de un barco, firmado por la persona o agente que se compromete por contrato a transportarlas, como se puede observar en el Anexo 2.

La siguiente información debe aparecer en el BILL OF LADING (BL):

- Domicilio y nombre o denominación social de la empresa cargadora.
- Nombre o denominación social y domicilio de la empresa que haya realizado la expedición de las mercancías, cuando no coincida con la empresa cargadora.
- Domicilio y nombre o denominación social del operador de transporte que, en su caso, hubiese intermediado en la contratación del servicio.
- Nombre o denominación social y domicilio de la empresa transportista.
- Nombre o denominación social y domicilio del destinatario o consignatario del envío.
- Lugar de origen y destino de la expedición del transporte de que se trate.
- Fecha de envío de la mercancía
- Matrícula del vehículo o vehículos utilizados en la realización del transporte. Cuando se trate de un conjunto articulado, deberán hacerse constar tanto la matrícula del vehículo o vehículos tractores como las de los semirremolques o remolques arrastrados por los mismos.
- Naturaleza, peso y, en su caso, número de bultos de la mercancía transportada. En los supuestos en que, por razón de las circunstancias en que se produzca la carga del vehículo, resulte de difícil determinación el peso exacto de la mercancía que se va a transportar, se buscará otro tipo de magnitud para determinar su cantidad y peso.

5.3.3.3 Lista de empaque (PACKING LIST)

En este documento se detalla el material del producto, el peso en medidas métricas y no métricas, las medidas, los números de cada embalaje y el método de transporte como paleta, jaula, carretel, etc., el documento debe tener un duplicado escrito en el idioma que se habla donde la carga llega a destino; el comprador utiliza este documento para calcular el peso total del embarque, el volumen y el contenido de la carga, también se debe detallar el marcaje de embarque, los datos del embarcador y del comprador y se debe hacer referencia a la carta de crédito, en caso de ser necesario. Todos estos datos deben coincidir con las condiciones que se establecieron al momento de la venta. La planilla debe tener la siguiente información: Lugar y fecha de embarque Número de pedido peso neto, total y legal altura, ancho y longitud de los productos o paquetes cantidad de paquetes contenidos de cada paquete, como se lo puede observar en el Anexo 3.

5.4 Proceso de exportación en aduana.

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

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

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

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

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos

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

5.4.1 Regímenes de exportación

5.4.1.1 Tipos de regímenes comunes

A continuación se describen los regímenes aduaneros que guardan relación con el proceso de exportación:

- ✓ Exportación Definitiva - (Régimen 40)
- ✓ Exportación temporal para perfeccionamiento Activo - (Régimen 51)
- ✓ Exportación Temporal con Reimportación en el mismo Estado - (Régimen 50)

5.4.1.2 Régimen a utilizar en la exportación del producto My Friend's.

- **Exportación a consumo**

Para este proyecto de pre factibilidad para exportar artesanías en vidrio a Francia (Paris), se utilizará el régimen por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para uso o consumo definitivo en el exterior.

5.4.1.3 Requisitos específicos

Cualquier tipo de producto requiere de un Certificado de Origen para comprobar su procedencia en el país de destino con el objeto de verificar el cumplimiento de las normas internacionales de origen y aplicación de preferencias arancelarias otorgadas por el país de destino. Este certificado es emitido en el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y por las Cámaras de Comercio, Industrias o Producción, para países de destino en la

Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), Comunidad Andina de Naciones (CAN), MERCOSUR y otros países en caso de solicitarlo.

En el caso del proyecto, es necesario tramitar un certificado de origen para poder acogerse a las preferencias arancelarias estipuladas en el Sistema General de Preferencias (SGP Plus).

5.4.1.4 Certificado de origen (cuando el caso lo amerite)

Registro en el Sistema de Identificación Previa a la Certificación de Origen en la página web del MIPRO, consignando los datos generales del exportador y de las subpartidas que se exportan. www.mipro.gob.ec Se solicitará la verificación en la empresa productora si se trata de la primera exportación o si existe perfil de riesgo que puede motivar observaciones de las aduanas de destino. Se realiza la elaboración del informe técnico por parte del funcionario delegado para la verificación, que concluye si la mercancía a exportarse, cumple o no las reglas de origen según el mercado de exportación. Luego MIPRO emite un comunicado del resultado al usuario.

El usuario cancela el valor del Certificado de origen (10,00 USD) en la Dirección de Gestión Financiera y retira los formularios en la Dirección de Operaciones Comerciales. El usuario llena los datos del Certificado de origen y presenta en la Dirección de Operaciones Comerciales el certificado llenado y documentos habilitantes (ejemplo: factura). El funcionario habilitado revisa el contenido del certificado de origen, verifica la información con otros documentos como la factura, luego procede a legalizar el certificado de origen, a través de la firma y sello que se encuentra registrado en las Aduanas de los países de destino.

5.4.1.5 Vigencia del certificado

Los certificados de origen cuentan con una vigencia determinada a partir de la fecha de validación por la Entidad Competente, para hacer efectiva la preferencia arancelaria:

- ✓ COMUNIDAD ANDINA Y ALADI: 180 días
- ✓ S.G.P.: 10 meses

- ✓ TLC G-3: 1 año
- ✓ CARICOM: 180 días
- ✓ PANAMÁ: 180 días
- ✓ CAN-MERCOSUR: 180 días

5.5 Incoterm

Los INCOTERM son los términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos y los riesgos del transporte internacional y del seguro, entre el exportador y el importador; estos términos son reconocidos como estándares internacionales por las autoridades aduaneras, en otras palabras los INCOTERMS describen el momento en que el riesgo sobre la mercancía se transfiere del vendedor (fabricante o no) al comprador (sea este el usuario final o no).

5.5.1 Términos de negociación

Los INCOTERMS (International Commercial Terms), establecen un conjunto de normas para la interpretación de los términos para la negociación internacional entre un comprador y un vendedor de bienes evitando malos entendidos estableciendo la responsabilidad del exportador e importador; así también se debe definir condiciones y forma de pago a utilizarse en dicha negociación. (PROECUADOR)

5.5.2 Término CIF

Los Términos de Comercio Internacional emitidos por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) permiten establecer las responsabilidades y obligaciones tanto del comprador como del vendedor en cuanto a condiciones de entrega de la mercancía, formalidades aduaneras en el país de origen y el país de destino, entrega de documentos, costes y riesgos de la operación.

Así tenemos que para el presente proyecto el INCOTERM bajo el cual se realizará la exportación será término CIF, teniendo que asumir la responsabilidad como vendedor hasta el momento de entrega en el puerto de destino Marsella en Francia.

No se decidió utilizar el término FOB, porque al tratarse de una exportación, las tarifas marítimas negociadas en origen son más económicas que las que se podrían negociar desde destino. Adicional se tiene un mayor control de las salidas y la mercadería. Al igual que en el caso de contratación del seguro.

5.5.3 Vías de transporte para la exportación

La situación central de Francia en Europa y su importancia económica motivan que haya infinidad de conexiones por vía marítima, Francia cuenta con excelentes puertos marítimos en su extenso litoral. Su amplia flota mercante se encuentra en regresión por la competencia de fletes más bajos en buques con bandera de conveniencia.

Los principales puertos son Marsella, Le Havre, Dunkerque, Bordeaux, París y Rouen. Dada la extensión de ríos navegables y la red de canales, el tráfico fluvial es significativo aunque su importancia es decreciente.

5.5.3.1 Del Ecuador al puerto de destino.

La gran mayoría de los productos se transportan por vía marítima, con dos grandes excepciones: las flores y la pesca blanca que, por razones de conservación, imponen la necesidad del transporte aéreo.

5.5.3.1.1 Transporte a utilizar en nuestra exportación

a) Ruta marítima

Las exportaciones por vías marítimas hacia Francia se hacen dependiendo el puerto utilizado por el exportador, ya sea desde el puerto de Guayaquil hasta los puertos de Francia, en este caso se utilizará el puerto de Marsella.

5.5.3.2 Principales empresas de transporte marítimo que hacen la ruta Guayaquil-

Marsella

- CMA CGM
- HAMBURG SUD

- HAPAG LLOYD
- MSC
- FRANCE SA

5.6 Seguro

Se contrata un “Seguro contra todo riesgo”, el mismo que proteja la mercadería durante proceso de traslado interno en el país de origen, es decir desde la bodega de My Friend’s hasta el puerto de Guayaquil, y durante el viaje internacional, desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Marsella en Francia.

5.6.1. Forma de pago

Para la exportación de las artesanías “My Friends” se ha considerado la forma de pago del 30% anticipado; es decir, una vez el importador (comprador) coloque o emita la orden de compra y el 70% restante giro a plazo fijo, que vencerá 35 días a partir del anticipo, contra entrega del producto.

5.7 Logística de exportación

En cuanto a logística de exportación debemos tener en cuenta los siguientes datos:

5.7.1. Características de la carga

El tipo de carga que exportaremos es considerada como carga general y carga unitarizada, tipo de carga que se transporta conjuntamente de cualquier naturaleza, en unidades independientes y en pequeñas cantidades. Su característica principal es que se pueden contar el número de bultos por lo cual se manipulan como unidades. Se consideran por ejemplo como carga general: botellas, cajas, cilindros, cartones, planchas metálicas, etc. que se almacenan y transportan juntas.

5.7.2. Empacado

Es el envase, empaque o envoltura, especialmente acondicionados en sí mismos o en una caja máster para manipular, almacenar o transportar el producto; la artesanía debe inmovilizarse a

toda costa, considerando la delicadeza de su material que puede ser en papel, cartulina o cartón, de fibras naturales, así preveremos daños en la misma; en lo referente al diseño estructural de la caja, cuando trabajamos mercados europeos, nos permitimos recomendar el uso de cajas auto armable, ya que estas evitan el uso de cualquier tipo de adhesivo o de grapas, que molestan en esos mercados. El empaque será de cartón, desarrollado en una sola pieza.

Gráfico N° 16 Diseño del empaque



Las artesanías de vidrio serán empacadas por unidades en envases de cartón de aproximadamente 25cm x 8cm x 8cm, con el diseño y logotipo de la empresa en idioma español y francés para dar posicionamiento a la marca.

Posterior al empaque principal con el cual se comercializa el producto se envolverá en papel para ser empacadas en cajas de cartón con capacidad para 12 botellas.

Gráfico N° 17 Empaque general



5.7.3. Requerimiento del etiquetado en Francia.

Los productores deben tener en cuenta que adicionalmente a los esquemas obligatorios y voluntarios de la Unión Europea, se pueden determinar esquemas de etiquetado voluntario en Francia, estos esquemas pueden ser altamente apreciados por los consumidores y debido a esto, ser inevitables para la comercialización de los productos.

El etiquetado en Francia cumple el rol de brindar información adicional e inclusive se le otorga un carácter promocional. El etiquetado es muchas veces llamado como el “agente de ventas silencioso”, debido al reciente crecimiento de las tiendas detallistas ofreciendo asistencia de venta; el uso de los idiomas está siendo sujeto a revisión, mientras que la comisión europea responsable recomienda el uso de información multilingüe, aunque se preserva el derecho de los países miembros de la Unión Europea a solicitar el uso del idioma nativo del país en que el producto será consumido.

De igual manera, la Unión Europea ha determinado que ciertos productos sean vendidos en cantidades estándares, el Consejo Directivo provee rangos de cantidades, capacidades y volúmenes para los productos sujetos a esta regulación.

En general, las regulaciones referentes al etiquetado en Francia son las siguientes:

Origen: Citar el país de origen

Idioma: El etiquetado debe estar escrito en francés. Las autoridades francesas deben autorizar el uso de cualquier palabra extranjera o abreviación.

Designación: Se debe especificar qué es el producto. Por ejemplo “Artesanías en vidrio”.

Nombre de la marca: Cualquier nombre o símbolo y marca relacionada al producto debe ser encontrada en el exterior del empaque o en la etiqueta del producto. El productor solo puede usar nombres y marcas registradas.

Composición: Todos los ingredientes o materiales del producto deben ser listados.

Instrucciones de Uso: Explicación de cómo el producto debe ser usado

Fechas: Debe incluir cuando el producto fue producido, la fecha de vencimiento.

Nombre/dirección del productor o especificaciones del vendedor: las etiquetas deben informar al consumidor de cualquier limitación del producto o condiciones de venta.

Precio: El precio (incluyendo todos los impuestos) debe ser marcado en el paquete de la mercadería.

5.7.4. Etiquetas medio ambientales

La necesidad presente de mantener el planeta libre de cualquier deterioro para dejarlo habitable a nuestros hijos, requiere, además de los aspectos técnicos y financieros, tener en consideración el efecto que sobre él puedan tener los aspectos, como, tecnologías, materiales, residuos y su reproceso posterior.

Ya existe por ello la llamada Legislación Ambiental en varios países, especialmente en Europa y Estados Unidos de Norte América, que obliga a la reducción de materiales empleados a la recuperación de estos, reciclaje de los residuos sólidos de estos envases y embalajes, que llega hasta prohibir el uso de determinados materiales o sistemas de envase o embalaje.

Seleccionando el empaque adecuadamente, dándole la posibilidad de evitar afectar el equilibrio ecológico, será debidamente reciclado, permitiendo entonces la respiración de aire puro, agua potable, árboles y animales sanos resultando una vida igualmente sana. Recordemos la gran preocupación que hoy en día presentan algunas comunidades, sobre la afectación del ambiente, en donde el empaque / embalaje es un factor importante de contaminación.

Existe un común sentido para lograr un buen empaque en cualquier producto que pretendamos llevar al mercado y que este sea recibido con seguridad en perfectas condiciones, que llamamos REGLAS DE ORO, estándares.

El cuerpo estandarizado de Francia es la Asociación Francesa de Normalización (L' Association française de Normalisation – AFNOR). Esta organización dirige el trabajo técnico dentro de los principales programas de estandarización en Francia. Los principales programas de estandarización son:

Construcción, salud y sanidad en el trabajo, energía, ingeniería industrial y electrónica, gas, información y telecomunicaciones, petróleo, servicios y administración, medioambiente, deporte, recreación, servicios, industria de la alimentación, transporte y logística, salud, agua, medioambiente y usos.

5.7.4.1. La aduana francesa, trámites específicos para exportar a Francia.

Se tiene que llevar a cabo cierto número de formalidades aduaneras a la hora de exportar mercancías, por ejemplo: clasificación arancelaria de las mercancías según la nomenclatura del arancel de las aduanas, eventual presentación de otros documentos, pago de los derechos arancelarios, del IVA. Por otra parte, la importación de algunos productos particularmente sensibles está prohibida a veces o está sometida a restricciones particulares: en este caso, se debe efectuar formalidades y obtener autorizaciones específicas.

5.7.4.2. La clasificación arancelaria de las mercancías.

Las reglamentaciones comunitarias que rigen las importaciones provenientes de los terceros países componen lo que se llama El TARIC (Arancel integrado Comunitario), es decir: Las suspensiones de los derechos arancelarios. Los contingentes arancelarios (cantidades importadas con un derecho de aduana nulo o reducido). Las preferencias arancelarias (algunos acuerdos preferenciales o asociaciones existen entre la Unión Europea y otros países), los derechos anti-dumping Las medidas sanitarias y fitosanitarias. Varias reglamentaciones (valor periódico para algunos productos semejantes, medidas relativas a la Política Agrícola Común).

Si el TARIC no es suficiente, se puede completar con el Código Adicional Comunitario (CACO), para integrar la reglamentación entera, (en el caso de los derechos anti dumping). De la misma manera se utilizan los Códigos Adicionales Nacionales (CANA), a fin de tomar en cuenta algunas reglamentaciones nacionales, es el caso de los productos estratégicos.

5.7.4.3. Barreras comerciales no arancelarias

a) Barreras no arancelarias: las medidas no arancelarias que emplean los países de la UE se concentran en sectores particularmente vulnerables a la competencia externa; la UE impone la mayoría en los sectores agrícola, textil y siderúrgico.

b) Control de divisas: Las regulaciones de control de cambios se aplican a todos los territorios de la República Francesa; no a Mónaco ni a las operaciones en cuenta con los países africanos de la zona euro; los pagos por importaciones de terceros países deben efectuarse en una cuenta corriente en euros, con divisas adquiridas en el mercado cambiario o debitando a una cuenta corriente en Francia o en el exterior.

Los productos tropicales resienten en particular los impuestos interiores selectivos y las restricciones cuantitativas, este es el caso del banano, cuyas exportaciones de Centroamérica y Sudamérica, a Francia y el Reino Unido, se sujetan a cuotas que reservan un acceso preferente a las exportaciones de países del Caribe y África. Las importaciones comunitarias de flores cortadas están sometidas a medidas de vigilancia y requieren de licencias de concesión automática.

Para las importaciones comunitarias de hierro y acero rigen precios básicos de importación, acuerdos bilaterales con los principales países abastecedores y medidas de vigilancia para adquisiciones. Tales restricciones afectan el 40% de los envíos siderúrgicos latinoamericanos y el 56% del valor de las exportaciones, el requisito de licencia de concesiones automáticas se aplica acerca del 755 de los productos y a casi la totalidad en términos de valor.

c) **Disposiciones antidumping:** las medidas antidumping y compensatorias, así como las de salvaguarda, se aplican en varios sectores, la Comisión de la Comunidad Europea investiga los casos de importaciones subvencionadas y de dumping, mientras que el Consejo del organismo tiene facultades para imponer sanciones propuestas por la Comisión. En primer lugar se fijan derechos oficiales de la UE, lo que permite a los exportadores presentar propuestas por la Comisión.

d) **Las medidas de salvaguarda pueden ser de diversos tipos.** En la práctica, las instituciones comunitarias suelen recurrir a acuerdos de restricción voluntaria en las exportaciones, el comercio afectado por medidas antidumping y de salvaguarda ha registrado un notorio aumento.

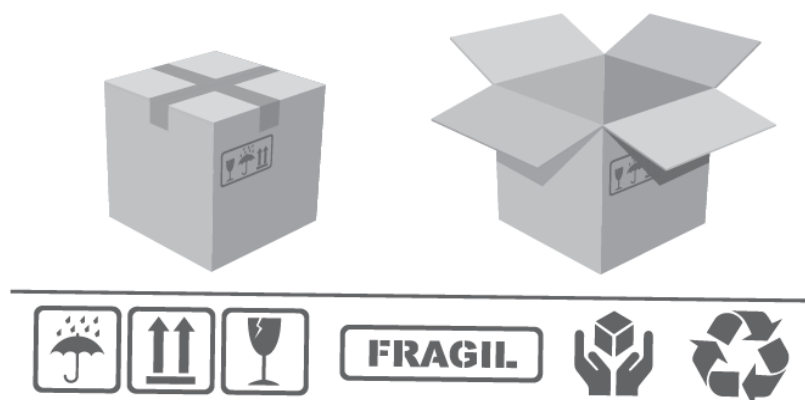
e) **Disposiciones sanitarias y fitosanitarias:** certificado sanitario se exige para las importaciones de animales vivos en la especie bovina, caballar, mular y asnal, de grasa fresca o procesada, carnes preparadas o en conserva y derivados, aves de corral destinadas al consumo humano, etc. el documento debe ser expedido por un veterinario en el país donde el animal fue sacrificado.

Además del arancel de importación, los productos que ingresen a la Unión Europea deberán pagar el respectivo Impuesto al Valor Agregado (IVA). Este impuesto será pagado por la contraparte responsable por la internación del producto, y oscilará entre 15% y 25% según el país de importación. En Francia, el IVA aplicable a las flores es del 5,5%.

5.7.5. Unitarización

Las cajas de exportación, son de cartón corrugado, con una medida de 32x24x24 cm, en ellas está impresa la leyenda de “frágil”, para una moderada manipulación.

Gráfico N° 18 Cajas de exportación



Además están los datos del comprador, los de la empresa y los números identificando cada caja para realizar el conteo contra la lista de empaque de una forma más fácil y ordenada, en cada caja entran 12 artesanías de vidrio en sus respectivos embalajes para la venta final al público.

Gráfico N° 19 Marcas en la caja de exportación



Para este año se realizó una proyección de envío de 4.387 botellas, las cuales serán enviadas en 4 embarques al año, es decir un embarque cada tres meses, cada uno por un total de 1.097 botellas. Cada artesanía tiene un peso aproximado de 0.5 kilos, las mismas que se empacaran en sus respectivos embalajes y serán transportadas en 91 cajas de exportación trimestrales. Estas cajas serán transportadas en pallets europeos, fumigados según las exigencias internacionales, con una medida de 100 x 120 cm.

5.7.6. Estiba de carga

Se procederá a entregar embalado y en pallet a la empresa de transporte CARGO MASTER S.A la cual nos oferta el servicio de carga suelta, y al no ser suficiente mercadería para llenar un contenedor y ellos lo complementan con varias cargas y prestarán el servicio de transporte internacional hasta el puerto de Marsella en Francia, previa la entrega de los documentos al agente de aduanas.

5.7.7. Transporte

Considerando la cercanía del punto de origen a destino el transporte que se usara será marítimo que será prestado por la empresa CARGO MASTER S.A, con más de 20 años de experiencia en el transporte terrestre, marítimo y aéreo de carga nacional e internacional con oficinas en Quito y Guayaquil, el costo del flete, transporte interno en el país de origen y en el país de destino; y, gastos portuarios será 5.700,00 USD al trimestre.

5.8 Fijación del precio de exportación.

En la determinación del precio para la exportación utilizaremos el Incoterm CIF, y de esta manera se determinará las obligaciones financieras que tendría la empresa My Friend's; de igual manera, se considera el rubro de Costos y Gastos Totales dividido para el Volumen de exportación anual que es 4.387 botellas a este valor se le suma el 40% de margen de utilidad.

Tabla N° 41 Determinación del precio unitario

Detalle	Año 1
Costos y gastos totales	149.576,49 USD
Volumen de exportación (botellas)	4.387
Determinación de precio	34,10 USD
10% de margen de utilidad	13,64 USD
TOTAL	47,74 USD

Elaborado por: El Autor

Los rubros que contienen los “Detalle” de: costos y gastos totales; y, volumen de exportación de la tabla antes descrita, se especificarán en el Capítulo Financiero.

Gráfico N° 20 Procedimiento de exportaciones



Fuente: SENA

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

6.1. Determinación de inversiones

Es el proceso por el cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios, también líquidos a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil de la inversión (García, 2004)

6.1.1. Inversiones

Tabla N° 42 Inversión fija

Concepto	Subtotal	Total
Inversión fija - activos fijos		51.641,00
Inversión fija de producción	46.201,00	
Inversión fija de ventas	1.892,00	
Inversión fija de administración	3.548,00	

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

Los activos fijos operacionales se basan en las herramientas con las cuales el proyecto inicia sus operaciones en este caso de comercialización del producto, para lo cual utilizaremos muebles como estaciones de trabajo, equipos de computación y oficina.

Los mismos que fueron detallados anteriormente en la Tabla N° 40 “Resumen de la inversión fija”.

6.1.2. Capital de trabajo

Al capital de trabajo se lo considera como aquellos recursos económicos en forma de activos corrientes para cubrir obligaciones a corto plazo, hasta que el negocio pueda generar sus propios recursos.

El capital de trabajo se sustenta en el ciclo de caja y no se deprecia ni amortiza, cabe mencionar que la disponibilidad de este recurso será para 120 días (aproximadamente 4 meses), contado a partir de la primera exportación, este rubro será para cubrir las necesidades y operatividad de la Empresa.

Tabla N° 43 Ciclo de caja

Ciclo de Caja	# de días
Generación del 1er envío	90
Tomar el pedido del cliente	1
Despacho de artesanías	1
Trámites en la SENA	3
Quito-París (marítimo)	5
Cobranza	10
Holgura de días en caso de inconvenientes	10
TOTAL	120

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

Tabla N° 44 Cuadro de capital de trabajo

Capital de trabajo	
Concepto	Valor anual
Costos de producción	
Costos directos	
Mano de obra directa	35.761,20
Materias primas	2.412,85
Insumos	2.456,72
Materiales	2.800,00
Total costos directos	43.430,77
Costos de exportación	
Embalaje	1.096,75
Gastos locales	1.600,00
Transporte interno	1.600,00
Trámites aduaneros	800,00
Seguro interno	1.200,00
Flete	11.200,00
Seguro internacional	1.600,00
Almacenaje	1.600,00
Agente de aduanas	1.600,00
Transporte interno destino	1.600,00
Total costos de exportación	23.896,75
Costos indirectos	
Mano de obra indirecta	14.812,00
Total costos indirectos	14.812,00
Total costos de producción	82.139,52
Gastos de administración	
Sueldos y salarios	44.082,00
Servicios básicos	1.440,00
Servicios de Internet	300,00
Útiles de oficina	1.000,00
Total gastos de administración	46.822,00
Gasto de ventas	
Sueldos y salarios	14.812,00
Publicidad	1.200,00
Total gasto de ventas	16.012,00
Total costos operacionales	144.973,52
Capital de trabajo 4 meses	48.324,51

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.1.3. Gastos de constitución

En este rubro de inversión se incluyen a todos los gastos que se realizan en la fase pre-operativa del proyecto.

Tabla N° 45 Gastos de constitución

Concepto	Subtotal	Total
Gastos de Constitución		2.200,00
Trámites	300,00	
Estudios	1.500,00	
Permisos y patentes	400,00	

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

Las Inversiones intangibles son los trámites con los cuales la Empresa estará constituida legalmente, adicional a esto se requiere de permisos y patente con lo que podrá iniciar sus actividades de comercialización en el país.

6.1.4. Inversión total

Para la determinación de la Inversión Total, se considera los rubros totales de las tablas N° 40; 44; y, 45

Tabla N° 46 Inversión total

(3 Rubros: INV. FIJA + Capital de Trabajo + Gastos de Constitución = Total)

Detalle	Valor
Inversión física	51.641,00
Capital de trabajo	48.324,51
Gastos de constitución	2.200,00
Total de inversiones	102.165,51

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: El Autor

6.2. Financiamiento

El financiamiento son los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. En este proyecto se va a estructurar de la siguiente manera: los recursos propios van a cubrir el 80% del total de la inversión y un crédito con el Banco del Pacífico va a cubrir el 20% restante de la inversión. El capital será financiado a 5 años, a una tasa de interés del 9,76%, mediante una línea de crédito para PYMES. El siguiente cuadro se va a expresar cual va a ser la inversión inicial del

proyecto para ponerlo en marcha, así como también indica de donde se van a originar los fondos para cubrir dicha inversión.

Tabla N° 47 Estado de fuentes y usos

Estado de fuentes y usos			
Detalle	Inversión	Aporte de Socios	Aporte Crédito
Inversiones tangibles - activos físicos	51.641,00	31.207,90	20.433,10
Gastos de constitución	2.200,00	2.200,00	
Capital de trabajo	48.324,51	48.324,51	
Total inversión	102.165,51	81.732,41	20.433,10
Porcentaje de participación		80%	20%

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

Tabla N° 48 Amortización del préstamo

Detalle	Valores
Monto	20.433,10
Interés	9,76%
Plazo	5
Período de gracia	0

Periodo	Interés	A. Capital	Dividendo	Saldo
1	1.994,27	4.086,62	6.080,89	16.346,48
2	1.595,42	4.086,62	5.682,04	12.259,86
3	1.196,56	4.086,62	5.283,18	8.173,24
4	797,71	4.086,62	4.884,33	4.086,62
5	398,85	4.086,62	4.485,47	-

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.3. Estado de situación inicial

Este estado de situación inicial, es un detalle de los valores financieros con los cuales la empresa inicia sus actividades operativas.

Tabla N° 49 Estado de situación inicial

Estado de situación inicial			
Detalle	Parcial	Subtotal	Total
Activos			102.165,51
Activos corrientes		48.324,51	
Caja bancos	48.324,51		
Activos fijos		51.641,00	
Inversiones tangibles - activos fijos – operacionales		46.201,00	
Local	37.000,00		
Muebles y enseres – producción	1.371,00		
Equipo (troqueladora)	5.000,00		
Adecuaciones de infraestructura	1.630,00		
Equipo de computación-producción	1.200,00		
Inversiones tangibles - activos fijos – ventas		1.892,00	
Muebles y enseres – ventas	574,00		
Equipo de computación – ventas	1.200,00		
Teléfono	118,00		
Inversiones tangibles - activos fijos – administración		3.548,00	
Muebles y enseres-Administrativo	1.148,00		
Equipo de computación - administrativo	2.400,00		
Inversiones intangible - activos diferidos		2.200,00	
Permisos y patentes costo anual	400,00		
Trámites	300,00		
Estudios	1.500,00		
Pasivos			20.433,10
Pasivo a largo plazo		20.433,10	
Crédito bancario	20.433,10		
Patrimonio			81.732,41
Capital social	81.732,41		
Total pasivos y patrimonio			102.165,51

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.4. Costos

6.4.1. Costos de operación

Para la determinación de los Costos de Operación en la elaboración de la artesanía hemos considerado los siguientes costos, que se detallan a continuación:

6.4.1.1. Costos de producción

Los costos de producción son los que están incluidos en todo el proceso de producción de la artesanía; a los costos de producción se los ha clasificado en: Costos Directos y Costos Indirectos. Cabe indicar que para este estudio hemos incluido en los Costos Directos los Costos de Exportación.

6.4.1.1.1. Costos directos

Son los que están incluidos directamente en la producción de la artesanía; se considera Unitario a la producción de 1 artesanía (botella).

- **Mano de obra directa.**

“Se considera mano de obra directa aquella que está manipulando la materia prima y el producto durante el proceso de producción”⁶.

Tabla N° 50 Mano de obra directa

Mano de obra directa												
Detalle	# personas	Sueldo mensual	Sueldo anual	Aporte patronal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Total año 1 por persona	Total año 1	Total año 2 por persona	Total año 2
Obreros	3	800	9.600	1.166,4	800	354	800	400	11.920,4	35.761,2	13.120,4	39.361,2
TOTAL										35.761,2		39.361,2

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

- **Materia prima.**

La materia prima es aquella que sufre transformaciones en el proceso de producción y que forma parte del producto final; cabe indicar que al valor de la cantidad se añade el 10% de desperdicio.

⁶ Econ. LUIS BARRENO, “Manual de formulación y evaluación de proyectos”, Año 2007, p. 94.

Tabla N° 51 Materia prima

Materia prima				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor USD	Valor Anual USD
Botellas de vidrio recicladas	Unitario	4.825,70	0,50	2.412,85

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

- **Materiales**

Los materiales que se utilizaran para pintar, decorar y elaborar los gráficos en las botellas en el primer año, son:

Tabla N° 52 Materiales

Áreas	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Valor Anual
Brochas	10	5,00	50,00	200,00
Pinceles	50	8,00	400,00	1.600,00
Esponja	1.000	0,25	250,00	1.000,00
	Total		700,00	2.800,00

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: El Autor

- **Insumos.**

Los insumos que se necesitan para la producción de artesanías son: laca y pintura; cabe mencionar, que 1 frasco de laca y 1 frasco de pintura sirven para la elaboración de 10 botellas, los costos estimado se describen de la siguiente manera:

Tabla N° 53 Insumos

Insumos					
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad (frasco)	Valor USD por frasco	Valor USD por botella	Valor Total Año 1
Laca	Unitario	1	3,60	0,36	1.579,32
Pintura	Unitario	1	2,00	0,20	877,40
TOTAL				0,56	2.456,72

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.4.1.1.2. Costos de exportación

Son los costos relacionados con todo el proceso de exportación de la artesanía, los cuales a excepción del rubro “Embalaje”, son valores considerados trimestralmente y el valor multiplicado por 4 para determinar el costo total anual.

- **Embalaje.**

Se utilizará filtros como papel de periódico de relleno, poliexpan o papel de burbujas para rellenar el espacio vacío y prevenir el movimiento de los artículos dentro de la caja, durante el transporte; se utilizará fibra de vidrio para la amortiguación y acondicionamiento de los embalajes, si el caso amerita.

Tabla N° 54 Embalaje

Embalaje				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor USD por botella	Valor USD Anual
Embalaje	Unitario	4.387	0,25	1.096,75

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

- **Gastos locales**

Son todos los gastos en los que incurre la carga, dentro de los cuales se considera la estiba, manipuleo, documentación, entre otros.

Tabla N° 55 Gastos locales

Agente de aduanas		
Descripción	Valor trimestral (USD)	Valor Anual (USD)
Gastos Locales	400,00	1.600,00

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

- **Transporte interno**

Para el traslado de las artesanías desde las bodegas de almacenamiento de la empresa hasta el Puerto de Guayaquil, se usará el servicio de transporte interno de la compañía de transporte y carga CARGO MASTER S.A., los valores que se detallan a continuación:

Tabla N° 56 Transporte interno

Transporte interno		
Descripción	Valor trimestral (USD)	Valor Anual (USD)
Transporte Interno (Bodega de la empresa - Puerto de Guayaquil).	400,00	1.600,00
Total	400,00	1.600,00

Fuente: Estudio Propio**Elaborado:** El Autor

- **Trámites aduaneros**

Los trámites necesarios con sus respectivos costos para llevar a cabo la exportación son los siguientes:

Tabla N° 57 Trámites aduaneros

Trámites aduaneros		
Descripción	Valor trimestral (USD)	Valor Anual (USD)
Declaración Aduanera	0,00	0,00
Inspección Antinarcoáticos	50,00	200,00
Aforo	50,00	200,00
Copias y otros	60,00	240,00
Documento de Transporte	40,00	160,00
Total	200,00	800,00

Fuente: Estudio Propio**Elaborado:** El Autor

- **Seguro interno**

La compañía de transporte y carga CARGO MASTER S.A., se encargará de emitir la póliza del seguro interno, cuyo valor se determina de la siguiente manera:

Tabla N° 58 Seguro interno

Seguro interno		
Descripción	Valor trimestral (USD)	Valor Anual (USD)
Póliza de Seguro	300,00	1.200,00
TOTAL	300,00	1.200,00

Fuente: Estudio Propio**Elaborado:** El Autor

- **Flete**

Incluye dos costos a cubrir, el transporte internacional de la mercancía desde Ecuador hasta Francia, se detallan a continuación:

Tabla N° 59 Flete

Flete		
Descripción	Valor trimestral (USD)	Valor Anual (USD)
Flete internacional Guayaquil – Marsella	2.800,00	11.200,00
TOTAL	2.800,00	11.200,00

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

- **Seguro internacional**

Se contrata el seguro internacional para prever cualquier daño o incidente, la póliza tiene el siguiente costo:

Tabla N° 60 Seguro internacional

Seguro internacional		
Descripción	Valor trimestral (USD)	Valor Anual (USD)
Póliza de Seguro	400,00	1.600,00
TOTAL	400,00	1.600,00

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

- **Almacenaje**

Se refiere al almacenamiento de las artesanías en bodegas hasta llegar al lugar de destino.

Tabla N° 61 Almacenaje

Almacenaje		
Descripción	Valor trimestral (USD)	Valor Anual (USD)
Almacenaje de artesanías en Bodega	400,00	1.600,00
TOTAL	400,00	1.600,00

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

- **Agente de Aduanas**

Es necesario contar con un agente de aduana para que realice los trámites necesarios y correspondientes en el país de destino.

Tabla N° 62 Agente de Aduanas

Agente de aduanas		
Descripción	Valor trimestral (USD)	Valor Anual (USD)
Agente Afianzado	400,00	1.600,00
TOTAL	400,00	1.600,00

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

- **Transporte interno destino**

El costo del transporte interno, cubrirá desde el Puerto de Marsella hasta la ciudad de París.

Tabla N° 63 Transporte interno país de destino

Transporte interno destino		
Descripción	Valor trimestral (USD)	Valor Total Año 1 (USD)
Transporte Interno	400,00	1.600,00
TOTAL	400,00	1.600,00

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.4.1.1.3. Costos indirectos

Son todos los costos que no influyen en el proceso de producción de las artesanías

- **Mano de obra indirecta**

“La mano de obra indirecta es aquella que tiene la función de vigilar, supervisar los procesos productivos pero que no intervienen directamente en la transformación de las materias primas”.⁷

⁷ Econ. LUIS BARRENO, “Manual de formulación y evaluación de proyectos”, Año 2007, p. 94

Tabla N° 64 Mano de obra indirecta

Mano de obra indirecta												
Detalle	# personas	Sueldo mensual	Sueldo anual	Aporte patronal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Total año 1 por persona	Total año 1	Total año 2 por persona	Total año 2
Jefe de Producción	1	1.000	12.000	1.458	1.000	354	1.000	500	14.812	14.812	16.312	16.312
TOTAL										14.812		16.312

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.4.1.2. Costos de ventas

Los Costos de Ventas son todos aquellos costos que están inmersos en el proceso de ventas de las artesanías; estos serían:

- **Sueldos y salarios**

Son los sueldos y salarios correspondientes a las personas que pertenecen al Departamento de Comercio Exterior.

Tabla N° 65 Sueldos y salarios - ventas

Sueldos y salarios – ventas												
Detalle	# personas	Sueldo mensual	Sueldo anual	Aporte patronal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Total año 1 por persona	Total año 1	Total año 2 por persona	Total año 2
Especialista Comercio Exterior	1	1.000	12.000	1.458	1.000	354	1.000	500	14.812	14.812	16.312	16.312
TOTAL										14.812		16.312

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

- **Publicidad**

Se dará a conocer las artesanías, mediante folletos que serán distribuidos a los clientes de Solcaribe Cia. Ltda., en Francia.

Tabla N° 66 Publicidad

Publicidad				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor trimestral	Valor Total Año 1
Publicidad	Unitario	1	300,00	1.200,00

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.4.1.3. Costos administrativos

Los Costos Administrativos son todos aquellos costos que intervienen en la Administración de la empresa; para lo cual se considera los siguientes:

- **Suelos y salarios**

Son los sueldos y salarios pertenecientes al personal administrativo de la empresa, quienes se encargarán de dirigir, gestionar y velar porque la empresa se encamine hacia su misión y visión.

Tabla N° 67 Sueldos y salarios

Sueldos y salarios												
Detalle	# personas	Sueldo mensual	Sueldo anual	Aporte patronal	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	Vacaciones	Total año 1 por persona	Total año 1	Total año 2 por persona	Total año 2
Gerente General	1	2.000	24.000	2.916	2.000	354	2.000	1.000	29.270,00	29.270,00	32.270,00	32.270,00
Contador	1	1.000	12.000	1.458	1.000	354	1.000	500	14.812	14.812	16.312	16.312
TOTAL										44.082,00		48.582,00

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

- **Servicios básicos**

Son los servicios básicos que la empresa ocupará para el desenvolvimiento diarios de sus actividades administrativas, comerciales y productivas, estos son: agua, luz y teléfono.

Tabla N° 68 Servicios básicos

Servicios básicos					
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario (USD)	Valor Mensual (USD)	Valor Anual (USD)
Energía	KW/h	1000	0,07	70,00	840,00
Agua	m ³	120	0,14	16,80	201,00
Teléfono	Minutos	1662,50	0,02	33,25	399,00
TOTAL					1.440,00

Fuente: Empresa Eléctrica Quito, EMAAP Y CNT

Elaborado: El Autor

- **Servicio de internet**

Servicio que la empresa ocupará para el contacto con sus clientes, recibir pedidos y estar pendientes del mercado; como de igual manera revisar sus cuentas bancarias realizar y transacciones de pago y recibir cancelaciones por parte de sus clientes.

Tabla N° 69 Servicios de internet

Servicio de internet				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Mensual (USD)	Valor Anual (USD)
Internet	Megas	1000	25,00	300,00

Fuente: CNT

Elaborado: El Autor

6.4.2. Costos financieros

Los costos financieros de la empresa My Friends, son referidos a los intereses que genera el crédito bancario por el período de 5 años.

Tabla N° 70 Interés del crédito bancario

Periodo	Interés
1	1.994,27
2	1.595,42
3	1.196,56
4	797,71
5	398,85
TOTAL	5.982,81

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.5. Proyección de costos

Una vez determinado todos los costos inmersos en la producción de la artesanía para el primer año, se proyecta dichos costos para los 5 años fijados; considerando la tasa de inflación del Ecuador que es el 5,42% según datos del Banco Central, como se demuestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 71 Costos de producción

Costos de operación					
Dólares					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos directos					
Mano de obra directa	35.761,20	41.494,58	43.743,58	46.114,49	48.613,89
Materias primas	2.412,85	2.567,98	2.734,06	2.909,95	3.098,24
Insumos	2.456,72	2.614,67	2.783,77	2.962,86	3.154,57
Materiales	2.800,00	2.951,76	3.111,75	3.280,40	3.458,20
Total costos directos	43.430,77	49.628,98	52.373,15	55.267,70	58.324,90
Costos de exportación					
Embalaje	1.096,75	1.167,26	1.242,75	1.322,70	1.408,29
Gastos locales	1.600,00	1.686,72	1.778,14	1.874,52	1.976,11
Transporte interno	1.600,00	1.686,72	1.778,14	1.874,52	1.976,11
Trámites aduaneros	800,00	843,36	889,07	937,26	988,06
Seguro interno	1.200,00	1.265,04	1.333,61	1.405,89	1.482,09
Seguro internacional	11.200,00	11.807,04	12.446,98	13.121,61	13.832,80
Flete	1.600,00	1.686,72	1.778,14	1.874,52	1.976,11
Almacenaje	1.600,00	1.686,72	1.778,14	1.874,52	1.976,11
Agente de aduanas	1.600,00	1.686,72	1.778,14	1.874,52	1.976,11
Transporte interno destino	1.600,00	1.686,72	1.778,14	1.874,52	1.976,11
Total costos de exportación	23.896,75	25.203,02	26.581,25	28.034,55	29.567,92
Total costos	67.327,52	74.832,01	78.954,40	83.302,25	87.892,82
Costos indirectos					
Mano de obra indirecta	14.812,00	17.196,11	18.128,14	19.110,68	20.146,48
Total costos indirectos	14.812,00	17.196,11	18.128,14	19.110,68	20.146,48
Parcial costos y gastos de producción	82.139,52	92.028,12	97.082,54	102.412,93	108.039,30
Subtotal	82.139,52	92.028,12	97.082,54	102.412,93	108.039,30
Gasto depreciación	1.024,30	1.024,30	1.024,30	1.024,30	1.024,30
Total costos y gastos de producción	83.163,82	93.052,42	98.106,84	103.437,23	109.063,60

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

Tabla N° 72 Costos de ventas

Costos de ventas					
Dólares					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y Salarios	14.812,00	15.614,81	16.461,13	17.353,33	18.293,88
Publicidad	1.200,00	1.265,04	1.333,61	1.405,89	1.482,09
Parcial	16.012,00	16.879,85	17.794,74	18.759,21	19.775,96
Subtotal	16.012,00	16.879,85	17.794,74	18.759,21	19.775,96
Total gastos de ventas	16.012,00	16.879,85	17.794,74	18.759,21	19.775,96

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

Tabla N° 73 Costos de administrativos

Costos de administración					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos y salarios	44.082,00	51.215,14	53.991,01	56.917,32	60.002,24
Servicios básicos	1.440,00	1.518,05	1.600,33	1.687,06	1.778,50
Servicios de internet	300,00	316,26	333,40	351,47	370,52
Útiles de oficina	1.000,00	1.054,20	1.111,34	1.171,57	1.235,07
Parcial gastos de administración	46.822,00	54.103,65	57.036,07	60.127,43	63.386,33
Gasto depreciación	1144,40	1144,40	1144,40	1144,40	1144,40
Gasto amortizaciones	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
Total gastos de administración	48.406,40	55.688,05	58.620,47	61.711,83	64.970,73

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.6. Estimación de ingresos

Para la estimación de ingresos se considera los siguientes rubros:

6.6.1. Precio de venta

Para establecer el precio de venta se considera los Costos de Gastos Totales, en este rubro están inmersos los siguientes: Costos de Producción y Gastos de Fabricación; Gastos Administración, Gastos de Ventas y Gastos Financieros; el valor obtenido se divide para el volumen de exportación anual que es 4.387 botellas, y obtenemos un precio de 34,10 USD por botella; adicionalmente le sumamos el 40% determinado como margen de utilidad y como resultado se obtiene un precio de exportación de 47,74 USD por botella; como lo explica la siguiente Tabla:

Tabla N° 74 Precio de venta

Determinación del precio					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de producción	83.163,82	93.052,42	98.106,84	103.437,23	109.063,60
Costos de administración	48.406,40	55.688,05	58.620,47	61.711,83	64.970,73
Costos de ventas	16.012,00	16.879,85	17.794,74	18.759,21	19.775,96
Costos financieros	1.994,27	1.595,42	1.196,56	797,71	398,85
Total costos	149.576,49	167.215,74	175.718,62	184.705,98	194.209,15
Volumen de exportación (botellas)	4.387	4.429	4.473	4.516	4.561
Determinación del precio	34,10	37,75	39,28	40,90	42,58
Margen de utilidad 40%	13,64	15,10	15,71	16,36	17,03
Precio de venta de exportación por botella	47,74	52,85	54,99	57,26	59,61

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.6.2. Proyección de ingresos

Para determinar los ingresos de la empresa se multiplica el volumen de ventas por exportación y el precio estimado de exportación, se proyectarán para 5 años.

Tabla N° 75 Cálculo de ingresos

Cálculo de ingresos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Volumen de ventas por exportación (botellas)	4.387	4.429	4.473	4.516	4.561
Precio estimado de exportación (USD)	47,74	52,85	54,99	57,26	59,61
Ingresos por exportación	209.435,38	234.102,03	246.006,06	258.588,37	271.892,81

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

6.7. Punto de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Este indicador nos

permite conocer cuál es el nivel requerido de producción y ventas para que la empresa pueda cubrir los costos y gastos sin que existan ganancias ni pérdidas.

El Punto de Equilibrio va a determinar cuántas unidades se tendrán que vender para poder cubrir los costos y gastos totales, y cuál es el valor en ventas que una empresa debe alcanzar para cubrir sus costos y gastos operativos.

Para el cálculo del Punto de Equilibrio se aplicara la siguiente fórmula:

$$Ve = \frac{F}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Dónde:

Ve = Ventas de Equilibrio en \$.

F = Costos Fijos Totales.

CV = Costos Variables Totales.

V = Ventas Anuales.

Tabla N° 76 Valor del punto de equilibrio

Concepto	Símbolo	Valor USD
Costos Fijos Totales	F	43.430,77
Costos Variables Totales	CV	101.542,75
Ventas Anuales	V	209.435,38

Fuente: Estudio Propio

Elaborado: El Autor

Reemplazando se obtiene:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{43.430,77}{1 - \frac{101.542,75}{209.435,38}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = 84.305,48 \text{ USD}$$

Obteniendo un 40% de las ventas estimadas.

Fuente: Estudio propio

Elaboración: El Autor

6.8. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias muestra detalladamente los ingresos, los gastos y la utilidad o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.

Tabla N° 77 Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de pérdidas y ganancias					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	209.435,38	229.555,07	241.318,35	253.708,88	266.864,11
(-) Costo del producto exportado	83.163,82	93.052,42	98.106,84	103.437,23	109.063,60
(=) Utilidad bruta en ventas	126.271,56	141.049,61	147.899,22	155.151,14	162.829,21
(-) Gastos administrativos	48.406,40	55.688,05	58.620,47	61.711,83	64.970,73
(-) Gastos de ventas	16.012,00	16.879,85	17.794,74	18.759,21	19.775,96
(=) Utilidad Operacional	61.853,16	68.481,71	71.484,01	74.680,10	78.082,51
(-) Gastos financieros	1.994,27	1.595,42	1.196,56	797,71	398,85
(=) Utilidad antes de participaciones e impuestos	59.858,89	66.886,29	70.287,45	73.882,39	77.683,66
(-) 15% de participación trabajadores	8.978,83	10.032,94	10.543,12	11.082,36	11.652,55
(=) Utilidad antes de impuestos	50.880,06	56.853,35	59.744,33	62.800,03	66.031,11
(-) 22% impuesto a la renta	11.193,61	12.507,74	13.143,75	13.816,01	14.526,84
(=) Utilidad / Pérdida del Ejercicio	39.686,44	44.345,61	46.600,58	48.984,03	51.504,27

Fuente: Estudio propio

Elaborado por: El Autor

6.9. Flujo neto de caja

Los flujos de caja son las variaciones de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado para una empresa.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

Tabla N° 78 Flujo de caja del proyecto inversionista

Flujo de caja						
Detalle	f. Preoperativo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad / pérdida del ejercicio	-	39.686,44	44.345,61	46.600,58	48.984,03	51.504,27
(-) Inversiones	-102.165,51	-	-	-	-2.922,00	-
(+) Crédito	20.433,10					
(+) Depreciaciones	-	2.608,70	2.608,70	2.608,70	2.608,70	2.608,70
(+) Amortizaciones	-	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
(-) Pago de capital del crédito	-	4.086,62	4.086,62	-4.086,62	- 4.086,62	-4.086,62
(=) Flujo de caja neto generado	-81.732,41	46.821,76	51.480,93	45.562,66	45.024,11	50.466,35

Fuente: Estudio propio

Elaborado por: El Autor

6.10. Evaluación financiera

“El objetivo de la evaluación de proyectos es establecer las bondades de la decisión tomada por los inversionistas de asignar los recursos generalmente escasos a una inversión específica, sin embargo, hay que distinguir dos tipos de evaluaciones diferentes, aquella que dirige su accionar a la inversión social en el campo social y la otra, la que está directamente relacionado con el empresario privado, es decir en el campo de la microeconomía”⁸.

6.10.1. Costo de oportunidad

La tasa de descuento o costo de oportunidad se puede definir como la tasa mínima de rentabilidad por un inversor dado el nivel de riesgo del proyecto. Es el coste de la no realización de la inversión, y se mide por la rentabilidad esperada de los fondos invertidos en el proyecto.

⁸ Econ. LUIS BARRENO, “Manual de formulación y evaluación de proyectos”, Año 2007, p. 99.

“Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreciar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado” (gerencie.com, 2014).

Para obtener el Costo de Oportunidad del Capital se realizan los siguientes cálculos:

Costo de oportunidad (K) = (%Recursos Propios*Tasa Pasiva Referencial)+(%Recursos Ajenos*Tasa Activa Referencia*(1-Tasa Marginal de Impuestos)+Tasa de Libre Riesgo (TLR) esta tasa se obtiene de la fuente del Banco Central correspondiente al Riesgo País.

Tabla N° 79 Costo de oportunidad

Calculo de costo de oportunidad	
Detalle	%
% Recursos Propios	80%
% TPR	5.31%
% Recursos Ajenos	20%
% TAR	9.76%
Tasa Marginal de Impuestos	66.30%
TLR	14.51%

Fuente: BCE, 2015

Elaborado por: El Autor

Reemplazando se obtiene:

$$K = (\%rp * tpr) + (\%ra * tar * (1-t)) + tlr$$

$$K = (80\% * 5,31\%) + (20\% * 9,76\% * (66,30\%)) + 14,51\%$$

$$K = 20,05\%$$

El costo de oportunidad calculado, nos servirá como base para el cálculo de los indicadores financieros faltantes.

6.10.2. Valor actual neto

El Valor Actual Neto (VAN), es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, todo llevado al valor presente. Se define como la sumatoria de los flujos netos anuales actualizados menos la Inversión Inicial. Este indicador

de evaluación representa el valor del dinero actual que va reportar el proyecto en el futuro, a una tasa de interés y un periodo determinado.

Antes de proceder al cálculo del VAN es necesario considerar lo siguiente:

Criterios de evaluación:

- ✓ Si el $VAN > 0$, entonces el proyecto es viable
- ✓ Si el $VAN = 0$, entonces es indiferente realizar el proyecto
- ✓ Si el $VAN < 0$, entonces el proyecto no es viable

Tabla N° 80 Valor actual neto

Cálculo del VAN						
Detalle	F. Preoperativa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos de caja netos generados	-81.732,41	46.821,76	51.480,93	45.562,66	45.024,11	50.466,35
FSA	1,00	0,83	0,69	0,58	0,48	0,40
Flujos de caja netos generados actualizados al costo de oportunidad	-81.732,41	39.001,18	35.719,58	26.332,91	21.675,29	20.237,26
VAN	\$61.233,82					

Fuente: Estudio propio

Elaborado por: El Autor

El VAN calculado dio como resultado un valor de 61.233,82 USD. Aplicando los criterios de evaluación mencionados, podemos concluir que el proyecto será viable, pues el VAN es mayor a cero.

6.10.3. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir" (enciclopediafinanciera.com, s.f). Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

En conclusión la TIR es el porcentaje de rentabilidad que va a generar el proyecto y van a alcanzar los inversionistas durante el periodo establecido.

Criterios de evaluación:

- ✓ **TIR > Tasa de descuento K**, el proyecto es factible
- ✓ **TIR < Tasa de descuento K**, el proyecto no es factible
- ✓ **TIR = Tasa de descuento K**, el proyecto es indiferente

El TIR se calcula en función a la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} = k_i + (k_s - k_i) * ((\text{VAN}_s / (\text{VAN}_s / \text{VAN}_i))$$

Dónde:

k_i / T_m = Tasa menor del intervalo.

k_s / T_M = Tasa mayor del intervalo.

$\text{VAN}_s / \text{VAN } T_m$ = Valor presente neto a tasa menor del intervalo.

$\text{VAN}_i / \text{VAN } T_M$ = Valor presente neto a tasa mayor del intervalo.

Tabla N° 81 Tasa interna de retorno

Detalle	Valores
T_m / K_i	18,05%
VAN T_m / VAN_s	67.756,2390
T_M / K_s	51%
VAN T_M / VAN_i	-0,00241

Fuente: Estudio propio

Elaborado por: El Autor

Reemplazando los datos mencionados, se obtuvo un TIR de 51,15%. Si consideramos los criterios de evaluación podemos concluir que como el TIR es mayor a la tasa de descuento (20,05%), el proyecto es factible. Adicional es indispensable señalar que por cada dólar invertido se obtendrá 0,51 centavos por cada dólar invertido.

6.10.4. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El PRI, es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Es decir,

establece en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión, por lo que revela el año en el cual se cubre la inversión inicial del proyecto.

Tabla N° 82 Período de recuperación de la inversión

Detalle	F. Preoperativa	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos de caja netos generados	-81.732,41	46.821,76	51.480,93	45.562,66	45.024,11	50.466,35
FSA	1	0,83297116	0,69384095	0,5779495	0,48141526	0,40100503
Flujos de caja netos generados actualizados	-81.732,41	39.001,18	35.719,58	26.332,91	21.675,29	20.237,26
Flujos acumulados	-81.732,41	-42.731,23	-7.011,65	19.321,27		

Fuente: Estudio propio

Elaborado por: El Autor

Al realizar el cálculo del PRI para el presente proyecto se puede constatar que se recuperará la inversión inicial del mismo en el tercer año.

6.10.5. Cálculo de Beneficio / Costo

El Cálculo de Beneficio / Costo, nos indica cuánto se recibe por cada dólar que se utiliza en la operación del negocio; se calcula con el VAN (Valor Actual Neto) de la sumatoria de los Ingresos Operacionales dividido para el VAN de la sumatoria de los Egresos Operacionales considerando la tasa del Costo de Oportunidad.

Tabla N° 83 Cálculo beneficio/costo

Cálculo de beneficio / costo	
B/C =	\$712.581,06
	\$ 497.173,32
B/C	\$ 1,43

Fuente: Estudio propio

Elaborado por: El Autor

6.11. Conclusiones de la Evaluación Financiera

El siguiente cuadro muestra los indicadores de evaluación financiera:

Tabla N° 84 Resumen de la evaluación financiera

Indicador	Valor	Conclusión
VAN	61.233,82 USD	Viable
TIR	51,15%	Viable
PRI	3 años	Viable
B/C	1,43 USD	Viable

Fuente: Flujo de Caja, Estado de Resultados

Elaborado por: El Autor

En conclusión, el proyecto cuenta con bases sólidas que garantizan su rentabilidad, por lo tanto se lo considera como VIABLE.

CONCLUSIONES

- Se determinó que a través de una correcta planificación estratégica que aplicará MY FRIEND, le permitirá cumplir con sus objetivos, llevando a cabo su misión y visión y así satisfará al mercado local buscando expandirse a nivel internacional.
- A través del estudio de mercado se infiere que existe una demanda importante del producto, ya que no se comercializa este tipo de artesanías en el mercado francés.
- Se contribuye a la conservación del planeta con el reciclaje de 4.387 botellas anuales.
- Con los índices de evaluación podemos comprobar que el proyecto es viable ya que demuestra un TIR del 52,38% el cual es positivo, siendo que es mayor que 1 y se considera como factible.
- Mediante el estudio del proyecto, se determinó la demanda potencial; y, el precio de exportación de 47,74 USD, en el mercado francés.
- La determinación del precio de la artesanía es competitiva debido a que se encuentra bajo del precio aproximado en el mercado francés el mismo que es de 49,00 USD.
- Se determinó que la estructura administrativa de la empresa compuesta por 7 personas, está acorde a la producción de artesanías para el periodo 2016-2020.

RECOMENDACIONES

- Poner en práctica el plan de negocios, a razón de que se ha comprobado la idea a defender (hipótesis).
- Ejecutar el plan de negocios, ya que los indicadores financieros señalan que es viable y rentable.
- Escoger el financiamiento del plan de negocios con el Banco del Pacífico, debido a que ofrece crédito a una tasa de interés conveniente.
- Contratar siempre un seguro contra todo riesgo.
- EL responsable del departamento de comercio exterior, deberá analizar periódicamente las ofertas que hagan las empresas que presten servicios de logística ya sea aérea o marítima; y, negociar con la que mejor precio y seguridad ofrezca en el mercado.
- Analizar el precio periódicamente, y verificar que el mismo sea competitivo en el mercado francés.
- Realizar periódicamente publicidad, en la cual se especifique las características propias de la artesanía elaborada con vidrio reciclado; con el objetivo de mantenerse en el mercado francés.
- Para el primer año referente al Volumen de Producción, se consideró un margen de error del 14,88%; sin embargo, para los siguientes 5 años, este porcentaje de error en la producción, deberá decrecer.

GLOSARIO DE TÉRMINOS TÉCNICOS

- **Aforo automático:** Es la modalidad de despacho que se efectúa mediante la validación electrónica de la Declaración Aduanera a través del sistema informático con la aplicación de perfiles de riesgo establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- **Aforo documental:** Verificación de la correcta liquidación de tributos mediante el examen documental comparado de lo consignado en la declaración y en los documentos que se acompañan a la misma.
- **Aforo físico intrusivo:** Es el acto administrativo de determinación tributaria a cargo de la Administración Aduanera que consiste en la verificación física del origen, naturaleza, cantidad, valor, peso, medida y clasificación arancelaria de la mercadería.
- **Agente de Aduanas:** Es la persona natural o jurídica, cuya licencia otorgada por el Gerente General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana, le faculta a gestionarse de manera habitual y por cuenta ajena el despacho de mercancías; que por su calidad de fedatario aduanero, se tendrá por cierto que los datos que consigne en las declaraciones aduaneras que transmite y suscribe, guarden conformidad con los documentos exigibles por ley y proporcionados por el importador o exportador, que legalmente le deben servir de base para la Declaración Aduanera.
- **Artesanía:** Se denomina artesanía tanto al trabajo como a las creaciones realizadas por los artesanos (una persona que realiza trabajos manuales). Es un tipo de arte en el que se trabaja fundamentalmente con las manos, moldeando diversos objetos con fines comerciales o meramente artísticos o creativos. Una de las características fundamentales de este trabajo es que se desarrolla sin la ayuda de máquinas o de procesos automatizados. Esto convierte a cada obra artesanal en un objeto único e incomparable, lo que le da un carácter sumamente especial.

- **Balanza Comercial:** Se denomina con el término de balanza comercial al registro que un determinado país lleva acerca de las importaciones y exportaciones que en él se llevan a cabo durante un período de tiempo determinado, es decir, la balanza comercial sería algo así como la diferencia que le queda a un país entre las exportaciones y las importaciones.
- **Capital de Trabajo:** Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Éste puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo.
- **Certificado de Origen:** Documento que certifica el país de origen de la mercancía que en él se detalla, es decir, acredita que la mercancía ha sido fabricada en ese país. Se utiliza sólo para exportaciones e importaciones con países extracomunitarios, de tal forma que los productos puedan acogerse a los regímenes preferenciales y a la aplicación de los aranceles que les corresponden.
- **Comercialización:** La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.
- **Comercio Exterior:** El comercio exterior representa el intercambio entre un país y otro, en términos de bienes y servicios.
- **Compañía de Responsabilidad Limitada:** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.
- **Conocimiento de Embarque:** Documento que acredita la posesión y/o propiedad de la carga.

- **Consumo Nacional Aparente:** El consumo aparente expresa la disponibilidad de producto que consume una región, país o países en un determinado período de tiempo. Se estima con base en la producción doméstica más la balanza comercial y el consumo de inventarios.
- **Costo de Oportunidad:** El costo de oportunidad, coste alternativo o coste de oportunidad es un concepto económico que permite nombrar al valor de la mejor opción que no se concreta o al costo de una inversión que se realiza con recursos propios y que hace que no se materialicen otras inversiones posibles.
- **DAE:** Es un formulario en el que se registrarán las exportaciones que cualquier persona desee realizar, la Exportación se debe presentar en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos de acompañamiento y soporte que sean necesarios para dicha exportación.
- **Demanda:** La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado.
- **Demanda Insatisfecha:** Aquella parte de la Demanda planeada (en términos reales) en que éste excede a la Oferta planeada y que, por lo tanto, no puede hacerse Compra efectiva de Bienes y servicios.
- **Depósitos Temporales:** Un Almacén de depósito temporal, es un destino aduanero y un régimen aduanero. Son destinos aduaneros la inclusión de mercancías en una Zona Franca o en un Depósito Franco, el abandono, la destrucción, la reexportación o la inclusión en cualquier régimen aduanero.
- **ECUAPASS:** Es el NUEVO SISTEMA ADUANERO del país, que permitirá a todos los Operadores Comercio Exterior realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación. Este sistema fue puesto en marcha desde el 22 de Octubre de este año.

- **Embalaje:** El Embalaje es el acondicionamiento de la mercadería para proteger las características y la calidad de los productos que contiene, durante su manipuleo y transporte internacional.
- **Estructura organizacional:** La estructura organizacional de una empresa u otro tipo de organización, es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un objetivo común.
- **Etiqueta:** La etiqueta es un elemento que sirve para rotular.
- **Exportación:** Exportación tiene su origen en el vocablo latino exportatio y menciona a la acción y efecto de exportar (cuando un país vende mercancías a otro). La exportación también es el conjunto de las mercancías o géneros que se exportan.
- **Flujograma:** Un flujograma, también denominado diagrama de flujo, es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado. Es decir, el flujograma consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo a partir de símbolos.
- **Importación:** Es un término que procede del verbo importar (introducir productos o costumbres extranjeras en un país). Se trata de la acción de importar mercancías o cuestiones simbólicas de otra nación
- **Incoterms:** Los Incoterms son aquellos términos que definen claramente cuáles son las obligaciones entre compradores y vendedores, dentro de un contrato internacional.

Los Incoterms están regidos por la Cámara de Comercio Internacional y los mismos regulan la distribución de documentos, las condiciones de entrega de la mercancía, la distribución de costos de la operación y la distribución de riesgos de la operación.
- **Lista de Empaque:** Es un documento que permite al exportador, al transportista, a la compañía de seguros, a la aduana y al comprador, identificar las mercancías y saber qué

contiene cada bulto o caja; por ello debe realizarse una lista de empaque metódica, que coincida con la factura.

- **Logística:** La logística es un conjunto de medios, métodos e infraestructuras necesarios para realizar algo, especialmente en la organización de los flujos de información, mercancías y energía.
- **Marca:** Marca es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio.
- **Organigrama Estructural:** Los organigramas son diagramas que representan gráficamente y de manera simplificada la estructura formal que posee una organización. De esta forma, los organigramas muestran las principales funciones dentro de la organización y las relaciones que existen entre ellas. Son muy utilizados ya que resultan sencillos y rápidos de comprender.
- **Pallet:** El pallet o paleta es una plataforma que se utiliza para agrupar, apilar, almacenar, mani-pular y transportar mercaderías embaladas (cajas, cajones, bolsas, tambores).
- **Partida Arancelaria:** Unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancía, en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por 4 dígitos.
- **Periodo de Recuperación de la Inversión:** Es un método de valoración de inversiones que mide el tiempo que una inversión tarda en recuperar el desembolso inicial, con los flujos de caja generados en el futuro por la misma. Se trata de un método estático ya que no actualiza los flujos de caja, es decir, considera que una unidad monetaria tiene el mismo valor en cualquier tiempo.

- **PIB:** El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas.
- **Plaza:** Es todo lo relacionado con el recorrido físico del producto antes de llegar al consumidor o cliente. Se trata de la distribución, los intermediarios, la logística, los depósitos o almacenes regionales, la recepción, procesado, despacho y entrega de pedidos.
- **Precio:** es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación.
- **Producción Nacional:** Se define como el valor monetario de todos los bienes y servicios finales producidos en el país en un periodo determinado.
- **Producto:** En el mundo del Marketing, producto será todo lo tangible (bienes muebles u objetos) como intangible (servicios) que se ofrece en el mercado para satisfacer necesidades o deseos. El producto es un paquete de características y beneficios que el cliente recibe al adquirir el producto.
- **Promoción:** Conjunto de actividades que se realizan para comunicar apropiadamente un mensaje a su público objetivo, con la finalidad de lograr un cambio en sus conocimientos, creencias o sentimientos, a favor de la empresa, organización o persona que la utiliza.
- **PYMES:** Es el acrónimo de pequeña y mediana empresa. Se trata de la empresa mercantil, industrial o de otro tipo que tiene un número reducido de trabajadores y que registra ingresos moderados.

- **Reciclaje:** es un proceso fisicoquímico, mecánico o trabajo que consiste en someter a una materia o un producto ya utilizado (basura), a un ciclo de tratamiento total o parcial para obtener una materia prima o un nuevo producto.
- **Slogan:** Puede traducirse como lema, que es el título que precede a ciertas obras, el mote que se pone en los emblemas para hacerlos más comprensibles o la proposición de un discurso.
- **Token:** Los tokens electrónicos tienen un tamaño pequeño que permiten ser llevados cómodamente en el bolsillo o la cartera y su diseño permite llevarlos en un llavero. Los tokens electrónicos se usan para almacenar claves criptográficas como firmas digitales o datos biométricos, como las huellas digitales. Algunos diseños se hacen a prueba de alteraciones, otros pueden incluir teclados para la entrada de un PIN.
- **Zona Primaria:** Es la parte del territorio aduanero en la que se habilitan recintos para la práctica de los procedimientos aduaneros.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Alomía Valencia Paola Elizabeth; y, Paspuel Narváez Martha Cecilia, 2011, “Creación de una Empresa de Compañía Limitada de Acopio y Comercialización de Desechos de Cartón, Papel, Plástico y Vidrio en la Ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura”, Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador.
- BACA, G. (2005). ESTUDIO DE MERCADOS. En G. BACA, *ESTUDIO DE MERCADOS* (pág. 17). MEXICO: SANTILLAN.
- Pablo Andrés Acosta Fuel. (2010) Proyecto de Factibilidad para la exportación de camisetas de algodón con diseño de serigrafía al mercado de Holanda, página 5, Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador.
- Urbina, G. V. (2001). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGraw Hill.

Páginas Web

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Reciclaje>.
- AL-Invest IV, (2012-febrero-07), Negocios exitosos: la artesanía de Ecuador viaja a Francia. Recuperado de <http://www.alinvest4can.org/?author=4>.
- AL-INVEST, 2015, Recuperado de: <http://www.al-invest4camc.org/inicio/>
- Concepto de Reciclaje (s.f). Recuperado de <http://elreciclaje.org/>
- Diplomatie, F. (4 de febrero de 2014). France Diplomatie. Obtenido de www.lefrancediplomatie.fr
- Evolución Exportaciones Sector, (s.f). Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/artesantias/>
- Grupo de Actividades Recreativas, (2103). Turismo en Francia, Journal Seek. Recuperado de <http://www.luventicus.org/franciaciudades/turismo.html>

- Grupo de Actividades Recreativas, (2103). Turismo en Francia, Journal Seek. Recuperado de <http://www.luenticus.org/franciaciudades/turismo.html>.
- <http://anticandchic.es/es/tienda-online/objetos-y-decoracion/botellas-y-sifones/pareja-de-botellas-de-tintura>
- <http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Francia/Vidrio-y-sus-manufacturas/FR/70>
- <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/Ficha-Tecnica-Francia-Feb-2014.pdf>
- Junta Nacional del Artesano. (2013). Obtenido de www.juntanacionaldelartesano.ec
- Nosis, T. (2014). Trade Nosis. Obtenido de www.tradenosis.com
- PROECUADOR. (2014). Evolución Exportaciones Sector. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/artesantias/>
- PROECUADOR. (s.f.). Recuperado el 03 de 01 de 2015, de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Reciclaje, E. (22 de 05 de 2015). Reclicar. Recuperado el 22 de 05 de 2015, de www.elreciclaje.org
- SENA. (2012). SENA. Recuperado el 15 de 11 de 2014, de SENA: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action
- Senplades. (2010). www.senplades.gob.ec.
- Superintendencia de Compañías. (2009). Superintendencia de Compañías. Obtenido de Superintendencia de Compañías: http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- Trademap. (2014). Trademap. Obtenido de www.trademap.com.
- Ver http://www.trademap.org/CountrySelProductCountry_TS.aspx

- www.datosmacro.com
- www.proecuador.gob.ec Martínez, C. (22 de 01 de 2014). Prodalsan. (C. Guerrero, Entrevistador)

Boletines y Establecimientos

- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
- Banco Central del Ecuador (BCE)
- Cámara Artesanal de Quito
- Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha
- Centro de Comercio Internacional (Trademap)
- Comunidad Andina de Naciones (CAN)
- Diario “El Telégrafo” en la sección de Economía, publicada el día miércoles 23 de noviembre de 2011.
- Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPORT)
- France Diplomatie
- III Convención Nacional de Exportadores
- Institut National de la Statistique et des Études Économiques- INSEE
- Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria
- Junta Nacional de Defensa del Artesano
- Ley de Economía Popular y Solidaria
- Ministerios de Agricultura, Ganadería y Pesca (MAGAP)
- Mercado Común del Sur (MERCOSUR)
- Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)
- Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PORECUADOR)

- Secretaria de Capacitación Profesional (SECAP)
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES)
- Secretaría Técnica de Economía Popular y Solitaria (STEPS).
- Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)
- Superintendencia de Compañías del Ecuador (SC)
- Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS)

ANEXO 1

**REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION**

Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	015 2013-01 0000001
---------------	---------------------

Información de general

Código del distrito	QUITO	Código de régimen	EXPORTACIÓN DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	0000001

Información de Exportador

Nombre del exportador	MY FRIEND	Teléfono del exportador	
Dirección del exportador			
Número de documento de CIIU	EUC-1700010000	Ciudad del exportador	QUITO
CIIU	07000	Número de documento de declaración	EUC-1700000000
Nombre del declarante	PERRO RUIZ ALBERTO PATRICIO		
Dirección del declarante			
Código de forma de pago	A LA VISTA	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

Información de carga

Puerto de carga	Puerto MARITIMO GYE	Puerto pribadi desde donde se declara	—NULL—
Puerto de llegada o de destino	MADEIRA, PE	Fecha de la carta de	14/01/2013
Nombre del consignatario	CONTINENTAL INC		
Dirección del	209 BROAD STREET		
Ciudad del contribuyente	MOBILE	Tipo de carga	CARGA SUELTA
Almacén de lugar de	(1100004) ZPE QUATACUL	Medio de transporte	MARITIMO
País de destino final	FRANCIA		

Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción	1000	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	100	Peso total	100
Cantidad total de bultos	1	Cantidad de contenedores	
Cantidad total de unidades físicas	1	Cantidad total de unidades comerciales	1
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de afre	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Ítem

REPUBLICA DEL ECUADOR

DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION

Consulta del detalle de la declaración de exportación

No. Item	Código Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de Mercancías	País de Origen	Peso Neto	Cantidad de U. Comerciales
1	70110000	0000		ARTICULOS DE VIDRIO	ECUADOR	100	1

Despacho precedente

Numero de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente	Secuencial precedente	Numero Item

Observaciones de 000 - item

Numero de Item	Tipo Observación	Contenido

Documentos

Numero de Item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de fin de vigencia	Fecha de analisis
	848001-001	CONOCIMIENTO DE EMBARQUE/GUIA AEREA/CARTA DE PORTE	10/12/2013	10/12/2013
	NÓ	EXPORTACION TIENE DESTINO FINAL, TERRITORIOS O LIBRE INTERMEDIACION DE PERSONAS DOMICILIADAS EN PARASOS FISCALES O REGIMENES FISCALES PREFERENTES	10/12/2013	10/12/2013
	0000004	FACTURA COMERCIAL	10/12/2013	10/12/2013

