

UNIVERSIDAD DEL AZUAY



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
ADMINISTRACIÓN**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“Elaboración y evaluación del proyecto “Ama Ecuador” para la
exportación de artesanías”**

**Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Ingeniera/o
Comercial**

Autores:

Ana Estefanía Coello López

Ermel Horacio Ávila Vélez

Directora:

Ingeniera María José González Calle

Cuenca, Ecuador

2017

Índice de Contenidos

Resumen	11
Introducción.....	13
Capítulo I: Análisis del entorno	15
1.1. Análisis en base al diamante de Porter	15
1.1.1. Dotación de los factores	15
1.1.2. Condiciones de la Demanda	16
1.1.3. Industrias conexas e industrias de Apoyo	16
1.1.4. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas	16
1.2. Análisis PEST	17
1.2.1. Fuerzas políticas, gubernamentales y legales	17
1.2.2. Fuerzas Económicas	20
1.2.2.1. Comportamiento del Precio del Petróleo	20
1.2.2.2. Riesgo País	20
1.2.2.3. Índice de precios al consumidor.....	21
1.2.2.4. Indicadores Laborales	21
1.2.2.5. Balanza comercial del Ecuador	22
1.2.2.6. Deuda interna y externa.....	22
1.2.3. Fuerzas sociales, culturales y demográficas	23
1.2.4. Fuerzas tecnológicas y científicas	24
1.3. Análisis de políticas públicas para exportaciones.....	26

Capítulo II: Elaboración del Proyecto31

2.1. Estudio de mercado.....	31
2.1.1. Producto.....	31
2.1.2. Demanda.....	40
2.1.3. Oferta.....	46
2.1.4. Precio.....	52
2.1.5. Competencia directa e indirecta	52
2.1.5.1. Competencia directa.....	52
2.1.5.2. Competencia indirecta.....	54
2.1.6. Comercialización y distribución.....	54
2.1.7. Restricciones de importación de artesanías	55
2.1.8. Políticas de cobro y pago.....	56
2.1.9. Estrategias de Marketing	56
2.1.9.1. Comercio justo	56
2.1.9.2. Estrategias publicitarias.....	57
2.2. Estudio Técnico	58
2.2.1. Costos de envío.....	58
2.2.1.1. Maquinaria, equipo y herramientas.....	59
2.2.1.2. Requerimiento de capital humano.....	59
2.2.2. Análisis de proveedores.....	60
2.2.3. Análisis de cercanía con los clientes	61

2.2.4.	Tamaño óptimo de los locales	61
2.3.	Estudio administrativo y legal	62
2.3.1.	Tamaño de la estructura organizativa.....	62
2.3.2.	Perfil de los trabajadores y asignación de tareas	62
2.3.3.	Misión y visión	64
2.3.4.	Logística	65
2.3.4.1.	Empaque.....	65
2.3.4.2.	Embalaje.....	66
2.3.4.3.	Etiquetado.....	67
2.3.4.4.	Canal de distribución.....	68
2.3.4.5.	Cadena de valor.....	69
2.3.5.	Estudio Legal	70
2.3.5.1.	Permisos y licencias para llevar a cabo el proyecto	72
Capítulo III: Evaluación del proyecto.....		75
3.1.	Plan de inversiones y fuentes de financiamiento	75
3.2.	Inversiones	76
3.3.	Proyección de costos y gastos.....	78
3.4.	Balance General Proyectado	83
3.5.	Estado de Resultados Proyectado	84
3.6.	Flujo de caja proyectado	85
3.7.	Evaluación del Proyecto	86

3.7.1. Valor actual neto (VAN)	88
3.7.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	88
3.7.3. Periodo de Recuperación de la inversión (PR).....	90
3.7.4. Punto de equilibrio	91
3.7.5. Índices Financieros	93
3.7.6. Análisis de Sensibilidad	95
3.8. Impactos.....	97
3.8.1. Sociales.....	97
Conclusiones	98
Recomendaciones	100
Bibliografía.....	102
Anexos.....	108

Índice de Tablas

Tabla 1: Estrategias competitivas	17
Tabla 2: Industrias Priorizadas	17
Tabla 3: Estrategias	26
Tabla 4: Principales productos artesanales exportables	31
Tabla 5: Principales productos ecuatorianos exportables del sector textil y confecciones	32
Tabla 6: Importaciones Mundiales de textiles y confecciones en Miles de USD en el periodo de 2007- 2011	33
Tabla 7: Exportación de joyas del Ecuador en el periodo 2008-2012.....	35
Tabla 8: Productos a exportar por Ama Ecuador	35
Tabla 9: Principales importadores de artesanías.....	40
Tabla 10: Demanda histórica de las artesanías	42
Tabla 11: Proyección de la demanda de Artesanías	45
Tabla 12: Oferta históricas de artesanías en el exterior (Miles de USD)	47
Tabla 13: Proyección de la oferta para el periodo 2016-2020 (Miles de USD)	49
Tabla 14: Demanda insatisfecha para el periodo 2016-2020 (Miles de USD).....	51
Tabla 15: Participación en el mercado de la exportación de artesanías de Colombia....	53
Tabla 16: Costo de la creación de la plataforma Virtual	54
Tabla 17: Costo de la creación de la plataforma Virtual	55
Tabla 18: Cronograma de publicidad	57
Tabla 19: Proyección de la cantidad a exportar.....	58

Tabla 20: Costo de exportación Agencia - Cliente.....	58
Tabla 21: Equipos de oficina.....	59
Tabla 22: Requerimiento de personal.....	60
Tabla 23: Distancia y ubicación de los proveedores de la empresa Ama Ecuador	60
Tabla 24: Metodología para la definición de la misión.....	64
Tabla 25: Metodología para establecer la visión de la empresa.....	65
Tabla 26: Financiamiento de la inversión	76
Tabla 27: Activos Fijos	76
Tabla 28: Capital de trabajo.....	77
Tabla 29: Útiles en inventarios.....	77
Tabla 30: Inversión total.....	78
Tabla 31: Gastos en sueldos y salarios del personal.....	78
Tabla 32: Proyección del costo de adquisición e ingresos para el Año 1.....	79
Tabla 33: Proyección del costo de adquisición e ingresos para el Año 2.....	79
Tabla 34: Proyección del costo de adquisición e ingresos para el Año 3.....	80
Tabla 35: Proyección del costo de adquisición e ingresos para el Año 4.....	80
Tabla 36: Proyección del costo de adquisición e ingresos para el 2020	80
Tabla 37: Insumos de limpieza.....	80
Tabla 38: Insumos de oficina	80
Tabla 39: Gasto anual por concepto de servicios básicos	81
Tabla 40: Cálculo de la depreciación	81

Tabla 41: Cálculo de la amortización	82
Tabla 42: Amortización del préstamo	82
Tabla 43: Presupuesto de costos y gastos	83
Tabla 44: Estado de situación inicial	83
Tabla 45: Estado de resultado proyectado	84
Tabla 46: Flujo de efectivo proyectado	85
Tabla 47: Cálculo del valor de salvamento	86
Tabla 48: Cálculo del costo de oportunidad	87
Tabla 49: Cálculo del valor presente neto	88
Tabla 50: Tasa de descuento.....	89
Tabla 51: Cálculo de la tasa interna de retorno	89
Tabla 52: Saldo acumulado del flujo neto	90
Tabla 53: Punto de equilibrio	91
Tabla 54: Razones de liquidez para el estado inicial.....	94
Tabla 55: Razones de Rentabilidad para el estado inicial	95
Tabla 56: Análisis de sensibilidad	96

Índice de Figuras

Figura 1: Diamante de Porter	15
Figura 2: Comportamiento Histórico del precio del barril de petróleo	20
Figura 3: Riesgo País (Promedio anual)	21
Figura 4: Índice de precios al consumidor.....	21
Figura 5: Evolución del empleo Nacional	22
Figura 6: Balanza Comercial (USD Millones)	22
Figura 7: Deuda interna y externa (USD Millones)	23
Figura 8: Gasto en investigación y desarrollo como porcentaje del PIB 2011.....	24
Figura 9: Gasto en investigación y desarrollo de ciencia y tecnología por disciplina en el año 2011	25
Figura 10: Exportación de artesanías ecuatorianas.....	32
Figura 11: Productos exportados del sector textil	33
Figura 12: Productos textiles demandados a nivel mundial	34
Figura 13: Porcentaje de crecimiento de las importaciones del sector.....	41
Figura 14: Principales importadores mundiales del sector.....	42
Figura 15: Demanda de artesanías.....	44
Figura 16: Crecimiento de la demanda de artesanías	44
Figura 17: Comportamiento oferta y demada.....	48
Figura 18: Distribución en planta	61
Figura 19: Organigrama de "Ama Ecuador"	62
Figura 20: Empaque diseñado para las artesanías	66

Figura 21: Embalaje empleado	67
Figura 22: Canal de distribución propuesto.....	68
Figura 23: Plazos de Entregas	69
Figura 24: Cadena del valor.....	69
Figura 25: Representación del punto de equilibrio.....	92

Resumen

La presente investigación analiza y evalúa la idea de crear una empresa para exportar artesanías, también determina la demanda insatisfecha de dichos productos en los países considerados potenciales consumidores y la forma de cubrir dicha demanda. Se emplearon métodos y técnicas que contribuyeron a conocer la factibilidad de la creación de dicha empresa. Los principales resultados obtenidos son: VAN=\$ 25.625,33, TIR=42.06%, PR=14meses, demostrando la viabilidad del proyecto. Un análisis de sensibilidad corroboró lo expuesto anteriormente con un VAN positivo y una TIR superior al costo de oportunidad de 11.44 % tanto en un escenario optimista como en uno pesimista.

ABSTRACT

This research analyzed and evaluated the idea of creating a company to export handicrafts. It also determined the unsatisfied demand of these products in the countries considered potential consumers, as well as the way to cover such demand. Methods and techniques to know the feasibility of the creation of this company were used. The main results obtained were: NPV (Net Present Value) = \$ 25,625.33, IRR (Internal Return Rate) = 42.06%, PR (Prevalence Ratio) = 14 months; demonstrating in this way the feasibility of the project. A sensitivity analysis validated the above information with a positive NPV and an IRR above the Opportunity Cost of 11.44% in an optimistic as well as in a pessimistic scenario.


AZULAY
Dpto. Idiomas


Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

Introducción

En el Ecuador, el legado histórico y las tradiciones desarrolladas a medida que ha pasado el tiempo, han contribuido a la creación de exquisitas artesanías de gran aceptación tanto nacional como internacionalmente, gracias a su calidad y belleza. Por ello, las artesanías del Ecuador se caracterizan por su heterogeneidad, tradición y entorno geográfico en la cual se confeccionan, distinguiéndose especialmente por el material que utilizan en la elaboración y, además, por la originalidad del diseño desarrollado por las manos del artesano.

Las manos de los artesanos manifiestan la creatividad y conocimientos transmitidos de generación en generación en la creación de verdaderas obras de arte, donde cada detalle es minuciosamente atendido. Por lo general, los artesanos ecuatorianos que se dedican a la confección de artesanías hechas a mano, normalmente requieren de un socio comercializador que potencialice sus ventas y por ende sus actividades.

La creación de la empresa “Ama Ecuador” busca romper varios escalones en la cadena intermediaria de comercialización, ofreciendo la artesanía desde el artesano al cliente. En tal sentido, el plan de negocios para la creación de la empresa “Ama Ecuador” nace de la necesidad de contar con una plataforma virtual para la exportación de artesanías hechas a mano y de excelente calidad, que les facilite a los artesanos su comercialización y, además, contribuya a la entrada de divisas al país.

Es por ello, que la presente investigación tiene como propósito elaborar y evaluar el proyecto denominado “Ama Ecuador” para la exportación de artesanías, a través de un análisis económico, administrativo, de mercado, técnico y legal para fomentar e incentivar las ventas de productos elaborados por artesanos ecuatorianos.

Para dar cumplimiento a dicho objetivo general fue necesario proponer los siguientes objetivos específicos:

- Determinar la situación actual del entorno, mediante un análisis de la información cualitativa y cuantitativa del sector artesanal.
- Elaborar el proyecto, el cual consta de un estudio de mercado, técnico, organizativo y legal, para diagnosticar los requerimientos que implica la

implementación del proyecto; analizando la competencia, proveedores, clientes, así como también los recursos humanos y materiales que implica dicho proyecto.

- Realizar la evaluación financiera y la medición del impacto social del proyecto, mediante la elaboración de estados financieros proyectados.

Capítulo I: Análisis del entorno

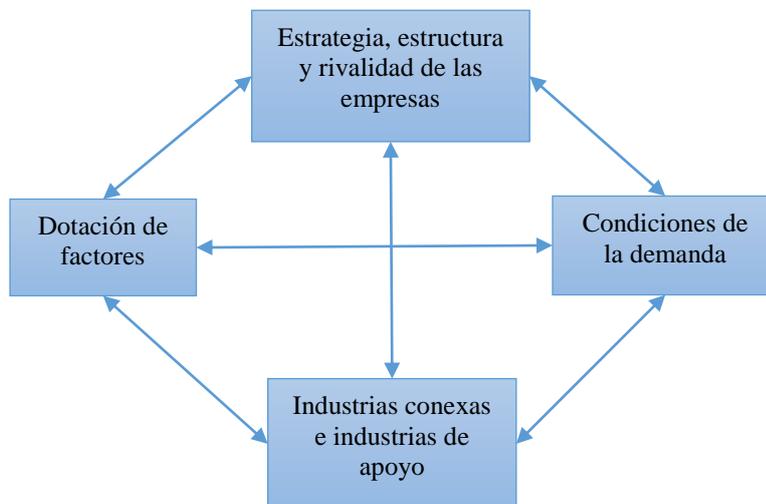
1.1. Análisis en base al diamante de Porter

El diamante de Porter “es un sistema mutuamente autorreforzante, ya que el efecto de un determinante depende del estado de los otros”(Porter, 2012). Es por ello que, el desarrollo o actuación de un componente siempre va a beneficiar o a afectar a los otros, ya que todos se encuentran estrechamente relacionados entre sí. El sistema crea un entorno fértil para el desarrollo de empresas competitivas y

propicia la agrupación en cluster organizaciones globalmente competitivas.

Según Porter (2012), “el marco en el que se gestan las ventajas competitivas consta de cuatro atributos: Condiciones de los factores: Condiciones de la demanda: Empresas relacionadas horizontal y verticalmente y la Estructura y rivalidad de las industrias”(pág. 212). En la figura 1 se aprecian estos atributos y su estrecha relación.

Figura 1: Diamante de Porter



Fuente: Porter(2012)

1.1.1. Dotación de los factores

Los factores se pueden agrupar en categorías genéricas, como los conocimientos, recursos humanos, físicos, capital e infraestructura, como planteó Michael Porter. Para el caso del proyecto “Ama Ecuador”, los factores auspiciantes de la ventaja competitiva son:

- La infraestructura de las comunicaciones en el país está altamente desarrollada.

- La mano de obra que realizan artesanías en el país en general es altamente calificada y muy creativa.
- Se han realizado pocas investigaciones referentes a la tecnología empleada en la rama artesanal.
- El país es muy rico en recursos naturales y, por ende, existen disímiles variedades consideradas como materias primas al alcance de los artesanos.

1.1.2. Condiciones de la Demanda

Existe un amplio mercado de productos artesanales en el exterior, constituyendo los principales clientes Estados Unidos de América, Japón y China los cuales le atribuyen un valor extraordinario al producto.

1.1.3. Industrias conexas e industrias de Apoyo

El proyecto “Ama Ecuador” puede contar con diversos proveedores en todo el país, constituidos por todos los artesanos que deseen vender sus productos. Existen diferentes artesanos competitivos dedicados a la confección de artículos divididos en diferentes categorías como adornos, sombreros, accesorios, vestimenta y joyería, para lo cual utilizan diferentes tecnologías y tinturas especiales importadas, realizando producciones de alta calidad.

1.1.4. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas

En el país no existen grandes empresas artesanales, sino solo pequeños artesanos que no se encuentran bien organizados. Tampoco existen grandes exportadores de artesanías, por lo que existe poca competencia entre ellos que posibilite una mejora entre los factores de producción avanzados. Por tales motivos se puede plantear que, en el país no existe una política que permita la creación del diamante referente a las artesanías. Existen aspectos positivos en los factores analizados anteriormente que el país puede aprovechar, puesto que pueden formarse un diamante más sólido y competitivo con el desarrollo de clústeres.

En la tabla 1 se muestran las estrategias competitivas que debe adoptar la empresa Ama Ecuador con el propósito de aprovechar las oportunidades de mercado teniendo en cuenta los factores negativos asociados a dichas estrategias.

Tabla 1: Estrategias competitivas

Estrategias	Aspectos positivos	Aspectos negativos
Posicionar Ama Ecuador en el mercado estadounidense chino y japonés.	Incremento de entrada de divisas al país.	Altos costos de publicidad.
Difundir el logotipo de la empresa a través del internet y revistas.	Incremento de la demanda.	Resistencia al amor por la marca.
Emplear canales de promoción.	Uso de medios masivos de comunicación de forma gratuita como las redes sociales.	Altos precios de las pautas radiales y televisivas, páginas en revistas y diarios en los mercados objetivos.
Participar en Ferias de Arte, Artesanía y Cultura en Estados Unidos, Japón y China.	Incremento de la preferencia por las artesanías ecuatorianas.	Altos costos de viáticos, hospedaje.

1.2. Análisis PEST

1.2.1. Fuerzas políticas, gubernamentales y legales

El Ecuador es un estado libre y democrático, soberano, pluricultural y multiétnico, conformado por cinco poderes que son el ejecutivo, legislativo, judicial, participación ciudadana y electoral. El poder ejecutivo está representado por el Economista Rafael Correa Delgado, quien es nuestro presidente elegido por voto democrático el 15 de enero del 2007. El Ecuador ha estado bajo su mandato por 9 años, lo que ha demostrado una estabilidad política que no se veía desde hacía varias décadas. Las próximas elecciones serán en abril del año 2017, en las cuales hay incertidumbre si el economista Rafael Correa irá a reelección.

El presidente Rafael Correa a lo largo de su mandato fortaleció el cambio de matriz productiva obteniendo un mayor valor agregado a la producción del país, no solo basándose en los recursos naturales que favorece, sino en su capital humano y la capacitación del mismo. Lo que se busca es reducir las importaciones de producto terminando, fomentando las exportaciones en busca de una balanza de pagos positiva. El Estado ha priorizado los sectores que ayudan a la vinculación de la política pública y la materialización de esta transformación como se observa en la tabla 2.

Tabla 2: Industrias Priorizadas

Sector	Industria
BIENES	1) Alimentos frescos y procesados
	2) Biotecnología (bioquímica y biomedicina)
	3) Confecciones y calzado
	4) Energías renovables
	5) Industria farmacéutica
	6) Metalmecánica
	7) Petroquímica
	8) Productos forestales de madera
SERVICIOS	9) Servicios ambientales
	10) Tecnología (software, hardware y servicios informáticos)
	11) Vehículos, automotores, carrocerías y partes
	12) Construcción
	13) Transporte y logística
	14) Turismo

Fuente: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo(2012)

El Ecuador a lo largo de los años ha ido firmando varios acuerdos comerciales ya sean bilaterales o unilaterales los cuales se otorga un beneficio arancelario ya sea total o parcial con los productos originarios del otro.

A partir del fin de las dictaduras en América Latina, los gobernantes de los diferentes países han buscado la integración de los pueblos Latinoamericanos, para ello se han conformado varias organizaciones e instituciones que velan por la unión y el beneficio de sus países miembros. El Ecuador forma parte de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) conformada por 13 países de América cuyo fin es lograr un mercado común en Latinoamérica. Por otro lado, la Comunidad Andina (CAN) de la cual, Ecuador también es miembro, busca un desarrollo integral para los países como un solo estado beneficiando de esta forma a los 4 países integrantes Colombia, Bolivia, Perú y Ecuador. El 29 de junio de 2015 se suscribió la Ley de extensión de preferencias la cual beneficia las exportaciones de Ecuador con otros 122 países con más de 400 subpartidas arancelarias. Por otra parte, ha firmado varios acuerdos con Europa con los países de Belarus, Francia, Turquía. Con el continente asiático con los países Irán, Indonesia y Catar. Con América con los países de Cuba, Perú, Colombia, República Dominicana, Chile, Uruguay, Guatemala, Brasil.

El Ecuador a partir del año 1999 perdió soberanía monetaria cambiando la moneda del país de sucres por dólares. Con este cambio el Ecuador tuvo como resultado la desventaja de la ausencia la política monetaria y cambiaria. Equilibrando esta debilidad, se fortaleció la política fiscal enfocada en el buen vivir, impulsada por el Servicio de Rentas Internas (SRI). La política fiscal determina los ingresos y los gastos para conseguir objetivos de eficiencia, redistribución y estabilización de la economía, sin embargo, actualmente ha habido un agotamiento fiscal por el elevado gasto público que se ha venido realizando en los últimos años, sumado de la caída del precio del petróleo a más del 50% del precio promedio dándonos como resultado un déficit ya que los ingresos no pueden mantener los gastos que tiene el Estado(Carrasco & Amoroso, 2012).

El Ecuador es un país que incentiva el desarrollo de los artesanos por medio de la Ley de Fomento Artesanal, esta ley fue suscrita el 19 de Mayo de 1986, en la cual se otorga a los artesanos, exoneración de aranceles siempre y cuando importen productos, maquinarias, herramientas, repuestos, materias primas, cajas que ayuden tanto a la producción o comercialización de los productos artesanales, siempre y cuando no se produzcan en el Ecuador, además se incentiva mediante un 15% de abono tributario sobre el valor FOB(“Free on Board” o “libre a bordo” en español). También son exonerados tanto del impuesto de giro al exterior como el de transacciones mercantiles. Los artesanos poseen exoneración de impuestos fiscales, municipales y provinciales.

El gremio artesanal está protegido con una atención preferencial cada uno y su familia por el seguro social siempre y cuando ayude en las prácticas artesanales que se llevan a diario en el taller.

Los artesanos accederán a créditos con mayor facilidad constando en el fondo especial de presupuesto anual.

El artesano mediante la ley antes nombrada tiene beneficios y obligaciones con el estado como llevar un libro de registro de solicitudes presentadas y la apropiación del mismo para obtener los beneficios de la ley. Deberán tener un registro de producción y de activos con su respectiva documentación.

En el Art. 56 de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, establece que, los servicios de los artesanos que presten sus talleres y operarios y bienes producidos y

comercializados por ellos accederán con tarifa "0"(Comisión de legislación y codificación, 2014).

El Ministerio de Relaciones Laborales establece que "el artesano calificado está exento del pago del décimo tercero, décimo cuarto y utilidades con respecto de sus operarios y aprendices, del resto de personal tienen que pagar estos beneficios"(Ministerio de Relaciones laborales, 2016).

1.2.2. Fuerzas Económicas

1.2.2.1. Comportamiento del Precio del Petróleo

Existen varios factores que afectan el crecimiento de la economía del Ecuador. Tal es el caso del precio del barril petróleo que desde el 2014 ha tenido una reducción llegando al precio más bajo desde hace más de una década a 49.70 por barril, esto se da por el exceso de demanda que existente(Ekosnegocios, 2016).

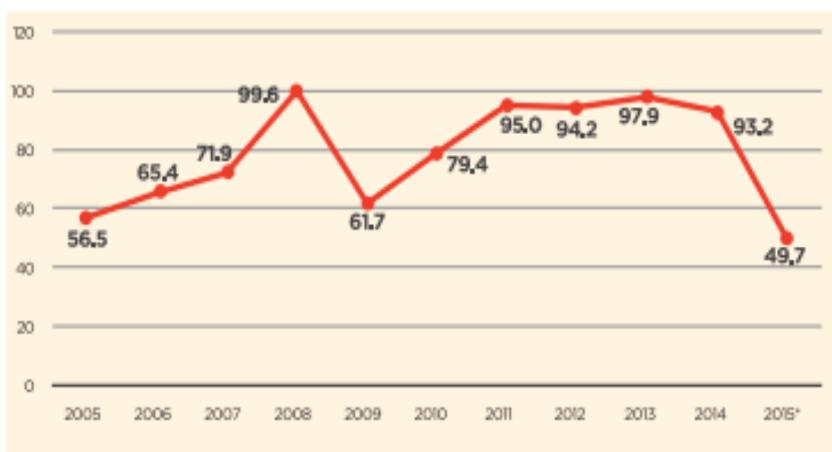


Figura 2: Comportamiento Histórico del precio del barril de petróleo

Fuente: Ministerio Coordinador de Política Económica(2013)

1.2.2.2. Riesgo País

El riesgo país del Ecuador es un indicador, que muestra la inseguridad que tiene un extranjero de invertir o colocar capitales en la economía ecuatoriana, ya sea por la baja en el precio del petróleo, el alto endeudamiento o el bajo crecimiento económico que tiene el país. El Ecuador se sitúa en el segundo lugar de Latinoamérica con el riesgo país más alto.

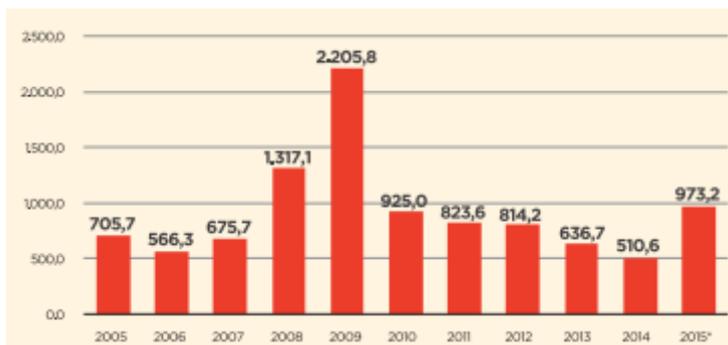


Figura 3: Riesgo País (Promedio anual)

Fuente: Ekosnegocios (2016)

1.2.2.3. Índice de precios al consumidor

El índice de precios al consumidor que tuvo el país en el 2015 fue de 4.08%, incrementándose en un 14% con respecto al año 2014 que fue de 3.59%, demostrando una pérdida en el poder adquisitivo en la canasta básica ya que el sueldo básico del 2014 fue de 340 USD y en el 2015 de 354 teniendo un alza de un 4% reduciéndose el ahorro del pueblo y la inversión (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016).



Figura 4: Índice de precios al consumidor

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2016)

1.2.2.4. Indicadores Laborales

La tasa de desempleo del país hasta junio del presente año es de 5.3%, aumentando en un 0.8% de los registros del año pasado. Por otra parte, se ha reducido en 4.9% la tasa de empleo adecuado, y el subempleo ha aumentado en un 3.1%, los ecuatorianos optan por trabajos de menor calidad recibiendo menos beneficios ya que no pueden ingresar a un trabajo regular (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016).

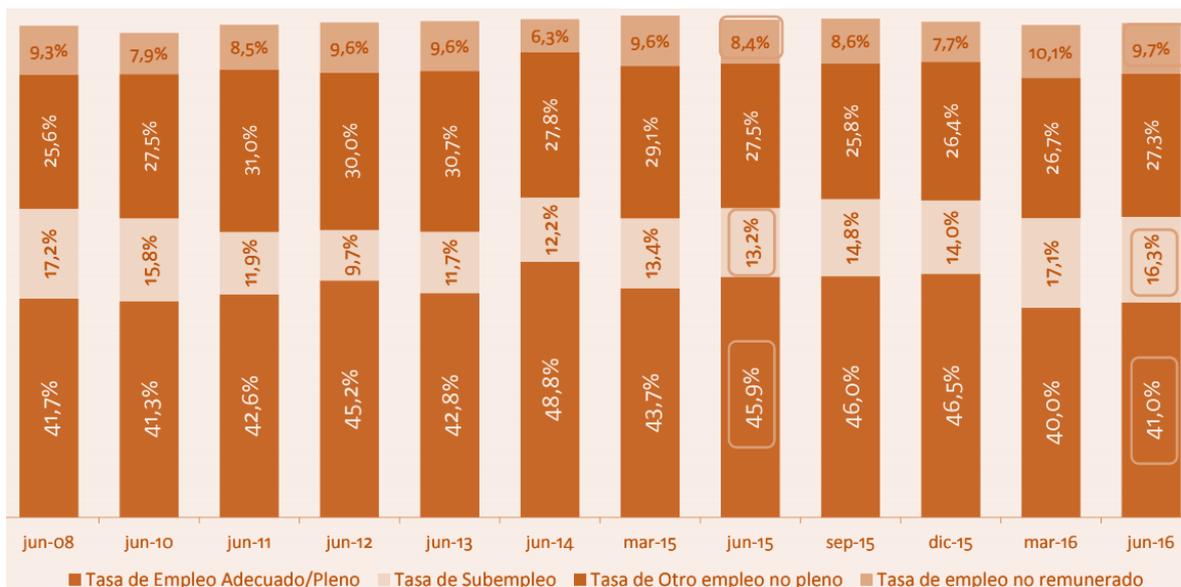


Figura 5: Evolución del empleo Nacional

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2016)

1.2.2.5. Balanza comercial del Ecuador

La balanza comercial del Ecuador es negativa ya que las importaciones superan a las exportaciones teniendo como resultado hasta septiembre de 2015 de USD -1.681 millones (Ekosnegocios, 2016)

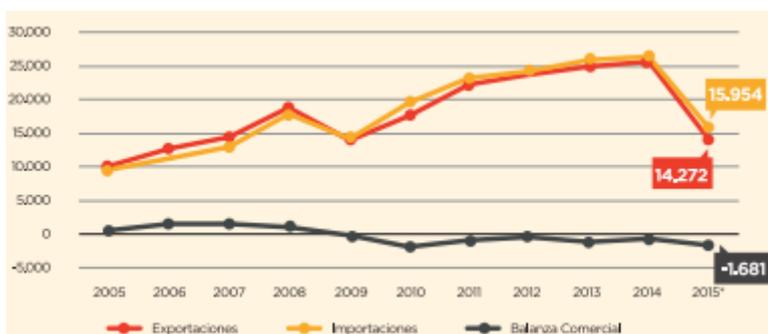


Figura 6: Balanza Comercial (USD Millones)

Fuente: Ekosnegocios (2016)

1.2.2.6. Deuda interna y externa

De acuerdo a la publicación realizada por la revista Ekosnegocios (2016), la deuda externa ha aumentado en un 2.5% del 2014 al 2015, esto se debe a la reducción de ingresos que ha tenido el estado buscando fuentes de ingresos como el endeudamiento para mantener los gastos que se tiene presupuestado (Ekosnegocios, 2016).



Figura 7: Deuda interna y externa (USD Millones)

Fuente: Ekosnegocios (2016)

1.2.3. Fuerzas sociales, culturales y demográficas

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) a finales del 2016 el Ecuador contará con 16'500.000 habitantes, con respecto al 2015 se ha incrementado en 250.000 habitantes, la tasa de crecimiento poblacional es de 1.6% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016).

Según la Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2010 – 2015) realizada por la INEC, la población ecuatoriana en los últimos 6 años ha incrementado la compra de las computadoras portátiles (16.7%), de escritorio (6%), y el 92.4% de las familias ecuatorianas poseen celular. El 38.8% de las familias ecuatorianas tienen acceso a internet utilizando este medio para obtener información, comunicarse y aprendizaje y crecimiento: Estos datos son un soporte de cómo la población ecuatoriana está cambiando sus preferencias gracias a los cambios tecnológicos (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2016).

En el 2012 según el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (ILCE) las ventas realizadas a través de canales electrónicos en Latinoamérica fueron de 54.000 millones de dólares, mientras que en Ecuador fueron de 300 millones demostrando el cambio de la manera de comprar de la población utilizando el internet y aumentando el nivel de confianza por parte del comprador. El producto que mayor rotación por medios electrónicos son prendas de vestir y calzado de un 33%, siendo un rubro de gasto significativo para las familias ecuatoriana (El Telégrafo (Redacción Economía), 2013).

1.2.4. Fuerzas tecnológicas y científicas

El Ecuador es un país que viene invirtiendo en el desarrollo tecnológico y científico ya que es un factor fundamental para el crecimiento económico y desarrollo de un país. Este rubro es llamado “el gasto Agregado en Actividades de Ciencia Tecnología e Innovación”. En el 2011, el Ecuador invirtió en este rubro 1.210,53 millones de dólares ascendiendo a 1.5% de PIB, mientras que Europa y Asia invierten entre un 2% a un 5% del PIB en I y D.



Figura 8: Gasto en investigación y desarrollo como porcentaje del PIB 2011

Fuente Banco Mundial (2015)

El 74% de la inversión del Ecuador fue una investigación aplicada siendo esta la que busca la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo. Esta se basa fundamentalmente en los hallazgos tecnológicos de la investigación básica, ocupándose del proceso de enlace entre la teoría y el producto”. Esto es un resultado de la gestión que el gobierno ha venido realizando fortaleciendo el sistema educativo en las universidades y otorgando más de 8000 becas a estudiante. Esto viene ligado directamente con el cambio de la matriz productiva ya que lo que se busca es dar un valor agregado para ser más competitivos a nivel mundial(Lozada, 2014).

En el gráfico 2 se muestra el gasto que se ha realizado en investigación y desarrollo en las diferentes áreas. La disciplina en la que más se invierte es en las ciencias naturales y exactas seguidas de la ingeniería y tecnología.



Figura 9: Gasto en investigación y desarrollo de ciencia y tecnología por disciplina en el año 2011

Fuente: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENECYT), (2012)

Las actividades económicas que realizan inversión en investigación y desarrollo son las de servicio, comercio, manufactura y minería. Las empresas ecuatorianas buscan la innovación ya sea en el producto, procesos productivos, procesos internos y comerciales. El 36.21% de las empresas introdujeron un producto o un servicio al mercado ya sea nuevo o mejorado. El 43.43% de las empresas que se concentran en la investigación y desarrollo han mejorado un producto ya existente lo que muestra una especialización y el 7.4% de las empresas han introducido un producto totalmente nuevo al mercado buscando alternativas para aumentar las ventas, diversificar los productos y acoplarse al mercado (Murillo, 2016).

Los fondos para el área de investigación y desarrollo son en su mayoría propios o financiados por la banca. El apoyo gubernamental es de 7% y los recursos provenientes de exterior del país es de un 8% (Lozada, 2014).

En la tabla 3 se muestra un resumen de las estrategias que implementará la Empresa Ama Ecuador que le permitirán aprovechar las oportunidades y mitigar las amenazas del entorno.

Tabla 3: Estrategias

Estrategias	Aspectos positivos	Aspectos negativos
Incentivar la creatividad de los artesanos	Apoyo a la Ley de Fomento Artesanal	Resistencia al cambio por parte de los artesanos
Adquirir artesanías en todo el territorio nacional	Aumento en la diversidad de artesanías	Incremento de los precios al consumidor
Contratar personal altamente calificado	Se incrementará la calidad de los productos ecuatorianos	Fluctuación de personal
Vender artesanías al extranjero a través de un sitio web	Aumento de la balanza comercial del Ecuador. Incremento de las transacciones vía internet	Altos costos asociados a la exportación por concepto de envío.

1.3. Análisis de políticas públicas para exportaciones

En el 2008 se estableció en la Constitución de la República de Ecuador que el desarrollo se orientará al Buen Vivir de todos las ecuatorianas y ecuatorianos para esto se creó el Plan Nacional del Buen con nuevas políticas y directrices para cumplir los objetivos planteados y la planificación(Constitución de la República del Ecuador, 2008).

La empresa Ama Ecuador proporcionará beneficios cuantiosos país y al territorio donde se enmarca, especialmente por su incidencia en los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, pues se muestran un grupo de factores que ofrecen un gran impacto desde el punto de vista social y económico. A continuación, se describe el impacto de la creación de la empresa Ama Ecuador sobre los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

Representará una fuente de empleo más para los moradores de la ciudad, por lo que contribuirá a la disminución del índice de desempleo.

Representará una fuente de entrada de divisas al país, por lo cual garantizará el progreso socioeconómico del país, al contribuir con el pago de impuestos y obligaciones al fisco.

Incrementará la cantidad de personal calificado en el sector, dado a que los colaboradores de la empresa se verán en la obligación de aprender y capacitarte.

Objetivo 9. Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia

Contribuirá al perfeccionamiento del ambiente socioeconómico de la ciudad de Cuenca, dando a la mejora económica de los habitantes del sector.

Promoverá el conocimiento jurídico para a los trabajadores de la empresa.

Objetivo 10. Garantizar el acceso a la participación pública y política

Se creará una asociación de trabajadores que promueva la organización colectiva

Se creará un cronograma para la rendición de cuentas de los socios sobre el comportamiento de la empresa.

Se establecerán espacios de intercambio entre trabajadores y directivos que potencie la participación.

Objetivo 11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

Contribuirá al incremento de la competitividad del sector, dado por el compromiso de los colaboradores calificados, lo cual evidencia el potencial del talento humano.

Efectuar actividades vinculadas con la gestión ambiental interna, incidiendo en la conciencia de los trabajadores sobre las buenas prácticas acerca del reciclaje de desechos sólidos, el ahorro de energía, agua, papel, entre otras.

Aprovechar los beneficios que ofrece el empleo de las TIC y por ende la reducción del empleo del papel.

Por otra parte, el Gobierno Nacional se ha concentrado mucho en la política comercial con el fin de aumentar las relaciones internacionales y por ende las exportaciones no petroleras; transformándose de un país primario exportador a un país exportador de producción con un valor agregado, amigable con el medio ambiente y diversificado, fomentando la micro, pequeñas, medianas y grandes industrias a la exportación de los productos. Para ello el estado actúa bajo el Programa Exporta País siendo el ente capacitador de las industrias para su internacionalización, y Pro Ecuador, Instituto de promoción de exportaciones e inversiones, siendo la herramienta permanente para preparar a nuevos exportadores y para ampliar las posibilidades y la aceptación en el mercado internacional.

La política de negociaciones tiene como objetivo general mejorar el acceso a mercados estratégicos de productos ecuatorianos para así aumentar las exportaciones tanto en valor y volumen, diversificar la oferta exportable, ampliar los destinos, aumentar el

número de exportadores, incorporar el valor agregados, incentivas a las MYPIMES a las exportaciones y aprovechar economías a escala. Las negociaciones comerciales buscan la inserción estratégica del país en el mundo con mayor realce los países cuya economía son amplias dinámica, tal es el caso de la Unión Europea siendo el mayor comprador de las exportaciones no petroleras del Ecuador (2800 millones de dólares 2015); para incrementarlas exportaciones hacia este destino se ha realizado el acuerdo comercial que entra en vigencia en diciembre del 2016 para que todos los productos de oferta exportable actual y potencial que ingresen con el 0% de arancel. Para complementar el acceso al mercado europeo el 22 de junio de 2015 se suscribió el acuerdo con la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) que abarca los países de Suiza Liechtenstein, Noruega e Islandia cuyo objetivo fue lograr un acuerdo comercial que incentivara los emprendimientos ecuatorianos.

Por otra parte, con los socios de Centroamérica, el Ecuador propuso negociaciones que incentivarán los productos que tienen un valor agregado tales como línea blanca, cerámica, metal mecánico, plásticos productos de madera, productos farmacéuticos ya que el 57% de exportaciones a estos destinos corresponden a manufacturas. Con el país de Turquía se quiere reanudar el acuerdo comercial con nuevos compromisos y lineamientos el cual otorga mejores condiciones de acceso a 99% de los productos que se exportan a ese país como banano, café, tagua, madera, rosas y aceites de pescados. En junio del 2015, Estados Unidos renovó el Sistema General de Preferencias (SGP), el cual permite el acceso de productos ecuatorianos con preferencias arancelarias hasta diciembre del 2017.

En el 2015 se desarrolló un nuevo Modelo de Convenio Bilateral de Inversiones del Ecuador que promueve los intereses del país con el fin de desarrollar un país atractivo para las inversiones que ayuden al cambio de la matriz productiva.

Las políticas que fomentan el objetivo estratégico de la inserción estratégica a la economía comercial del país en el mundo son:

- Emplear mecanismos que fortalezcan la comercialización y el acceso a productos ecuatorianos de todos los sectores productivos.
- Promover negociaciones comerciales y de atracción de inversiones para el cambio de matriz productiva.

La política que fortalecen el objetivo estratégico de incrementar las exportaciones no petroleras son:

- Democratizar medios de producción, generando oportunidades equitativas.
- Fortalecer los estándares de calidad.
- Fortalecer la creación de redes, cadenas productivas y circuitos de comercialización para reducir intermediarios.
- Promover la diversificación y la generación de valor agregado.
- Promover la innovación productiva mediante mecanismos ya sea financieros no financieros
- Fomentar la inversión en los servicios de logística, transporte, infraestructura, telecomunicaciones, para fortalecer la producción nacional.

El objetivo estratégico de reducir el déficit de la balanza comercial se sostiene bajo estas políticas:

- Sustituir las importaciones por producción local siempre y cuando el producto se produzca en suelo nacional.
- Incentivar la compra de producto de nacionales o producto que ha sido producido en su mayor parte por materia prima ecuatoriana.

El objetivo de incrementar la inversión extranjera directa con mayor concentración en los sectores priorizados en el cambio de la matriz productiva se basa en la siguiente política:

- Promover las negociaciones comerciales y de atracción y protección inversiones que fomenten la transformación productiva.

El Ministerio de Comercio Exterior (MCE) para lograr todos los objetivos estratégicos ha realizado varias campañas publicitarias como “Ecuador acércanos al Mundo” tanto en propagandas de televisión, radio, prensa, y revista, Facebook, YouTube, Twitter, con el fin de que el Ecuador tenga un posicionamiento a nivel internacional en el cual resalta las negociaciones de acuerdos comerciales y la protección de los intereses en materia de comercio exterior

- Los objetivos del MCE son aumentar las exportaciones

- Más provincias exporten más productos exportados, abarcando mayores destinos de exportación
- Más exportadores participan en el programa exporta país.

Los objetivos del cambio de la matriz productiva están dados para ofrecer al mercado internacional productos con mayor valor agregado, en tal sentido, la empresa de nueva creación ofrecerá a mercados productos terminados con un alto valor agregado, que presentan alta demanda de artesanías como Estados Unidos, Japón y China, dando cumplimiento a las disposiciones del país.

Capítulo II: Elaboración del Proyecto

2.1. Estudio de mercado

2.1.1. Producto

El Ecuador es un país diversificado, pluricultural y multiétnico cuya población se ha venido desarrollando en una geografía variada, gracias a esto se ha desarrollado varias técnicas de producción que se han venido transmitiendo de generación en generación manteniendo nuestra identidad. En la región costa se caracteriza por realizar artesanías únicas de productos marinos y sin olvidar la paja toquilla elaborando sombreros de alta calidad. En la región sierra se caracteriza por productos tallados en madera, joyería, textil; y en la amazonia gracias a sus diversidades en materias primas construyen objetos de cerámica, alfarería pintada entre otros.

Para determinar qué artesanías Ama Ecuador va a exportar se identificó que productos artesanales exporta más el Ecuador y los productos artesanales más demandados a nivel mundial.

Los principales productos artesanales que el Ecuador exporta de acuerdo a las estadísticas que muestran Pro-Ecuador (2016) y Google Adwords (2017) son adornos elaborados a partir de plástico y marfil vegetal los cuales como muestra en la Tabla 4 representan un 36 % de la participación con un crecimiento durante este periodo de un 2.16%. Seguido a estos se encuentran los sombreros elaborados a partir de materiales como cuero, paja y tela, ocupando estos el 25 % aproximadamente de la participación en el mercado con un crecimiento de un 46.10%. Otros de los productos altamente demandados son cascos para sombreros trenzados con una participación del 19%. Y un crecimiento de un 8.66%

Tabla 4: Principales productos artesanales exportables

PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN DEL SECTOR ARTESANIAS								
Miles USD								
Subpartida	Descripción	2008	2009	2010	2011	2012	% Participación 2012	TCPA 2008-2012
9606.30.10.00	FORMAS PARA BOTONES Y DEMÁS PARTES PARA BOTONES DE PLASTICO O DE TAGUA (MARFIL VEGETAL)	7,063	5,451	7,928	12,706	7,693	35.74%	2.16%
6504.00.00.00	SOMBREROS Y DEMÁS TOCADOS O FABRICADOS POR UNIÓN DE TIRAS DE CUALQUIER MATERIA INCLUSO GUARNECIDOS	1,167	2,137	3,369	5,259	5,319	24.71%	46.10%
6502.00.10.00	CASCOS PARA SOMBREROS, TRENZADOS DE PAJA TOQUILLA O DE PAJA MOCORA	2,945	3,305	4,826	7,850	4,106	19.08%	8.66%
6912.00.00.00	VAJILLA Y DEMÁS ARTÍCULOS DE USO DOMÉSTICO, HIGIENE O TOCADOR, DE CERÁMICA, EXCEPTO PORCELANA	2,846	881	819	1,563	1,410	6.55%	-16.10%
9602.00.90.00	LAS DEMÁS MATERIAS VEGETALES O MINERALES (TAGUA)	400	403	558	1,238	1,005	4.67%	25.87%
7117.90.00.00	LAS DEMÁS BISUTERIAS	112	115	197	227	499	2.32%	45.30%
7117.19.00.00	BISUTERIA DE LOS DEMÁS METALES COMUNES	551	267	55	292	447	2.08%	-5.10%
6911.90.00.00	LAS DEMÁS VAJILLAS Y DEMÁS ARTÍCULOS DE USO DOMESTICO, HIGIENE O TOCADOR DE PORCELANA	93	99	151	183	223	1.04%	24.31%
4420.1000.00	ESTÁTUILAS Y DEMÁS OBJETOS DE ADORNO, DE MADERA	476	435	340	243	210	0.97%	-18.55%
9505.90.00.00	LOS DEMÁS ARTÍCULOS PARA FIESTAS, CARNAVAL U OTRAS DIVERSIONES	102	82	63	125	196	0.91%	17.87%
	LOS DEMÁS PRODUCTOS	1,377	745	810	748	415	1.93%	-25.89%
	TOTALES	17,133	13,921	19,117	30,432	21,523	100.00%	5.87%

Fuente: Pro-Ecuador(2016)

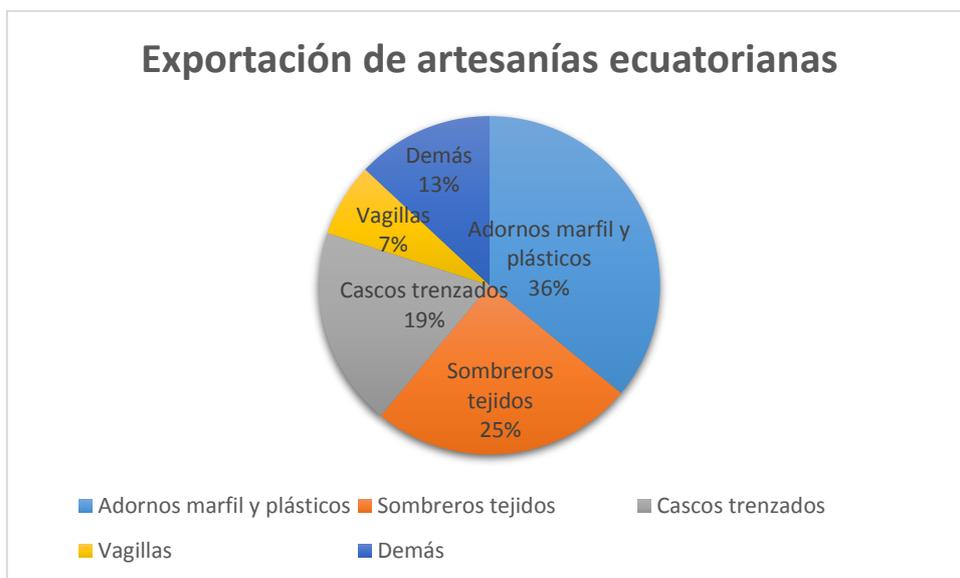


Figura 10: Exportación de artesanías ecuatorianas

Fuente: Pro-Ecuador (2016)

Entre los principales productos del sector textil y confecciones que más se exportaron en el periodo 2009 y 2012, como se muestra en la tabla 5, fueron los sacos, talegas para envasar con un 16.05% de participación, tejidos de mezclillas de distintos colores y los hilados con un 10% de participación, seguido de mantas sintéticas y camisetas.

Tabla 5: Principales productos ecuatorianos exportables del sector textil y confecciones

PRINCIPALES PRODUCTOS ECUATORIANOS EXPORTADOS DEL SECTOR TEXTIL Y CONFECCIONES							
Valor Miles USD FOB							
SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN	2009	2010	2011	2012*	TCPA 2009-2011	% Partic. 2011
6305.33.20.00	SACOS (BOLSAS) Y TALEGAS PARA ENVASAR DE POLIPROPILENO	13,086	19,351	31,338	20,758	54.75%	16.05%
5911.32.00.00	PRODUCTOS Y ARTÍCULOS TEXTILES DE PESO SUPERIOR O IGUAL A 650 G/M2	768	27,134	30,839	557	533.53%	15.80%
5911.31.00.00	TELAS Y FIELTROS SIN FIN O CON DISPOSITIVOS DE UNIÓN DE PESO INFERIOR A 650 G/M2	15,387	62,295	21,091	1,412	17.08%	10.80%
5211.42.00.00	TEJIDOS DE MEZCLILLA DE DISTINTOS COLORES	2,058	4,308	13,083	12,048	152.14%	6.70%
5305.00.11.00	COCO, ABACÁ Y DEMÁS FIBRAS TEXTILES VEGETALES EN BRUTO	12,888	13,126	12,907	13,689	0.08%	6.61%
6301.40.00.00	MANTAS DE FIBRAS SINTÉTICAS (EXCEPTO LAS ELÉCTRICAS)	6,718	8,438	10,547	7,578	25.30%	5.40%
5209.42.00.00	TEJIDOS DE MEZCLILLA (DENIM) CON HILADOS DE DISTINTOS COLORES	3,650	5,764	8,013	5,329	48.16%	4.11%
6115.21.00.00	LAS DEMÁS CALZAS, PANTY-MEDIAS Y LEOTARDOS DE FIBRAS SINTÉTICAS, DE TÍTULO INFERIOR A 67 DECTEX POR HILO SENCILLO	3,536	4,943	5,632	2,657	26.21%	2.89%
5509.32.00.00	HILADOS DE FIBRAS SINTÉTICAS RETORCIDOS O CABLEADOS	1,194	2,910	3,498	2,346	71.13%	1.79%
6109.10.00.00	CAMISETAS DE ALGODÓN	1,878	2,922	3,203	2,198	30.60%	1.64%
	DEMÁS PRODUCTOS	119,853	78,101	55,052	48,780	-32.23%	28%
	TOTAL	181,016	229,293	195,204	117,352	3.85%	100.00%

Fuente: Pro-Ecuador(2016)

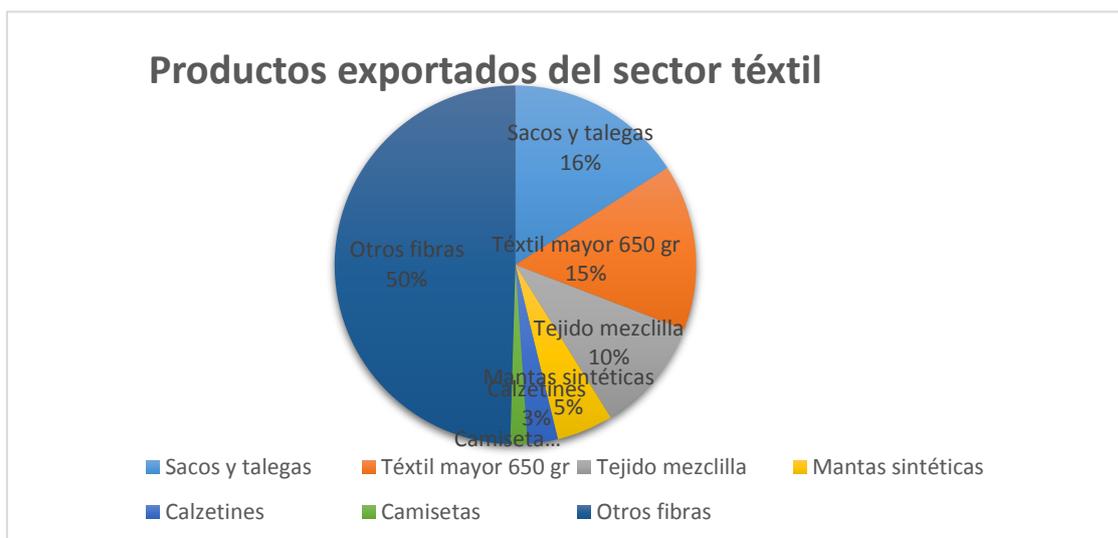


Figura 11: Productos exportados del sector textil

Fuente: Pro-Ecuador (2016)

Como se aprecia en la tabla 6 y en gráfico los productos más demandados a nivel mundial son las camisetas, suéteres y pantalones ocupando cada uno con 8% y un 9 % respectivamente seguido de ropa de tocador y de cocina y prendas para niño.

Tabla 6: Importaciones Mundiales de textiles y confecciones en Miles de USD en el periodo de 2007-2011

IMPORTACIONES MUNDIALES DE TEXTILES Y CONFECCIONES								
MILES USD								
#	Descripción del producto	2007	2008	2009	2010	2011	Total 2007-2011	% Participación
1	camisetas de punto de algodón, para mujeres o niñas	23,250,783	24,613,839	21,563,797	23,438,300	26,042,242	118,908,961	4%
2	sueteres, jerséis, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares	23,656,790	25,760,145	23,010,259	23,774,552	25,255,875	121,457,621	4%
3	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón.	20,215,445	22,100,720	19,564,849	20,951,664	23,991,431	106,824,109	4%
4	algodón sin cardar ni peinar.	11,826,012	12,407,411	8,297,020	15,286,115	22,623,891	70,440,449	2%
5	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón para mu	21,018,699	21,488,905	18,639,882	19,081,415	20,778,356	101,007,257	3%
6	sueteres, jerséis, pullovers, cardigans, chalecos y artículos similares	14,986,495	16,209,722	15,455,500	16,745,734	20,392,446	83,789,897	3%
7	camisas de algodón, para hombres o niños	10,240,969	10,823,002	9,395,909	10,587,762	12,707,900	53,755,542	2%
8	camisetas de punto de las demás materias textiles.	6,523,386	6,756,189	6,459,775	7,799,067	9,768,944	37,307,361	1%
9	los demás, artículos confeccionados	6,879,933	7,443,233	7,963,374	8,258,280	9,339,986	39,884,806	1%
10	sostenes	7,893,724	8,419,919	7,455,546	8,246,772	9,177,664	41,193,625	1%
11	camisas, blusas y blusas camiseras, para mujeres o niñas, de algodón	6,332,250	6,898,110	6,582,369	7,168,718	7,138,544	34,119,991	1%
12	los demás anoraks, cazadoras y artículos similares para hombres o niño	4,280,503	4,813,668	4,446,969	4,952,313	6,764,146	25,257,599	1%
13	camisas de punto de algodón, para hombres o niños	5,726,185	5,961,878	5,164,939	5,636,073	6,677,315	29,166,390	1%
14	prendas y complementos de vestir, de punto de algodón, para bebés	5,299,589	5,509,713	5,112,267	5,503,591	6,409,022	27,834,182	1%
15	los demás anoraks, cazadoras y artículos similares para mujeres o niña	4,055,571	4,611,409	4,359,702	4,823,315	6,225,783	24,075,780	1%
16	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de fibras sintéticas	4,561,078	4,731,268	4,175,906	4,596,062	5,929,812	23,994,126	1%
17	ropa de tocador o de cocina, de tejido de toalla con bucles, de algodón	4,682,302	4,991,600	4,393,320	5,027,308	5,739,216	24,833,746	1%
18	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de punto de algodón	3,615,713	3,780,992	3,888,289	4,760,680	5,569,666	21,615,340	1%
19	fibras sintéticas discontinuas sin cardar, peinar ni transformar de ot	3,786,580	3,864,387	3,075,845	4,082,153	5,563,409	20,372,374	1%
20	vestidos de fibras sintéticas para mujeres o niñas	2,600,501	3,128,078	3,285,199	4,081,103	5,300,196	18,395,077	1%
	Demás productos	389,002,684	402,915,642	342,370,211	393,251,356	465,827,015	1,993,366,908	66%
	Total	580,435,192	607,229,830	524,660,927	598,052,333	707,222,859	3,017,601,141	100%

Fuente: Pro-Ecuador(2016)

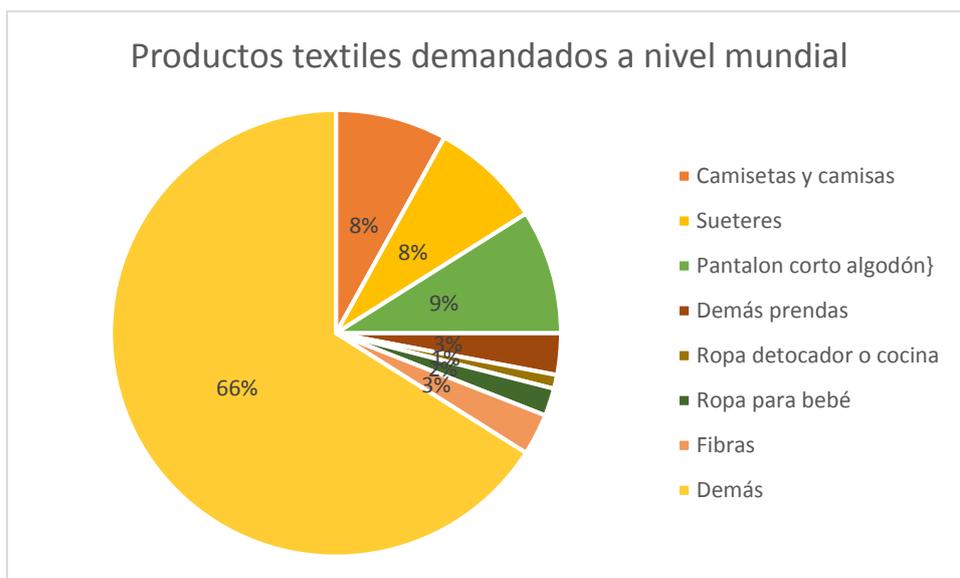


Figura 12: Productos textiles demandados a nivel mundial

Fuente: Pro-Ecuador (2016)

Ecuador en el periodo 2008-2012, como se muestra en la tabla 7 exportó 0.9 toneladas de joyas de platas lo cual representó una fuente importante de entrada de divisas al país, siendo los países de Colombia Perú y Estados unidos los mayores importadores.

Tabla 7: Exportación de joyas del Ecuador en el periodo 2008-2012

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCIÓN NANDINA	PAÍS	TONELADAS	FOB – USD MILES USD
7113110000	DE PLATA, INCLUSO REVESTIDA O CHAPADA DE OTRO METAL PRECIOSO (PLAQUÉ)	COLOMBIA	0.16	355.71
		PERÚ	0.04	27.74
		ESTADOS UNIDOS	0.20	9.76
		PANAMÁ	0.44	2.88
		ZONA FRANCA DE ECUADOR	0.04	1.00
		CHILE	0.04	0.60
		CUBA	0.02	0.03

Fuente: Pro-Ecuador (2016)

Teniendo en cuenta los productos artesanales que más exporta el Ecuador se ha determinado los productos a publicar y comercializar en la página web de Ama Ecuador como adornos en tagua, plástico, cerámica y madera, seguido de sombrero ya sea de paja toquilla cuero y tela que han tenido un crecimiento anual positivo, al igual que los accesorios en cuero y tela. Por la alta demanda que tiene la vestimenta a nivel mundial ya sea camisetas, pantalones, suéteres se decidió también incluir en la lista al igual que la joyería.

Tabla 8: Productos a exportar por Ama Ecuador

Adornos	1. Tagua	Figuras de animales	
		Figuras humanas	
		Palmeras	
		Botones	
	2. Plásticos	Botones	
		Adornos de navidad	
		Cofres	
		Juguetería	

	3. Cerámica	Esculturas		
		Vajillas		
	4. Madera	Esculturas		
		Objetos de decoración en balsa, caña guadua y pambil		
Sombreros y Cascos	1. Cuero			
	2. Tela			
	3. Paja			
Accesorios	1. Cuero	Carteras		
		Billeteras		
Monedero				
Cinturones				
2. Tela		Chales		
		Pañuelos de cuello		
		Mantillas		
		Carteras		
		Guantes		
		Calcetines		
Vestimenta	1. Hilo	Camisas		
		Talegas		
		Pantalones		
		Blusas		
		Suéteres		
	2. Algodón		Camisetas	
			Chalecos	
			Bufandas	
			Tejidos de mezclillas	
			Pantalones cortos	
Blusas				

		Prendas para bebés	
Joyería	1. Plata	Anillos	
		Collares	
	2. Fantasía	Pulseras	
		Aretes	
		Dijes	
		Collares	

Elaborado por los autores

Según los funcionarios del Ministerio de Industrias y Productividad (Mipro) analizan las características del mercado europeo y francés, para las artesanías ecuatorianas, por parte del importador de productos artesanales Michel Ferragu, de nacionalidad francesa, menciona que compra productos exclusivamente de América Latina, principalmente de México, Brasil y Bolivia; y que desde hace dos años se ha puesto en contacto con artesanos ecuatorianos que han comenzado a exportar sus productos. Para Ferragu, el mercado europeo de artesanía es muy amplio, porque en Europa la mayoría posee en sus residencias un producto artesanal; sin embargo, dijo que la gran dificultad es que ese nicho tiene un competidor muy fuerte que es el “supermercado” de la falsa artesanía industrial, tomado de El Telégrafo (2012).

PRINCIPALES DESTINOS DE LOS PRODUCTOS DEL SECTOR ARTESANIAS							
Valor FOB Miles USD							
PAIS	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 2008-2012	Participación 2012
ITALIA	2,632	2,260	3,539	6,572	2,800	1.56%	13.01%
ESTADOS UNIDOS	1,562	1,602	1,658	2,528	2,392	11.24%	11.11%
HONG KONG	1,167	1,074	1,394	3,334	2,200	17.17%	10.22%
JAPON	241	440	629	1,471	1,817	65.72%	8.44%
COLOMBIA	880	318	525	1,416	1,368	11.66%	6.36%
FRANCIA	270	573	1,043	1,321	1,273	47.34%	5.92%
ESPAÑA	1,127	858	777	1,332	1,217	1.93%	5.65%
CHINA	679	298	595	2,877	982	9.66%	4.56%
ALEMANIA	457	690	972	1,910	942	19.82%	4.38%
TURQUIA	87	52	184	680	850	76.61%	3.95%
BRASIL	263	340	469	614	564	20.94%	2.62%
PANAMA	91	73	91	1,162	561	57.43%	2.61%
CHILE	255	152	284	432	547	21.01%	2.54%
COREA DEL SUR	297	33	174	880	542	16.23%	2.52%
REINO UNIDO	233	291	313	564	520	22.15%	2.42%
PERU	306	462	308	418	473	11.51%	2.20%
VENEZUELA	1,135	284	236	322	392	-23.33%	1.82%
MEXICO	797	249	399	420	296	-21.94%	1.38%
ARGENTINA	74	75	182	179	210	29.92%	0.98%
PORTUGAL	76	34	53	4	166	21.40%	0.77%
Los demás países	4,500	3,763	5,291	1,997	1,412	-25.16%	6.56%
Total	17,133	13,921	19,117	30,432	21,523	5.87%	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Según el El Telégrafo (2012).

Empresas como Pamar y Cía fabrican mensualmente 5 mil sombreros de paja toquilla y exportan a distintos países como Estado Unidos, Argentina, Chile, Perú y Centroamérica. El gerente de esta compañía radicada en la ciudad de Cuenca, Pablo Musson, asegura que anualmente exportan USD 1,2 millones y esperan encontrar nuevos mercados para la venta del sombrero ecuatoriano, en pequeñas y grandes cantidades, sus productos a los países de Colombia, Panamá, Francia, Estados Unidos y Emiratos Árabes Unidos.

Según Revista Líderes (2014) menciona que en los 27 países de la Unión Europea (UE), el sombrero de paja toquilla es cotizado, también en Estados Unidos, así como en Asia. Además se registran exportaciones a Brasil, las estadísticas del Banco Central del Ecuador y de la Federación de Exportadores del Ecuador (Fedexpor) muestran que el año pasado, el 60% de las exportaciones de sombreros de paja toquilla se fueron para la UE. El porcentaje restante de los envíos de esta artesanía (40%) se reparte en EE.UU., Asia y el Mercosur principalmente. Todos los mercados mencionados, asegura Ribadeneira, valoran que el producto es hecho a mano. Como datos adicionales se

afirma que el principal importador mundial de artesanías es Estados Unidos y los países de Europa,

Países de Medio Oriente, Australia y Países de Asia. Las tendencias actuales de consumo es buscar productos que sean útiles, valorando el diseño y la creatividad del artesano, así como los materiales utilizados. La mayoría de los artículos son utilizados como adornos en los hogares y en lugares de recreación, hoteles...etc. La historia de los productos así como las técnicas tradicionales utilizadas para su elaboración son altamente valoradas. Otros aspectos importantes son la innovación y la exclusividad de los productos. Es importante demostrar que se cumplen criterios de responsabilidad social y ambiental, mejor a través de sellos de certificación internacional, según Inteligencia Comercial e Inversiones (2013).

Jorge Miranda asegura que conocer el mercado al que se quiere llegar es otro punto importante. Él es propietario de una empresa de marketing en Estados Unidos, que hace dos años comenzó a asesorar a artesanos que buscan ingresar al mercado norteamericano, pero existe un problema: la oferta no siempre está a la par del estilo y gustos de los consumidores. “Un diseño que puede pegar en Florida, puede fracasar en Nueva York o Chicago. Acá los gustos pueden variar de acuerdo al tiempo. Nuestra artesanía se debería vender en las ferias de verano, no en otoño o invierno”, y se cree que con el tiempo incrementará, sobre todo en Europa donde existe la tendencia de apoyar proyectos ecológicos y sociales, en base a lo que hacen los países en desarrollo.

El consumo por Internet de artesanías se encuentra en auge por lo que dos de cada tres internautas en el mundo compran en línea (online), según México Forbes (2015). Los países que compran más por internet son:

- China 75% de sus internautas
- Alemania 72% de sus internautas
- Corea del Sur 72% de sus internautas
- India 71% de sus internautas
- Brasil 67% de sus internautas
- Reino Unido 67% de sus internautas
- Irlanda 66% de sus internautas
- Turquía 64% de sus internautas

- Taiwán 63% de sus internautas
- Indonesia 62% de sus internautas

2.1.2. Demanda

Según las estadísticas oficiales del Centro de Comercio Internacional Trade Map (2016), el principal país importador de artesanías en el mundo es Estados Unidos de América quien presenta los niveles de demanda más altos registrados en los últimos cinco años con una demanda creciente de un 23% y representado el 24% del valor total de las importaciones en el sector de artesanías. Otros de los países mayores importadores de artesanías lo constituyen Japón, China, Alemania, Francia, representando los dos primeros países el 9% y el tercero y cuarto el 7%, sin embargo, en los últimos 5 años ha tenido una disminución de un 7% y un 14% respectivamente.

Los resultados demuestran que el mercado artesanal a nivel mundial, se evidencia una tendencia creciente de un 10% de la compra de estos artículos, que está originada por el aumento de una cultura en los consumidores finales de apreciación del arte de otros países.

Tabla 9: Principales importadores de artesanías

Importadores de artesanías a nivel					
Importadores	2011	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos de América	11.721.894	12.730.972	13.412.700	13.871.141	14.462.489
Japón	5.711.096	6.300.151	5.859.504	5.734.088	5.328.552
Hong Kong, China	6.203.205	6.070.511	5.965.817	5.973.176	5.307.673
Alemania	4.143.760	3.837.265	4.176.645	4.589.346	4.328.177
Francia	4.107.553	4.345.984	4.307.801	4.614.927	4.235.110
Reino Unido	3.343.749	3.223.362	3.434.149	3.797.251	3.647.725
Italia	3.238.351	3.014.999	3.074.442	3.369.046	3.210.386
China	1.687.188	1.875.945	1.917.131	1.958.762	2.106.797
Corea, República de	1.778.521	1.891.913	2.006.303	2.207.847	2.106.084
España	1.699.109	1.535.861	1.535.845	1.747.114	1.727.097
Canadá	1.412.604	1.501.461	1.600.747	1.641.547	1.613.575
Países Bajos	1.276.956	1.251.084	1.410.904	1.463.942	1.546.140
Singapur	1.052.836	1.077.333	1.216.941	1.351.506	1.410.078
Emiratos Árabes Unidos	0	1.129.812	1.344.570	1.473.159	1.241.484
Australia	1.010.905	1.114.323	1.172.084	1.213.985	1.196.225
Bélgica	1.222.758	1.178.395	1.309.326	1.292.746	1.147.951
Suiza	1.042.469	1.018.281	1.074.548	1.177.812	1.110.974
México	668.500	763.630	791.282	908.348	905.859
Polonia	524.320	459.777	572.966	706.107	712.855
Austria	681.192	648.969	672.394	755.300	682.901
Rusia, Federación de	1.024.896	1.121.013	1.183.285	992.878	650.513
Taipei Chino	586.740	616.852	581.221	619.267	614.381
Arabia Saudita	384.514	443.326	454.178	507.199	537.555
República Checa	448.973	407.676	429.170	515.652	511.901

Nota: Los datos están expresados en USD

Fuente: Centro de Comercio Internacional Trade Map (2016)

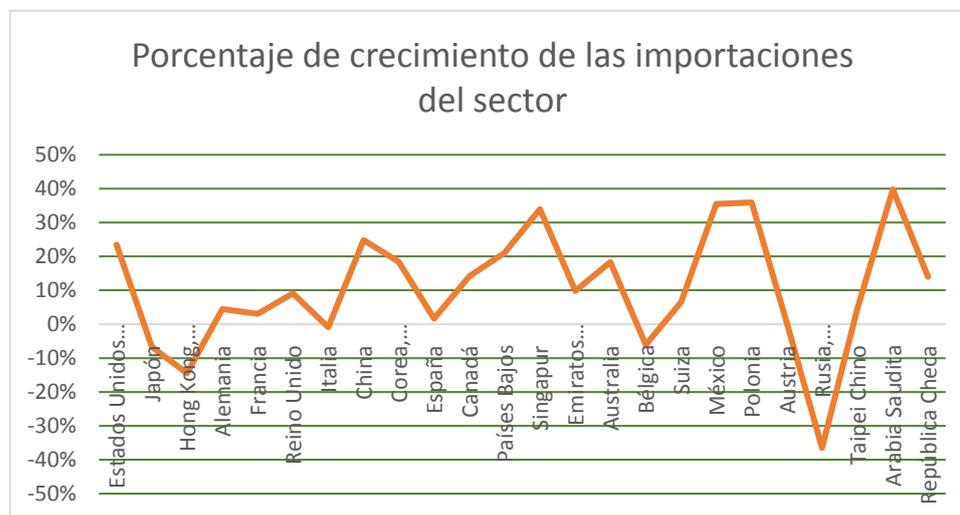


Figura 13: Porcentaje de crecimiento de las importaciones del sector

Fuente: Centro de Comercio Internacional Trade Map (2016)

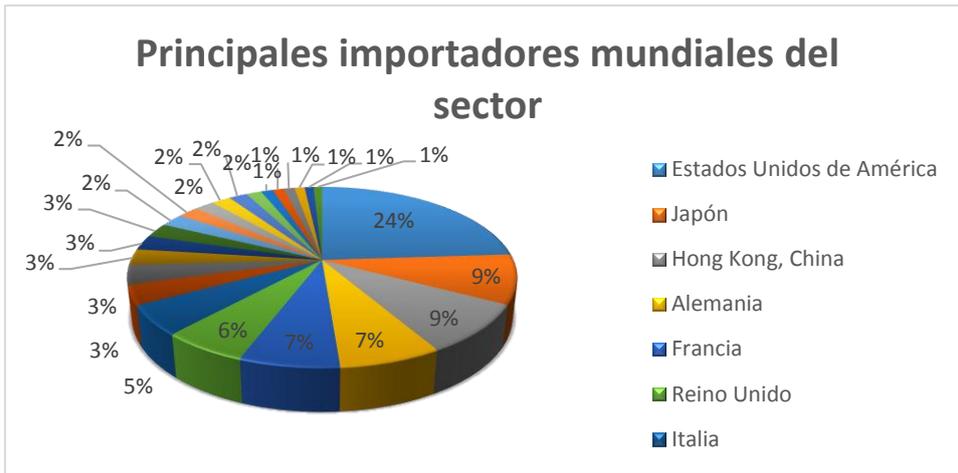


Figura 14: Principales importadores mundiales del sector

Fuente: Pro-Ecuador (2016)

En la tabla 10 se aprecia la demanda de todos los artículos que Ama Ecuador pretenden exportar, los cuales fueron obtenidos a través del Centro de Comercio Internacional Trade Map (2016). Por tanto, se puede plantear que la demanda de las artesanías a nivel mundial tuvo descenso del año 2014 al 2015 de 18.202.373,00 es decir una caída de un 6%. Como se observa en el gráfico los productos más demandados a nivel mundial son los adornos con un 41% de participación, vestimenta un 40% seguido de joyería, accesorios y sombreros.

Tabla 10: Demanda histórica de las artesanías

Productos		Demanda 2013 (Dólares)	Demanda 2014 (Dólares)	Demanda 2015 (Dólares)	Demanda Promedio (Dólares)	Sumatoria por variedades de Productos (Dólares)	
Adornos	1. Tagua	Figuras de animales	336.809,60	393.537,20	374.904,00	368.416,93	121.425.658,33
		Figuras humanas	294.708,40	344.345,05	328.041,00	322.364,82	
		Palmeras	210.506,00	245.960,75	234.315,00	230.260,58	
		Botones	1.885.674,00	1.863.733,00	1.717.591,00	1.822.332,67	
	2. Plásticos	Botones	19.325.463,60	20.413.500,60	19.624.148,10	19.787.704,10	
		Adornos de navidad	16.104.553,00	17.011.250,50	16.353.456,75	16.489.753,42	
		Cofres	16.104.553,00	17.011.250,50	16.353.456,75	16.489.753,42	
	3. Cerámica	Juguetería	12.883.642,40	13.609.000,40	13.082.765,40	13.191.802,73	
		Esculturas	18.143.751,60	19.416.536,80	18.036.205,20	18.532.164,53	
	4. Madera	Vajillas	27.215.627,40	29.124.805,20	27.054.307,80	27.798.246,80	
Esculturas		1.840.781,70	1.956.395,40	1.956.395,40	1.917.857,50		
Sombremos y Cascos	1. Cuero	3.177.576,40	3.538.542,00	3.450.027,60	3.388.715,33	8.471.788,33	
	2. Tela	2.780.379,35	3.096.224,25	3.018.774,15	2.965.125,92		
	3. Paja	1.985.985,25	2.211.588,75	2.156.267,25	2.117.947,08		
Accesorios	1. Cuero	Carteras	683.184,00	820.092,00	777.762,60	760.346,20	22.063.342,33
		Billeteras	569.320,00	683.410,00	648.135,50	633.621,83	
		Monedero	569.320,00	683.410,00	648.135,50	633.621,83	
		Cinturones	455.456,00	546.728,00	518.508,40	506.897,47	
	2. Tela	Chales	1.158.854,00	1.149.494,40	1.060.636,40	1.122.994,93	
		Pañuelos de cuello	1.013.997,25	1.005.807,60	928.056,85	982.620,57	
		Mantillas	724.283,75	718.434,00	662.897,75	701.871,83	
		Carteras	800.785,00	751.847,00	678.337,00	743.656,33	
		Guantes	3.706.328,00	4.060.059,00	3.868.548,00	3.878.311,67	
		Calcetines	12.168.982,00	12.532.568,00	11.596.649,00	12.099.399,67	
Vestimenta	1. Hilo	Camisas	8.260.933,00	8.404.683,00	7.881.482,00	8.182.366,00	118.062.591,33
		Talegas	1.725.084,80	1.808.571,60	1.767.910,80	1.767.189,07	
		Pantalones	1.509.449,20	1.582.500,15	1.546.921,95	1.546.290,43	
		Blusas	1.078.178,00	1.130.357,25	1.104.944,25	1.104.493,17	
		Sueteres	53.880.044,00	56.113.084,00	52.097.599,00	54.030.242,33	
	2. Algodón	Camisetas	36.131.120,00	38.472.789,00	36.380.827,00	36.994.912,00	
		Chalecos	2.338.491,20	2.444.809,20	2.482.379,20	2.421.893,20	
		Bufandas	2.046.179,80	2.139.208,05	2.172.081,80	2.119.156,55	
		Tejidos de mezclilla	1.461.557,00	1.528.005,75	1.551.487,00	1.513.683,25	
		Pantalones cortos	348.736,00	366.536,00	376.408,00	363.893,33	
		Blusas	523.104,00	549.804,00	564.612,00	545.840,00	
		Prendas para bebés	7.241.919,00	7.691.725,00	7.484.252,00	7.472.632,00	
Joyería	1. Plata	Anillos	11.779.828,80	9.050.693,60	7.685.928,40	9.505.483,60	24.679.358,67
		Collares	17.669.743,20	13.576.040,40	11.528.892,60	14.258.225,40	
	2. Fantasía	Pulseras	317.921,70	239.445,60	266.717,40	274.694,90	
		Aretes	264.934,75	199.538,00	222.264,50	228.912,42	
		Dijes	264.934,75	199.538,00	222.264,50	228.912,42	
		Collares	211.947,80	159.630,40	177.811,60	183.129,93	
Total (Dólares)		295.489.786,00	303.410.402,00	285.208.029,00	294.702.739,00		

Nota: Los datos están expresados en USD

Fuente: Centro de Comercio Internacional Trade Map (2016)

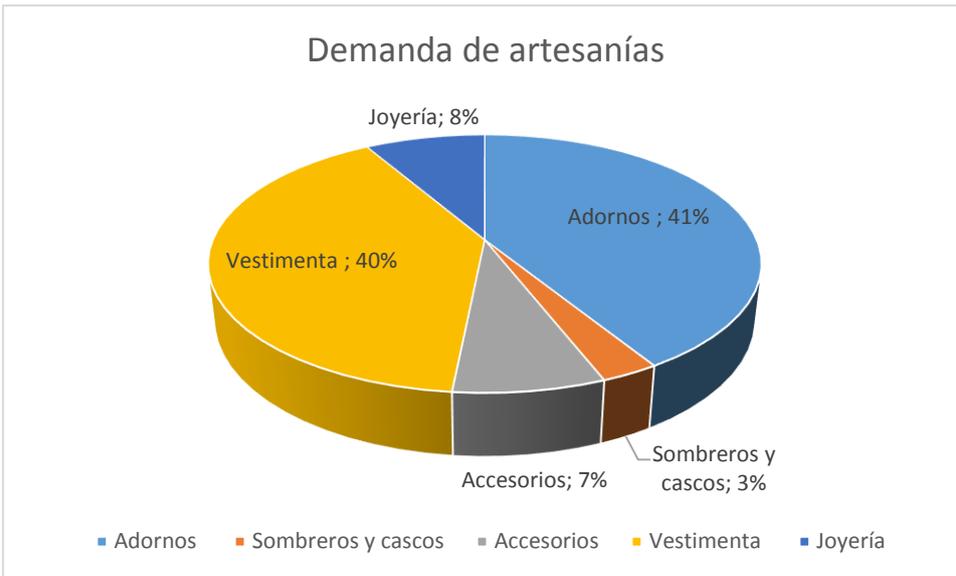


Figura 15: Demanda de artesanías

Fuente: Centro de Comercio Internacional Trade Map (2016)

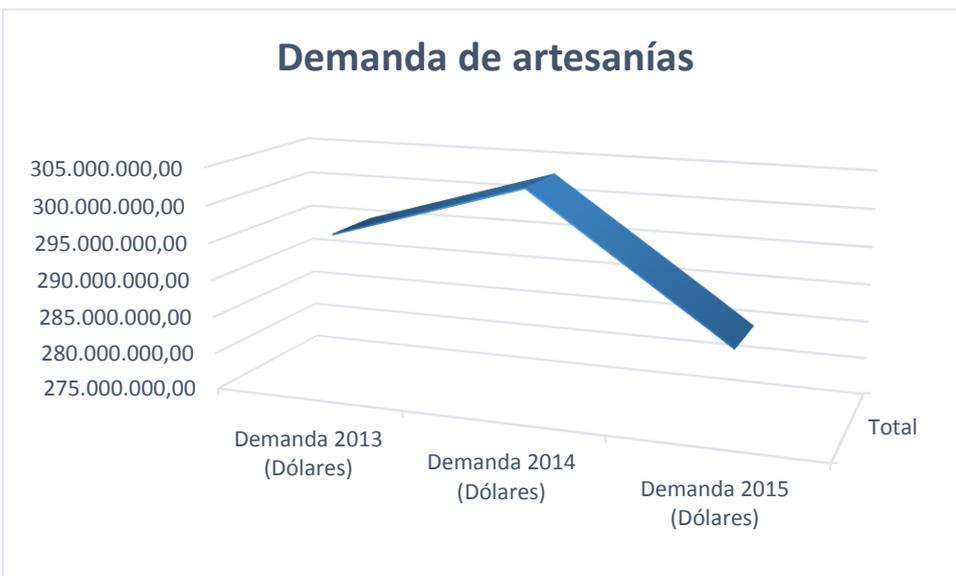


Figura 16: Crecimiento de la demanda de artesanías

Fuente: Centro de Comercio Internacional Trade Map (2016)

Teniendo en cuenta estos datos, se estima que la demanda presente un comportamiento similar anualmente con una pequeña disminución del 0.27% dado su comportamiento constituyendo esto la base para estimar la proyección de la demanda para los próximos 5 años, para lo cual se utiliza el método geométrico:

$$Dt = D(1 + i)^n$$

Dónde:

D_t = Demanda total

D = Demanda actual

i = Tasa relativa de crecimiento anual

$n = 5$: potencia relativa al número de años en el que se efectuó el estudio.

Por tanto, en el 2016 la demanda en el exterior de productos artesanales ecuatorianos será de 284.437.967,00USD, como se aprecia a continuación.

$$D_t = 285.208.029,00 (1 - 0.27 \%)^1$$

$$D_t = 284.437.967,00USD$$

Por tanto, para la proyección los próximos años también se tuvo en cuenta este método, obteniéndose en la tabla 11 los valores de demanda total relativos al crecimiento de la demanda de artesanías en el exterior, teniendo en cuenta el porcentaje estimado de los países dispuestos a comprar. Por ello, la demanda para el 2020 se estima que sea de 281.378.456,00USD.

Tabla 11: Proyección de la demanda de Artesanías

Proyección de la demanda de Artesanías							
Productos		2016	2017	2018	2019	2020	
Adornos	1. Tagua	Figuras de animales	373.892	372.882	371.875	370.871	369.870
		Figuras humanas	327.155	326.272	325.391	324.512	323.636
		Palmeras	233.682	233.051	232.422	231.795	231.169
		Botones	1.712.954	1.708.329	1.703.716	1.699.116	1.694.528
	2. Plásticos	Botones	19.571.163	19.518.321	19.465.621	19.413.064	19.360.649
		Adornos de navidad	16.309.302	16.265.267	16.221.351	16.177.553	16.133.874
		Cofres	16.309.302	16.265.267	16.221.351	16.177.553	16.133.874
	3. Cerámica	Juguetería	13.047.442	13.012.214	12.977.081	12.942.043	12.907.099
		Esculturas	17.987.507	17.938.941	17.890.506	17.842.202	17.794.028
	4. Madera	Vajillas	26.981.261	26.908.412	26.835.759	26.763.303	26.691.042
		Esculturas	1.951.113	1.945.845	1.940.591	1.935.352	1.930.126
	Sombreros y Cascos	Objetos de decoración en balsa, caña guadua y pambil		4.552.597	4.540.305	4.528.046	4.515.821
1. Cuero		3.440.713	3.431.423	3.422.158	3.412.918	3.403.703	
2. Tela		3.010.623	3.002.495	2.994.388	2.986.303	2.978.240	
3. Paja		2.150.445	2.144.639	2.138.849	2.133.074	2.127.314	
Accesorios	1. Cuero	Carteras	775.663	773.568	771.480	769.397	767.319
		Billeteras	646.386	644.640	642.900	641.164	639.433
		Monedero	646.386	644.640	642.900	641.164	639.433
		Cinturones	517.108	515.712	514.320	512.931	511.546
	2. Tela	Chales	1.057.773	1.054.917	1.052.068	1.049.228	1.046.395
		Pañuelos de cuello	925.551	923.052	920.560	918.074	915.596
		Mantillas	661.108	659.323	657.543	655.767	653.997
		Carteras	676.505	674.679	672.857	671.041	669.229
		Guantes	3.858.103	3.847.686	3.837.297	3.826.937	3.816.604
		Calcetines	11.565.338	11.534.112	11.502.970	11.471.912	11.440.937
Vestimenta	1. Hilo	Camisas	7.860.202	7.838.979	7.817.814	7.796.706	7.775.655
		Talegas	1.763.137	1.758.377	1.753.629	1.748.895	1.744.173
		Pantalones	1.542.745	1.538.580	1.534.426	1.530.283	1.526.151
		Blusas	1.101.961	1.098.986	1.096.018	1.093.059	1.090.108
		Sueteres	51.956.935	51.816.652	51.676.747	51.537.220	51.398.069
	2. Algodón	Camisetas	36.282.599	36.184.636	36.086.937	35.989.503	35.892.331
		Chalecos	2.475.677	2.468.992	2.462.326	2.455.678	2.449.048
		Bufandas	2.166.217	2.160.368	2.154.535	2.148.718	2.142.917
		Tejidos de mezclillas	1.547.298	1.543.120	1.538.954	1.534.799	1.530.655
		Pantalones cortos	375.392	374.378	373.367	372.359	371.354
		Blusas	563.088	561.567	560.051	558.539	557.031
		Prendas para bebés	7.464.045	7.443.892	7.423.793	7.403.749	7.383.759
Joyería	1. Plata	Anillos	7.665.176	7.644.480	7.623.840	7.603.256	7.582.727
		Collares	11.497.765	11.466.721	11.435.760	11.404.884	11.374.091
	2. Fantasía	Pulseras	265.997	265.279	264.563	263.848	263.136
		Aretes	221.664	221.066	220.469	219.874	219.280
		Dijes	221.664	221.066	220.469	219.874	219.280
		Collares	177.332	176.853	176.375	175.899	175.424
		Total (Dólares)		284.437.967,00	283.669.985,00	282.904.076,00	282.140.235,00

Nota: Los datos están expresados en miles de USD

Fuente: Centro de Comercio Internacional Trade Map(2016)

2.1.3. Oferta

Según las estadísticas oficiales Centro de Comercio Internacional Trade Map (2016), la oferta de artesanía del mundo en el 2015 descendió con respecto al 2014 a - 18.020.037,02 USD es decir un 6% comportándose de igual manera que la demanda como se muestra en el gráfico 17,teniendo un margen de demanda que no ha sido satisfecha.

Tabla 12: Oferta históricas de artesanías en el exterior (Miles de USD)

Productos		Oferta 2013 (Dólares)	Oferta 2014 (Dólares)	Oferta 2015 (Dólares)	
Adornos	1. Tagua	Figuras de animales	331.083,84	386.847,07	368.530,63
		Figuras humanas	289.698,36	338.491,18	322.464,30
		Palmeras	206.927,40	241.779,42	230.331,65
		Botones	1.853.617,54	1.832.049,54	1.688.391,95
	2. Plásticos	Botones	19.963.203,90	21.087.146,12	20.271.744,99
		Adornos de navidad	16.636.003,25	17.572.621,77	16.893.120,82
		Cofres	16.636.003,25	17.572.621,77	16.893.120,82
	3. Cerámica	Juguetería	13.308.802,60	14.058.097,41	13.514.496,66
		Esculturas	17.835.307,82	19.086.455,67	17.729.589,71
	4. Madera	Vajillas	26.752.961,73	28.629.683,51	26.594.384,57
Esculturas		1.809.488,41	1.923.136,68	1.923.136,68	
Sombreros y Cascos	1. Cuero		3.123.557,60	3.478.386,79	3.391.377,13
	2. Tela		2.733.112,90	3.043.588,44	2.967.454,99
	3. Paja		1.952.223,50	2.173.991,74	2.119.610,71
Accesorios	1. Cuero	Carteras	671.569,87	806.150,44	764.540,64
		Billeteras	559.641,56	671.792,03	637.117,20
		Monedero	559.641,56	671.792,03	637.117,20
		Cinturones	447.713,25	537.433,62	509.693,76
	2. Tela	Chales	1.139.153,48	1.129.953,00	1.042.605,58
		Pañuelos de cuello	996.759,30	988.708,87	912.279,88
		Mantillas	711.970,93	706.220,62	651.628,49
		Carteras	787.171,66	739.065,60	666.805,27
		Guantes	3.643.320,42	3.991.038,00	3.802.782,68
		Calcetines	11.962.109,31	12.319.514,34	11.399.505,97
Vestimenta	1. Tejido de Punto	Camisas	8.120.497,14	8.261.803,39	7.747.496,81
		Talegas	1.695.758,36	1.777.825,88	1.737.856,32
		Pantalones	1.483.788,56	1.555.597,65	1.520.624,28
		Blusas	1.059.848,97	1.111.141,18	1.086.160,20
		Sueteres	52.964.083,25	55.159.161,57	51.211.939,82
	2. Algodón	Camisetas	35.516.890,96	37.818.751,59	35.762.352,94
		Chalecos	2.298.736,85	2.403.247,44	2.440.178,75
		Bufandas	2.011.394,74	2.102.841,51	2.135.156,41
		Tejidos de mezclilla	1.436.710,53	1.502.029,65	1.525.111,72
		Pantalones cortos	342.807,49	360.304,89	370.009,06
		Blusas	514.211,23	540.457,33	555.013,60
		Prendas para bebés	7.118.806,38	7.560.965,68	7.357.019,72
Joyería	1. Plata	Anillos	11.579.571,71	8.896.831,81	7.555.267,62
		Collares	17.369.357,57	13.345.247,71	11.332.901,43
	2. Fantasía	Pulseras	328.095,19	247.107,86	275.252,36
		Aretes	273.412,66	205.923,22	229.376,96
		Dijes	273.412,66	205.923,22	229.376,96
		Collares	218.730,13	164.738,57	183.501,57
Total (Dólares)		293.739.297,45	301.693.784,71	283.673.747,70	

Nota: Los datos están expresados en dólares

Fuente: Centro de Comercio Internacional Trade Map(2016)

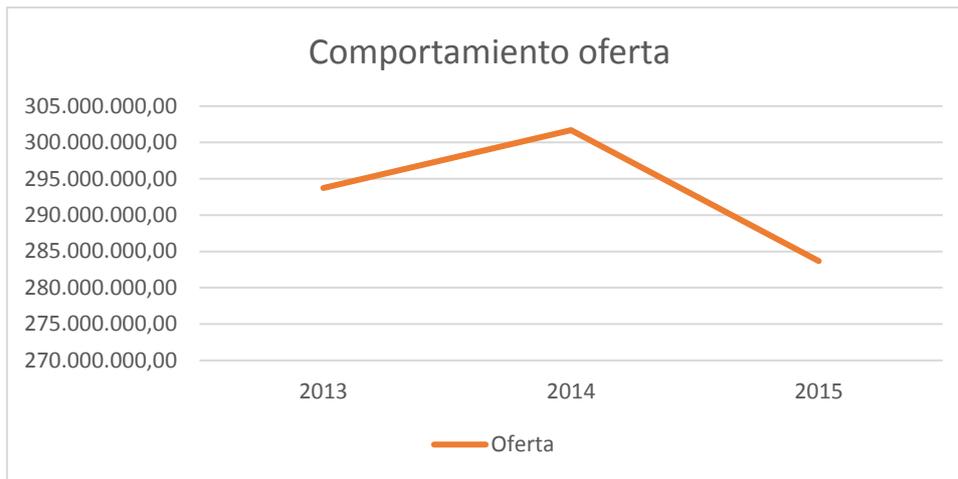


Figura 17: Comportamiento oferta y demanda

Fuente: Centro de Comercio Internacional Trade Map(2016)

Para la proyección de la oferta en el periodo 2016-2020 se tuvo en cuenta el comportamiento histórico de la exportación en los 3 años anteriores, por tal motivo la tasa de decrecimiento anual se estima sea del 0.27 %. En la proyección de la oferta para los próximos 5 años, se empleó el método geométrico o exponencial que se muestra a continuación:

$$O_t = O(1 + i)^n$$

Dónde:

O_t = Oferta total

O = Oferta actual

i = Tasa relativa de crecimiento anual

n = 5: potencia relativa al número de años por los que estará en vigor la investigación.

Por tanto, en el 2016 la oferta en el exterior de productos artesanales será de 282.907.829,00 USD, y llegando a ser de 279.864.776,00 USD, como se aprecia en la tabla 13.

$$O_t = 283.673.747,70(1 - 0.27\%)^1$$

$$Ot = 283.673.747,70 (1 - 0.0027)^1$$

$$Ot = 282.907.829,00 \text{ USD}$$

A través de este método también se pudo obtener la oferta por artículos como se muestra en la tabla 13.

Tabla 13: Proyección de la oferta para el periodo 2016-2020 (Miles de USD)

Productos			Oferta 2016 (Dólares)	Oferta 2017 (Dólares)	Oferta 2018 (Dólares)	Oferta 2019 (Dólares)	Oferta 2020 (Dólares)
Adornos	1. Tagua	Figuras de animales	367.646	366.764	365.884	365.005	364.129
		Figuras humanas	321.690	320.918	320.148	319.380	318.613
		Palmeras	229.779	229.227	228.677	228.128	227.581
		Botones	1.684.340	1.680.297	1.676.265	1.672.242	1.668.228
	2. Plásticos	Botones	20.223.093	20.174.557	20.126.138	20.077.836	20.029.649
		Adornos de navidad	16.852.577	16.812.131	16.771.782	16.731.530	16.691.374
		Cofres	16.852.577	16.812.131	16.771.782	16.731.530	16.691.374
	3. Cerámica	Juguetería	13.482.062	13.449.705	13.417.426	13.385.224	13.353.099
		Esculturas	17.687.039	17.644.590	17.602.243	17.559.997	17.517.853
	4. Madera	Vajillas	26.530.558	26.466.885	26.403.364	26.339.996	26.276.780
		Esculturas	1.918.521	1.913.917	1.909.323	1.904.741	1.900.170
	Sombreros y Cascos	Objetos de decoración en balsa, caña guadua y pambil	4.476.549	4.465.806	4.455.088	4.444.395	4.433.729
1. Cuero		3.383.238	3.375.118	3.367.018	3.358.937	3.350.875	
2. Tela		2.960.333	2.953.228	2.946.141	2.939.070	2.932.016	
Accesorios	1. Cuero	3. Paja	2.114.524	2.109.449	2.104.386	2.099.336	2.094.297
		Carteras	762.706	760.875	759.049	757.227	755.410
		Billeteras	635.588	634.063	632.541	631.023	629.508
		Monedero	635.588	634.063	632.541	631.023	629.508
	2. Tela	Cinturones	508.470	507.250	506.033	504.818	503.607
		Chales	1.040.103	1.037.607	1.035.117	1.032.633	1.030.154
		Pañuelos de cuello	910.090	907.906	905.727	903.553	901.385
		Mantillas	650.065	648.504	646.948	645.395	643.846
		Carteras	665.205	663.608	662.016	660.427	658.842
		Guantes	3.793.656	3.784.551	3.775.468	3.766.407	3.757.368
		Calcetines	11.372.147	11.344.854	11.317.626	11.290.464	11.263.367
		Vestimenta	1. Tejido de Punto	Camisas	7.728.903	7.710.353	7.691.849
Talegas	1.733.685			1.729.525	1.725.374	1.721.233	1.717.102
Pantalones	1.516.975			1.513.334	1.509.702	1.506.079	1.502.464
Blusas	1.083.553			1.080.953	1.078.359	1.075.771	1.073.189
Sueteres	51.089.031			50.966.417	50.844.098	50.722.072	50.600.339
2. Algodón	Camisetas		35.676.523	35.590.900	35.505.481	35.420.268	35.335.260
	Chalecos		2.434.322	2.428.480	2.422.652	2.416.837	2.411.037
	Bufandas		2.130.032	2.124.920	2.119.820	2.114.733	2.109.657
	Tejidos de mezclilla		1.521.451	1.517.800	1.514.157	1.510.523	1.506.898
	Pantalones cortos		369.121	368.235	367.351	366.470	365.590
	Blusas		553.682	552.353	551.027	549.705	548.385
	Prendas para bebés		7.339.363	7.321.748	7.304.176	7.286.646	7.269.158
Joyería	1. Plata	Anillos	7.537.135	7.519.046	7.501.000	7.482.998	7.465.039
		Collares	11.305.702	11.278.569	11.251.500	11.224.497	11.197.558
	2. Fantasía	Pulseras	274.592	273.933	273.275	272.619	271.965
		Aretes	228.826	228.277	227.729	227.183	226.638
		Dijes	228.826	228.277	227.729	227.183	226.638
		Collares	183.061	182.622	182.184	181.746	181.310
Total (Dólares)			282.907.829,00	282.143.977,00	281.382.189,00	280.622.457,00	279.864.776,00

Nota: Los datos están expresados en dólares

Fuente: Centro de Comercio Internacional Trade Map(2016)

Teniendo como referencia ambas proyecciones de la demanda y la oferta, es viable conocer la demanda insatisfecha del mercado en el cual se desarrollará la empresa, teniendo en cuenta que constituye aquella que no se ha cubierto y pudiendo ser prevista por el presente proyecto. Por ello, el alto mando de la empresa deberá implementar estrategias que permitan suplirlas.

A continuación, se pueden apreciar los cálculos efectuados de la demanda insatisfecha para los próximos cinco años por cada artículo, como se puede apreciar en el caso de los adornos de plásticos, y las joyas de fantasías, la oferta supera la demanda por lo que se decide no exportar este tipo de artesanías.

Tabla 14: Demanda insatisfecha para el periodo 2016-2020 (Miles de USD)

Productos			Demanda insatisfecha por productos														
			2016			2017			2018			2019			2020		
			Demanda (USD)	Oferta (USD)	Demanda Insatisfecha (USD)	Demanda (USD)	Oferta (USD)	Demanda Insatisfecha (USD)	Demanda (USD)	Oferta (USD)	Demanda Insatisfecha (USD)	Demanda (USD)	Oferta (USD)	Demanda Insatisfecha (USD)	Demanda (USD)	Oferta (USD)	Demanda Insatisfecha (USD)
Adornos	1. Tagua	Figuras de animales	373.892	367.646	6.246,00	372.882	366.764	6.118,00	371.875	365.884	5.991,00	370.871	365.005	5.866,00	369.870	364.129	5.741,00
		Figuras humanas	327.155	321.690	5.465,00	326.272	320.918	5.354,00	325.391	320.148	5.243,00	324.512	319.380	5.132,00	323.636	318.613	5.023,00
		Palmeras	233.682	229.779	3.903,00	233.051	229.227	3.824,00	232.422	228.677	3.745,00	231.795	228.128	3.667,00	231.169	227.581	3.588,00
		Botones	1.712.954	1.684.340	28.614,00	1.708.329	1.680.297	28.032,00	1.703.716	1.676.265	27.451,00	1.699.116	1.672.242	26.874,00	1.694.528	1.668.228	26.300,00
	2. Plásticos	Botones	19.571.163	20.223.093	-651.930,00	19.518.321	20.174.557	-656.236,00	19.465.621	20.126.138	-660.517,00	19.413.064	20.077.836	-664.772,00	19.360.649	20.029.649	-669.000,00
		Adornos de navidad	16.309.302	16.852.577	-543.275,00	16.265.267	16.812.131	-546.864,00	16.221.351	16.771.782	-550.431,00	16.177.553	16.731.530	-553.977,00	16.133.874	16.691.374	-557.500,00
		Cofres	16.309.302	16.852.577	-543.275,00	16.265.267	16.812.131	-546.864,00	16.221.351	16.771.782	-550.431,00	16.177.553	16.731.530	-553.977,00	16.133.874	16.691.374	-557.500,00
	3. Cerámica	Juguetería	13.047.442	13.482.062	-434.620,00	13.012.214	13.449.705	-437.491,00	12.977.081	13.417.426	-440.345,00	12.942.043	13.385.224	-443.181,00	12.907.099	13.353.099	-446.000,00
		Esculturas	17.987.507	17.687.039	300.468,00	17.938.941	17.644.590	294.351,00	17.890.506	17.602.243	288.263,00	17.842.202	17.559.997	282.205,00	17.794.028	17.517.853	276.175,00
	4. Madera	Vajillas	26.981.261	26.530.558	450.703,00	26.908.412	26.466.885	441.527,00	26.835.759	26.403.364	432.395,00	26.763.303	26.339.996	423.307,00	26.691.042	26.276.780	414.262,00
		Esculturas	1.951.113	1.918.521	32.592,00	1.945.845	1.913.917	31.928,00	1.940.591	1.909.323	31.268,00	1.935.352	1.904.741	30.611,00	1.930.126	1.900.170	29.956,00
	Sombretos y Cascos	1. Cuero	3.440.713	3.383.238	57.475,00	3.431.423	3.375.118	56.305,00	3.422.158	3.367.018	55.140,00	3.412.918	3.358.937	53.981,00	3.403.703	3.350.875	52.828,00
		2. Tela	3.010.623	2.960.333	50.290,00	3.002.495	2.953.228	49.267,00	2.994.388	2.946.141	48.247,00	2.986.303	2.939.070	47.233,00	2.978.240	2.932.016	46.224,00
3. Paja		2.150.445	2.114.524	35.921,00	2.144.639	2.109.449	35.190,00	2.138.849	2.104.386	34.463,00	2.133.074	2.099.336	33.738,00	2.127.314	2.094.297	33.017,00	
Accesorios	1. Cuero	Carteras	775.663	762.706	12.957,00	773.568	760.875	12.693,00	771.480	759.049	12.431,00	769.397	757.227	12.170,00	767.319	755.410	11.909,00
		Billeteras	646.386	635.588	10.798,00	644.640	634.063	10.577,00	642.900	632.541	10.359,00	641.164	631.023	10.141,00	639.433	629.508	9.925,00
		Monedero	646.386	635.588	10.798,00	644.640	634.063	10.577,00	642.900	632.541	10.359,00	641.164	631.023	10.141,00	639.433	629.508	9.925,00
	2. Tela	Cinturones	517.108	508.470	8.638,00	515.712	507.250	8.462,00	514.320	506.033	8.287,00	512.931	504.818	8.113,00	511.546	503.607	7.939,00
		Chales	1.057.773	1.040.103	17.670,00	1.054.917	1.037.607	17.310,00	1.052.068	1.035.117	16.951,00	1.049.228	1.032.633	16.595,00	1.046.395	1.030.154	16.241,00
		Pañuelos de cuello	925.551	910.090	15.461,00	923.052	907.906	15.146,00	920.560	905.727	14.833,00	918.074	903.553	14.521,00	915.596	901.385	14.211,00
		Mantillas	661.108	650.065	11.043,00	659.323	648.504	10.819,00	657.543	646.948	10.595,00	655.767	645.395	10.372,00	653.997	643.846	10.151,00
		Carteras	676.505	665.205	11.300,00	674.679	663.608	11.071,00	672.857	662.016	10.841,00	671.041	660.427	10.614,00	669.229	658.842	10.387,00
		Guantes	3.858.103	3.793.656	64.447,00	3.847.686	3.784.551	63.135,00	3.837.297	3.775.468	61.829,00	3.826.937	3.766.407	60.530,00	3.816.604	3.757.368	59.236,00
		Calcetines	11.565.338	11.372.147	193.191,00	11.534.112	11.344.854	189.258,00	11.502.970	11.317.626	185.344,00	11.471.912	11.290.464	181.448,00	11.440.937	11.263.367	177.570,00
Vestimenta	1. Tejido de Punto	Camisas	7.860.202	7.728.903	131.299,00	7.838.979	7.710.353	128.626,00	7.817.814	7.691.849	125.965,00	7.796.706	7.673.388	123.318,00	7.775.655	7.654.972	120.683,00
		Talegas	1.763.137	1.733.685	29.452,00	1.758.377	1.729.525	28.852,00	1.753.629	1.725.374	28.255,00	1.748.895	1.721.233	27.662,00	1.744.173	1.717.102	27.071,00
		Pantalones	1.542.745	1.516.975	25.770,00	1.538.580	1.513.334	25.246,00	1.534.426	1.509.702	24.724,00	1.530.283	1.506.079	24.204,00	1.526.151	1.502.464	23.687,00
		Blusas	1.101.961	1.083.553	18.408,00	1.098.986	1.080.953	18.033,00	1.096.018	1.078.359	17.659,00	1.093.059	1.075.771	17.288,00	1.090.108	1.073.189	16.919,00
	2. Algodón	Sueteres	51.956.935	51.089.031	867.904,00	51.816.652	50.966.417	850.235,00	51.676.747	50.844.098	832.649,00	51.537.220	50.722.072	815.148,00	51.398.069	50.600.339	797.730,00
		Camisetas	36.282.599	35.676.523	606.076,00	36.184.636	35.590.900	593.736,00	36.086.937	35.505.481	581.456,00	35.989.503	35.420.268	569.235,00	35.892.331	35.335.260	557.071,00
		Chalecos	2.475.677	2.434.322	41.355,00	2.468.992	2.428.480	40.512,00	2.462.326	2.422.652	39.674,00	2.455.678	2.416.837	38.841,00	2.449.048	2.411.037	38.011,00
		Bufandas	2.166.217	2.130.032	36.185,00	2.160.368	2.124.920	35.448,00	2.154.535	2.119.820	34.715,00	2.148.718	2.114.733	33.985,00	2.142.917	2.109.657	33.260,00
		Tejidos de mezclilla	1.547.298	1.521.451	25.847,00	1.543.120	1.517.800	25.320,00	1.538.954	1.514.157	24.797,00	1.534.799	1.510.523	24.276,00	1.530.655	1.506.898	23.757,00
		Pantalones cortos	375.392	369.121	6.271,00	374.378	368.235	6.143,00	373.367	367.351	6.016,00	372.359	366.470	5.889,00	371.354	365.590	5.764,00
Joyería	1. Plata	Blusas	563.088	553.682	9.406,00	561.567	552.353	9.214,00	560.051	551.027	9.024,00	558.539	549.705	8.834,00	557.031	548.385	8.646,00
		Prendas para bebés	7.464.045	7.339.363	124.682,00	7.443.892	7.321.748	122.144,00	7.423.793	7.304.176	119.617,00	7.403.749	7.286.646	117.103,00	7.383.759	7.269.158	114.601,00
		Anillos	7.665.176	7.537.135	128.041,00	7.644.480	7.519.046	125.434,00	7.623.840	7.501.000	122.840,00	7.603.256	7.482.998	120.258,00	7.582.727	7.465.039	117.688,00
	2. Fantasía	Collares	11.497.765	11.305.702	192.063,00	11.466.721	11.278.569	188.152,00	11.435.760	11.251.500	184.260,00	11.404.884	11.224.497	180.387,00	11.374.091	11.197.558	176.533,00
		Pulseras	265.997	274.592	-8.595,00	265.279	273.933	-8.654,00	264.563	273.275	-8.712,00	263.848	272.619	-8.771,00	263.136	271.965	-8.829,00
		Aretes	221.664	228.826	-7.162,00	221.066	228.277	-7.211,00	220.469	227.729	-7.260,00	219.874	227.183	-7.309,00	219.280	226.638	-7.358,00
Dijes	Dijes	221.664	228.826	-7.162,00	221.066	228.277	-7.211,00	220.469	227.729	-7.260,00	219.874	227.183	-7.309,00	219.280	226.638	-7.358,00	
	Collares	177.332	183.061	-5.729,00	176.853	182.622	-5.769,00	176.375	182.184	-5.809,00	175.899	181.746	-5.847,00	175.424	181.310	-5.886,00	
Total (Dólares)			284.437.967	282.907.829	1.530.138,00	283.669.985	282.143.977	1.526.008,00	282.904.076	281.382.189	1.521.887,00	282.140.235	280.622.457	1.517.778,00	281.378.456	279.864.776	1.513.680,00

Elaborado por los autores

2.1.4. Precio

El precio de los artículos se determinará a partir de la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} & \text{Precio artesanía} \\ & = \text{Costo unitario (adquisición, administrativos, logísticos y envío)} \\ & + \% \text{ Margen de Ganancia} \end{aligned}$$

Para definir el margen de ganancia se tiene en cuenta el costo del producto y el costo de transporte hacia el país destino y el precio en el que se venden en el mercado. Por tanto, los productos tendrán un margen de ganancia de un 30% por encima del precio de compra y gastos de envío.

2.1.5. Competencia directa e indirecta

2.1.5.1. Competencia directa

Ama Ecuador tendrá como competidores directos los principales exportadores de artesanías ecuatorianas como son:

Andes artesanías: Exporta bisutería y joyas, accesorios, decoración del hogar, productos étnicos, instrumentos musicales, ropa, entre otros. Esta compañía ofrece envíos rápidos a cualquier parte del mundo con FEDEX por precios corporativos bajos.

Inga Alpaca: se dedica a la exportación de ropa, chalecos, chancletas y accesorios hechos a mano.

Salangome: se dedica a la elaboración de finas artesanías como collares, anillos, pulseras, binchas, adornos, inciensos, cajas de balsa, aceites de palo santo, ceniceros, adornos de cerámicas, tallados en piedras, tejidos en macramé, alpaca, sombreros, mueblerías en caña y tarjetas con papel reciclado, para lo cuáles se utilizan materiales propios de la zona de Puerto López.

Además, se pueden considerar como competencia directa empresas exportadoras tanto de Colombia como de Perú.

Empresas exportadoras peruanas (PeruvianCrafts Store)

Según el PENX (Plan Estratégico Nacional Exportador)(2013) las principales empresas exportadoras de artesanías, según las líneas de productos, de Perú son las siguientes:

- Glacesa en 'bisutería' (25,5%).
- Exportimo en 'muebles y manufacturas de madera' (56,9%).
- Allpa en 'productos de cerámica' (8,8%).
- Artesanías Mon Repos en 'prendas de vestir y complementos' (8,8%) y en 'mantas' (34%).
- Alpacas Americanas en 'manufacturas de cuero y peletería' (18,7%).
- Mer Exim en 'obras de arte' (69,8%).
- Centro Comercial de Productos Artesanales y Derivados Minka en 'juguetes y artículos para festividades' (7,2%).
- Paja en 'sombreros' (8,9%).Manos Amigas en 'instrumentos musicales' (21,2%).
- Ciap Comercial en 'encajes, tapicerías y bordados' (19,1%).
- Unique en 'metalistería' (29,5%).
- Artesanía Cueva Urtecho en 'cestería' (76,8%)
- Com. Alt. de Prod. No Trad. y Des. En Latinoamérica en 'cerería' (51,9%)(Ferrero, 2013).

Teniendo en cuenta los productos que exportan y el porcentaje de participación en las exportaciones del país, se consideran todas ellas como parte de la competencia directa de Ama Ecuador.

Artesanías de Colombia S.A.:

Representa a los artesanos de Colombia, exportando todo tipo de artesanías, siendo los productos más demandados madera, joyas, textiles manufacturas de cuero, entre otros como se muestra en la tabla 15 (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2016).

Tabla 15: Participación en el mercado de la exportación de artesanías de Colombia

N ^o	Línea Artesanal	Miles de US \$	% Participación
1	Madera - Muebles de madera	34,528,514	26.3%
2	Joyería oro – plata	18,783,581	14.3%
3	Madera - Manufactura de madera	9,217,524	7.0%
4	Textil - Prendas de vestir y complementos de punto	8,620,784	6.6%
5	Manufacturas de cuero y peletería - Accesorios de cuero natural o regenerado	6,937,708	5.3%
6	Metalistería	6,838,435	5.2%
7	Textil – Accesorios textiles	6,703,492	5.1%
8	Fibras Vegetales – Muebles	6,318,679	4.8%
9	Manufacturas de cuero y peletería - Artículos de cuero natural	5,281,582	4.0%
10	Cerámica – Alfarería	4,064,202	3.1%

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo(2016)

2.1.5.2. Competencia indirecta

La competencia indirecta de Ama Ecuador está dada por los exportadores artesanales de otros países, los cuales pueden considerarse que comercializan productos sustitutos de los producidos en el Ecuador. Entre estos competidores se encuentran Amazon, Lightinthebox, Aliexpress y ebay.

2.1.6. Comercialización y distribución

La empresa para la exportación de los productos necesita primeramente identificar los proveedores que le brindarán los productos. Posteriormente se instaurará una plataforma virtual para comercializar los productos de Ama Ecuador, en la cual el cliente deberá registrarse e inmediatamente podrá acceder a todos los productos y promociones.

Las personas registradas independientemente que haya o no realizado una compra se mantendrán informados de promociones, productos nuevos, o información importante.

En la tabla 16 y 17 se muestran los costos de los medios publicitarios que se emplearán para promocionar la empresa.

Tabla 16: Costo de la creación de la plataforma Virtual

Creación Plataforma Virtual	
2 Computadoras	1.600
Sueldos de Ingenieros en Sistemas (3 meses)	6.300
Fotos de Productos	1.000
Modelos	1.000
Diseñador de Plataforma	3.000
Total	12.900

Elaborado por los autores

El plan de costos por la publicidad fue concebida a través del conocido costo por click (CPC), teniendo un valor de \$ 0.02/click para Facebook, en YouTube es de mientras que, para Twitter, el costo equivale a \$ 0.01/click.

Análogamente, se proyectó que cada mes, el mínimo valor de usuarios que interactúen mediante los sitios de redes sociales a los que la empresa se encuentra asociada sea de 20000 en twitters, 40000 en Facebook y 15000 en YouTube (teniendo en cuenta que los mismos hacen al menos un click diario por Facebook o Twitter).

Por tanto, como se muestra en la tabla 17 el costo por concepto de publicidad equivale a 3050.00 USD anuales.

Tabla 17: Costo de la creación de la plataforma Virtual

Costo de Publicidad	Costo
Ferias y actividades	500
Actualización y promoción de la marca a través de las redes sociales	200
Producción del video	1.200
Costo por click en twitter	200
Costo por click en youtube	150
Costo por click en Facebook	800
Costo Total	3.050

Elaborado por los autores

También, en el futuro se prevé elaborar una aplicación para teléfonos inteligentes, por lo que no se tendrá en cuenta los costos.

2.1.7. Restricciones de importación de artesanías

Estados Unidos es el principal importador de artesanías y establece lo siguiente como requerimientos para la importación:

- Los nombres genéricos y porcentajes en peso de las fibras que constituyen el producto textil deben ser listados en la etiqueta. Aquellos componentes inferiores al 5% deben ser listados como "otras fibras".
- El nombre del fabricante o el nombre o identificación de registro emitido por la Federal Trade Commission.
- El nombre del país donde el textil fue fabricado(Comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo, 2013).

Por tales motivos no solamente las artesanías exportadas contendrán todos los datos necesarios para que el producto llegue hasta los clientes en el periodo convenido. Con respecto a los demás países importadores no presentan ninguna otra restricción.

2.1.8. Políticas de cobro y pago

En las negociaciones con los artesanos, los cuales constituirán los proveedores de la empresa, se establecerá el pago del crédito con un plazo máximo de 30 días. Con respecto al cobro de los clientes será al contado, puesto que ellos mediante un sistema seguro de pago con tarjeta de crédito ingresarán los números de su tarjeta, fecha de caducidad, y código de seguridad y en ese momento el dinero es transferido a la cuenta de Ama Ecuador.

2.1.9. Estrategias de Marketing

2.1.9.1. Comercio justo

Según Cuellar (2004),

El comercio justo es la red comercial-producción-consumo orientada hacia un desarrollo solidario y sustentable que beneficie principalmente a los productores excluidos o en situación de desventajas, impulsando mejores condiciones económicas, sociales, políticas, culturales, medioambientales y éticas en este contexto. Precio justo para los productores, educación para los consumidores y desarrollo humano para todos(Cuellar, 2004).

El Comercio Justo (Fairtrade) es una alternativa en el comercio internacional que se basa en una nueva relación, libre, directa y no fraudulenta entre los miembros de la cadena de suministro, en busca mejor equidad en el comercio internacional.

La empresa de nueva creación contará con la certificación de Fairtrade, por lo que se ofrecerán a los artesanos, precios que cubren los costes medios de producción y además

de una prima de comercio justo que mejore sus condiciones sociales, económicas y medioambientales.

Esta certificación Fairtrade es un sello ampliamente respetado y conocido y le permitirá a la empresa un mejor acceso a los mercados internacionales y transparencia en todos los eslabones de la cadena de suministro.

2.1.9.2. Estrategias publicitarias

Las estrategias comunicacionales de Ama Ecuador estarán dirigidas a los 10 principales países que importan artesanías.

- Diferenciación de precios de acuerdo a los precios de la competencia.
- Las formas de pago serán con tarjeta de débito, crédito o cuenta bancaria.
- Presencia en ferias de artesanía y actividades afines al mercado en cuestión.
- Instaurar una página web con el propósito de dar a conocer las características de los artículos que se ofrecen, empleándose para ello el marketing electrónico.
- Promocionar la marca a través de las redes sociales
- Producir y publicar video en YouTube para promocionar la marca
- Crear y actualizar las cuentas en las redes sociales de Facebook, Instagram y Twitter

En la tabla 18 se muestra el cronograma de ejecución de las estrategias a implementar, las cuales permitirán captar y fidelizar a los clientes.

Tabla 18: Cronograma de publicidad

Estrategias	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Promoción de la marca a través de las redes sociales									X			
Promoción de marca a través de videos virales en YouTube	X		X		X		X		X		X	
Captación nuevos clientes	X			X			X		X			

Actualización de las redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Elaborado por los autores

2.2. Estudio Técnico

El diseño técnico de un estudio permite determinar si es viable llevar a cabo el proyecto desde el punto de vista funcional, normativo técnico, teniendo en cuenta el conjunto de planos, esquemas y requerimientos que expliquen las condiciones del proyecto, instalación, fabricación o montaje.

2.2.1. Costos de envío

El costo del envío está dado por la cantidad estimada que se prevé exportar y el precio por kg estipulado por la agencia exporta fácil. Dicha cantidad se determinó a partir del porcentaje estimado que se prevé cubrir de las exportaciones de Ecuador, siendo del 0.4%, además con ello se cubriría el 0.41 % de la demanda insatisfecha en el 2016... Además, para la proyección se tuvo en cuenta el porcentaje de decrecimiento del 2 % en los tres años. En la tabla 19 se muestra la proyección de la cantidad a exportar en los próximos 5 años a partir de las exportaciones históricas de artesanías del Ecuador.

Tabla 19: Proyección de la cantidad a exportar

Exportación de Artesanías	2013	2014	2015	Estimación exportación nueva empresa	2016	2017	2018	2019	2020
Exportación (kg)	1.705.000	1.884.000	1.600.000	6.400	6.272	6.147	6.024	5.904	5.786

Fuente: Pro-Ecuador(2016)

Teniendo en cuenta que el principal destino de las artesanías de la empresa Ama Ecuador será el mercado estadounidense, puesto que representa el mayor importador de artesanías y, además, que Ama Ecuador asumirá los costos de envío de la mercancía hacia los consumidores finales a través de Exporta Fácil, el costo del envío equivale a 17 dólares/Kg (Exporta Fácil, 2016), por lo que en el primer año ascenderá a 106 624 USD.

De acuerdo a esto se realizó una proyección de estos gastos para los próximos 5 años, como se aprecia en la tabla 20, considerando la cantidad que se prevé exportar y el incremento de los precios producto a la inflación (3.38%).

Tabla 20: Costo de exportación Agencia - Cliente

Costo de envío	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad a Exportar (kg)	6.272	6.147	6.024	5.904	5.786
Costo Total del envío	106.624	108.031	105.869	103.760	101.687

Elaborado por los autores

2.2.1.1. Maquinaria, equipo y herramientas

Los recursos necesarios que se necesita para la puesta en marcha de la empresa se clasifican en materiales y humanos, los cuales, implica desembolso monetario, por lo que se debe analizar para determinar si el proyecto podría asumirlos. Los recursos materiales se componen por los equipos de oficina, como equipos de computación, muebles y enseres y otros equipos.

En la tabla 21 se presenta un resumen del valor unitario y total de los equipos, muebles y enseres necesarios para llevar a cabo el negocio.

Tabla 21: Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
CANT.	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipos de Computación			
1	Computadora de mesa	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Computadora portátil	\$ 500,00	\$ 500,00
1	Impresora multifuncional	\$ 160,00	\$ 160,00
Subtotal			\$ 1.110,00
Muebles y Enseres			
3	Escritorio	\$ 80,00	\$ 240,00
5	Sillas	\$ 50,00	\$ 250,00
2	Sofá 2 plazas	\$ 120,00	\$ 240,00
1	Archivos	\$ 90,00	\$ 90,00
11	Estantes	\$ 160,00	\$ 1.760,00
Subtotal			\$ 2.580,00
Otros Equipos			
1	Teléfono	\$ 40,00	\$ 40,00
5	Luminaria	\$ 10,00	\$ 50,00
1	Refrigeradora	\$ 650,00	\$ 650,00
Subtotal			\$ 740,00
Total			\$ 4.430,00

Elaborado por los autores

2.2.1.2. Requerimiento de capital humano

El capital humano está constituido por tres trabajadores encargados de realizar todas las operaciones de la empresa: el gerente, el comercial y el despachador. En la siguiente tabla se muestran los salarios que devengarán cada uno de los colaboradores.

Tabla 22: Requerimiento de personal

Talento Humano	Cantidad de Empleados	Salario	Gasto de Salario
Área Administrativa			
Gerente	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Subtotal			\$ 1.200,00
Personal directo			
Comerciales	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Subtotal			\$ 500,00
Personal Indirecto			
Despachador	1	\$ 366,00	\$ 366,00
Subtotal			\$ 366,00
Total	3		\$ 2.066,00

Elaborado por los autores

2.2.2. Análisis de proveedores

La oficina de Ama Ecuador se pretende ubicar en la ciudad de Cuenca en La Padre Aguirre y Bolívar, por lo que los proveedores han sido seleccionados de acuerdo a los recursos a exportar y la cercanía de estos a la empresa.

Tabla 23: Distancia y ubicación de los proveedores de la empresa Ama Ecuador

Proveedores	Productos	Ubicación	Distancia
Folklor Latino	Adornos Vestimenta	Bolívar 10-38 entre Padre Aguirre y general torres, Simón Bolívar 10-38, Cuenca	0.05 km
Vega	Adornos	Eduardo Vega Galería/Taller, 201, Camino a Turi, Cuenca	5.7 km
Artesa	Adornos	Fray Luis de granada y Avenida Isabel la católica	4.7 km
La Casa del Sombrero	Sombreros y Cascos	Bajada del Padrón y Calle larga	0.4 km
La Piel	Accesorios	Luis cordero y Gran Colombia	0.35 km
Homero Ortega	Sombreros y Cascos	Avenida Gil Ramírez Dávalos y del Chorro	2.7 km
Andrea Tello	Joyas	Mariscal Lamar y General Torres	0.4 km

Teniendo en cuenta las distancias que se muestran entre los proveedores y la posible ubicación de la empresa, las cuales no superan los 6 km, se considera factible la ubicación propuesta, dado a que los costos de transporte son despreciables.

2.2.3. Análisis de cercanía con los clientes

Los clientes son del exterior, sin embargo, para la selección de la ubicación de la matriz se tuvo en cuenta no solo la cercanía a los proveedores sino también la distancia a la agencia de correos del Ecuador, puesto que se encuentra de esta a una cuadra aproximadamente, por el cual se exportarán las mercancías, permitiendo ser más eficientes, y reduciendo los tiempos de envío y costos por concepto de transportación y mano de obra.

2.2.4. Tamaño óptimo de los locales

La matriz, la cual estará ubicada en La Padre Aguirre y Bolívar, contará con un área de construcción de 21m², con sala de reuniones y áreas independientes para cada departamento como se muestra en la figura 18.

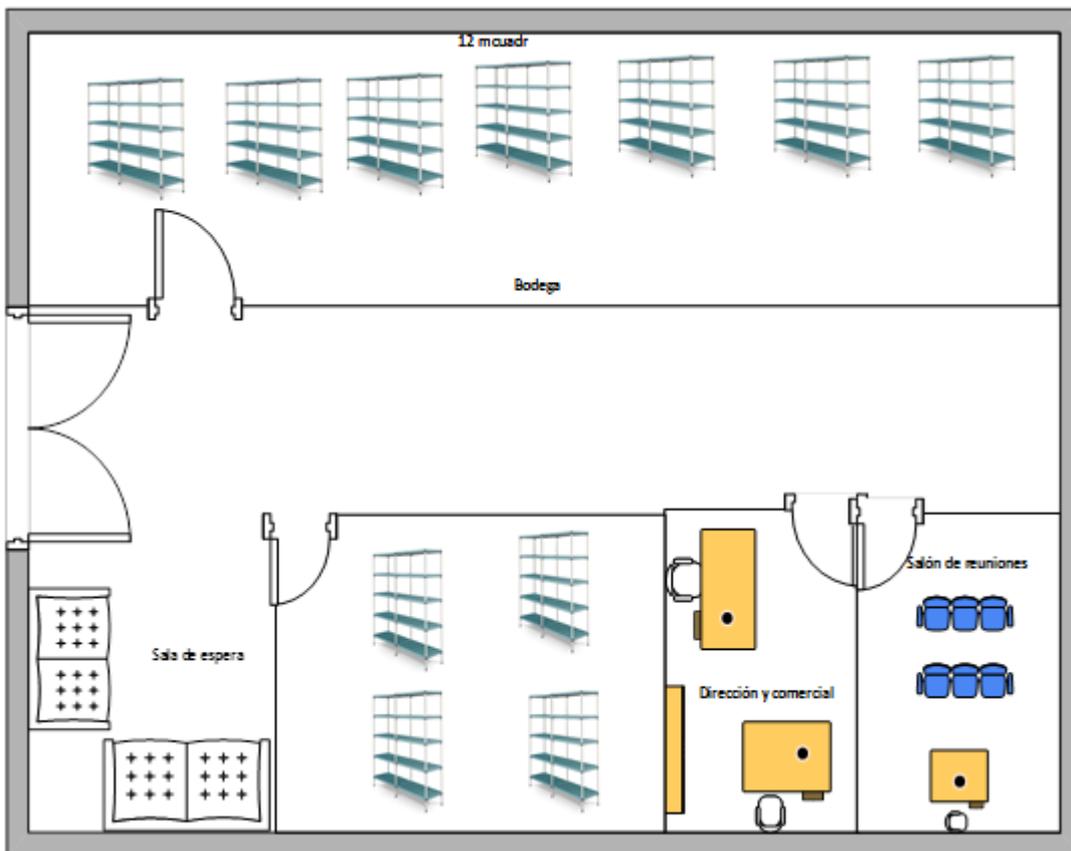


Figura 18: Distribución en planta

Elaborado por los autores

2.3. Estudio administrativo y legal

2.3.1. Tamaño de la estructura organizativa

La estructura organizacional de “Ama Ecuador” está constituida en el primer nivel constituida por la gerencia, seguido por el departamento administrativo – financiero, el comercial y el de logística, como se muestra en la figura 19.

La empresa “Ama Ecuador” tendrá una estructura organizacional de acuerdo al modelo de gestión por resultados, en especial en el ámbito de calidad en los procesos.

Los procesos serán monitoreados paralelamente a la gestión y desempeño del talento humano, mediante una política de dirección horizontal. Por tanto, se desarrollarán políticas de eficiencia, productividad y disminución de desperdicios, al igual que políticas que permitan que toda la cadena de suministros este abastecida, desde los productores de artesanías hasta los clientes, siendo el responsable la gerencia de la empresa.

La empresa se constituirá por 3 áreas: gerencia, departamento comercial y logístico, como se muestra en la figura 19.

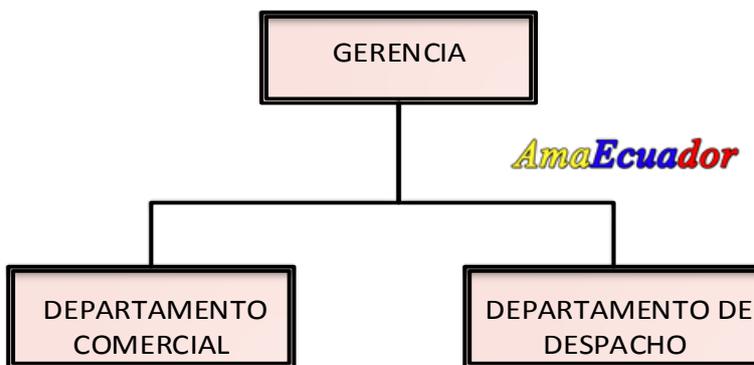


Figura 19: Organigrama de "Ama Ecuador"

Elaborado por los autores

2.3.2. Perfil de los trabajadores y asignación de tareas

La definición de los perfiles de los empleados de la empresa, como se muestra a continuación, se realiza en base a las competencias definidas por áreas, en las cuales se medirán las competencias genéricas, competencias de valores y competencias específicas.

Gerente: responsabilidad, compromiso, creatividad e innovación, dinamismo, liderazgo, pensamiento estratégico, relaciones públicas.

Comercial: sentido de efectividad, trabajo en equipo, adaptabilidad, atención al cliente, auto motivación, capacidad de negociación, energía y espíritu comercial. Trabajo en equipo, visión de futuro, visión prospectiva, adaptación al cambio, aptitud verbal, capacidad de crítica y conocimiento del entorno.

Despachador: habilidad de control, pensamiento creativo, pensamiento sistemático, resistencia, responsabilidad, rigor profesional, tolerancia al estrés, administración del tiempo, honestidad, responsabilidad laboral, compromiso, preocupación por el orden y calidad, tolerancia al estrés.

Asignación de Tareas por Departamento

Gerente: El gerente se encargará de supervisar a los jefes del departamento administrativo financiero, comercial, logístico y calidad. Es responsabilidad de este verificar el cumplimiento de las tareas y presupuestos asignados a cada área. Tendrá la función de realizar el proceso de cuentas por cobrar y por pagar, y será el único que pueda tomar decisiones de cambios de plazos de pagos y cobros tanto a los proveedores como a los clientes. Además, tendrá la función de realizar y analizar los estados financieros de la empresa.

Comercial: es el encargado de gestionar las ventas con los clientes y tomar los pedidos para que posteriormente ingresen en el sistema y estos sean coordinados con el departamento de logística para su despacho. Serán los encargados de crear promociones, impulsar las marcas e incentivar a los proveedores para que mejoren la imagen de las presentaciones ya que como son artesanos los proveedores no tienen buena presentación en sus productos. También van a manejar la página web y correo electrónico. Para realizar cualquier cambio o realizar campañas publicitarias necesitarán la previa aprobación del departamento financiero y del gerente.

Despachador: tendrá un estricto control de los inventarios en la bodega, puesto que, en caso de faltante, material deteriorado por negligencia y falta de cuidado responderán con un descuento de su salario equivalente a la cantidad de productos.

2.3.3. Misión y visión

Misión:

“La misión es la formulación de los propósitos de una organización que la distingue de otros negocios en cuanto al cubrimiento de sus operaciones, sus productos, los mercados y el talento humano que soporta el logro de estos propósitos”(Armstrong & Kotler, 2004). Por ello, se puede manifestar que la misión representa el motivo, propósito o razón de ser de una organización. Armstrong y Kotler (2004) plantearon una metodología para definir la misión, la cual se empleará para establecer la de la empresa de nueva creación como se puede apreciar en la Tabla 24.

Tabla 24: Metodología para la definición de la misión

MISIÓN		
1	¿Cuál es la institución?	Ama Ecuador
2	¿Cuál es el propósito básico de la institución?	Satisfacer las necesidades de los clientes
3	¿Cuáles son los servicios presentes y futuros?	Comercialización y exportación de artesanías según las preferencias de los clientes
4	¿Cuáles son las competencias distintivas en la institución?	Calidad del servicio, coordinación, compromiso, competitividad, trabajo en equipo
5	¿Cuáles son los valores que agregamos al servicio?	Responsabilidad, honestidad, disciplina, puntualidad, colaboración

Nota: Adaptado de Armstrong & Kotler (Marketing, 2004, pág. 134)

Misión propuesta para la Empresa Ama Ecuador

“Comercializar y exportar artesanías que satisfagan las necesidades de los consumidores, a través de un equipo de trabajo altamente comprometido con la labor que desempeña”.

Visión:

La visión es la dirección hacia la cual “se establece a largo plazo y sirve para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”(Armstrong & Kotler, 2004). Para definirla visión se utilizará la siguiente metodología propuesta por Armstrong y Kotler (2004), como se puede apreciar en la tabla 25.

Tabla 25: Metodología para establecer la visión de la empresa

VISIÓN		
1	¿Si el proceso tuviera éxito como sería 3 años después?	Proyectarse como una empresa líder a nivel mundial en la comercialización y exportación de productos exclusivos elaborados con mano de obra ecuatoriana, que satisfagan las necesidades de los clientes
2	¿Qué logros nos gustaría recordar dentro de algunos años?	Preferencia de los clientes
3	¿Qué innovaciones podría hacerse a futuro a nivel de la empresa?	Disponer de productos de alta calidad cultural que aporten satisfacción y bienestar a los clientes.
4	¿Qué otras expectativas de las partes interesadas se podrían satisfacer?	Expandir el negocio para captar nuevos clientes a nivel mundial.

Fuente: Adaptado de Armstrong y Kotler (2004)

Visión propuesta para la empresa Ama Ecuador.

“Proyectarse en los próximos 5 años como la empresa líder a nivel mundial en la comercialización y exportación de productos exclusivos elaborados con mano de obra ecuatoriana, de alta calidad cultural que aporten satisfacción y bienestar a los clientes.”

2.3.4. Logística

La logística empleada en la exportación de bienes, se estudia para trasladar los productos en las mejores condiciones posibles y al menor costo, con el propósito de que estén disponibles tanto para los clientes como consumidores del extranjero. Es por ello, que se deben tener en cuenta algunos factores que son de suma importancia como el empaque o embalaje, etiquetado, canales de distribución y plazos de entregas.

2.3.4.1. Empaque

“El empaque es un envoltorio que tiene contacto directo con el contenido de un producto, tiene la función de ofrecer una adecuada presentación, facilitando su manejo, transporte, almacenaje, manipulación y distribución”(Pérez, 2012).

Los productos artesanales que se planifican exportar son los artículos como adornos, sombreros, accesorios, vestimenta y joyería, puesto que son los más demandados en el mercado.

En tal sentido, las artesanías estarán contenida en cajas de cartón de diferentes dimensiones en dependencia de la variedad del producto, y llevarán en ella los datos de los productos incluidos como: nombre del productor, país de procedencia, peso neto, entre otros. Los empaques serán adquiridos a precios competitivos por la empresa CARTOPEL a un costo de 0.20 centavos cada uno. A continuación, se muestra el empaque diseñado para las artesanías exportadas de la empresa Ama Ecuador.



**Figura 20: Empaque diseñado para las artesanías
Elaborado por los autores**

Entre cada producto se colocarán materiales de amortiguamiento como polietileno con burbujas de aire, papel, cartón o viruta en dependencia del producto envasado.

2.3.4.2. Embalaje

El embalaje según Pérez (2012) “es una forma de empaque que envuelve, contiene, protege y conserva los productos envasados; facilita las operaciones de transporte al informar en el exterior las condiciones de manejo, requisitos, símbolos, e identificación de su contenido”(pág. 12)

Para las artesanías se van a emplear como embalaje, cajas resistentes de cartón corrugado, teniendo en cuenta la fragilidad de los productos que se planifican exportar. Estas cajas que se muestran a continuación, pueden ser reutilizadas. El proveedor de los embalajes será la empresa CARTOPEL que ofrecerá el producto a precios mayoristas de 0.70 centavos/ unidad como promedio de acuerdo al tamaño del envase.



Figura 21: Embalaje empleado

Elaborado por los autores

Por lo general estos embalajes deberán tener las dimensiones de 30x20x15, sin embargo, varían con el tipo del producto.

2.3.4.3. Etiquetado

La etiqueta “es cualquier imagen o descripción gráfica que identifica al producto, y va impresa, adherida, escrita, marcada, grabada, sobrepuesta, etcétera”(Pérez, 2012).

Las etiquetas que estarán impresas o pegadas en los empaques y embalajes de las artesanías, exhibirán la siguiente información:

- Nombre del producto.
- Peso neto
- Volumen
- Cantidad de unidades
- País de procedencia
- Nombre de la empresa
- Nombre y dirección de la compañía transportadora
- Posición adecuada para la manipulación
- Temperatura de almacenamiento

2.3.4.4. Canal de distribución

Los canales de distribución son las vías elegidas para que un producto llegue al consumidor final desde que es creado.

Un canal de distribución se compone de personas y compañías que interviene en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que pasa del fabricante hacia el consumidor final. Se podría definir como la forma en que los productos pasan desde el proveedor hasta el usuario final (Velecela, 2014).

El canal de distribución propuesto para la empresa “Ama Ecuador” es indirecto puesto que la empresa no fabrica el producto, sino que es intermediaria como se puede apreciar en la siguiente figura.

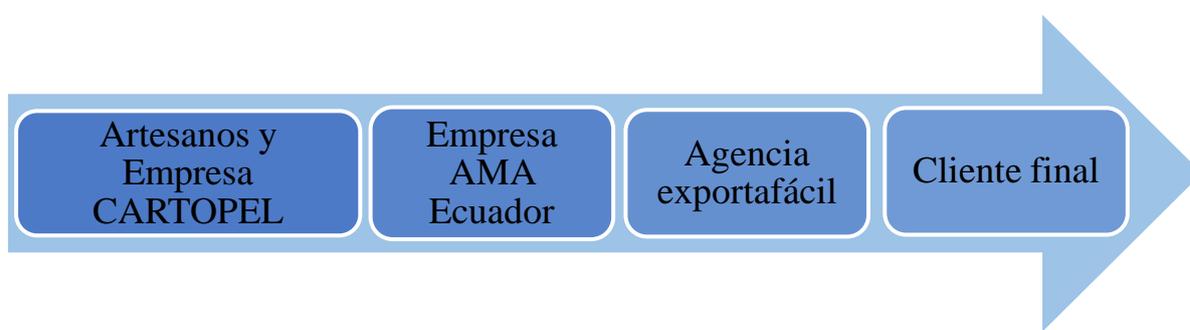


Figura 22: Canal de distribución propuesto

Elaborado por los autores

Como se puede apreciar la empresa Ama Ecuador contará con varios artesanos como Folklor Latino, Vega, Artesa, La Casa del Sombrero, La Piel, Homero Ortega entre otros y proveedores de empaques y embalajes como Cartopel enviados hacia los principales clientes en Estados Unidos, Japón y China.

El plazo de entrega a los clientes será de aproximadamente de 24 días, teniendo en cuenta que el cliente solicita el pedido y se envía la información del pedido (requerimientos) a los artesanos para que lo desarrollen, los cuales se demoran aproximadamente 7 días, que el plazo de entrega del proveedor se estima sea de 1 día, la clasificación del pedido sea de 1 día y que la transportación presente una duración de 15 días aproximadamente (Ver Figura 23).

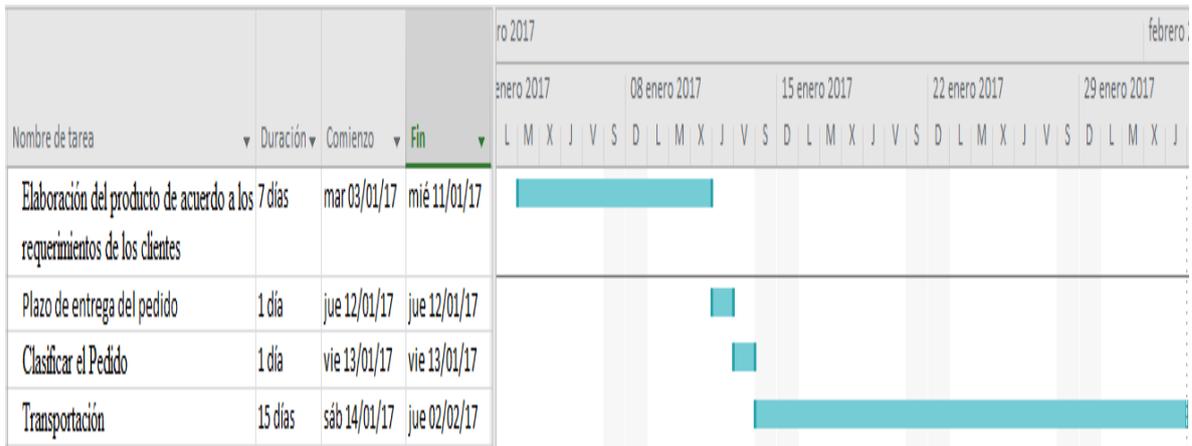


Figura 23: Plazos de Entregas
Elaborado por los autores

2.3.4.5. Cadena de valor

En la figura 24 se muestra la cadena de valor propuesta para la empresa de nueva creación, puesto que se establece dónde y cuáles son las actividades encargadas de constituirle margen económico.

La dirección se constituye para la empresa de nueva creación como un proceso estratégico que permitirá trazar las acciones a largo plazo para alcanzar los objetivos propuestos.

Las actividades claves de la organización inician con la Gestión y contratación con los artesanos, y concluye con la gestión de Servicio al cliente.

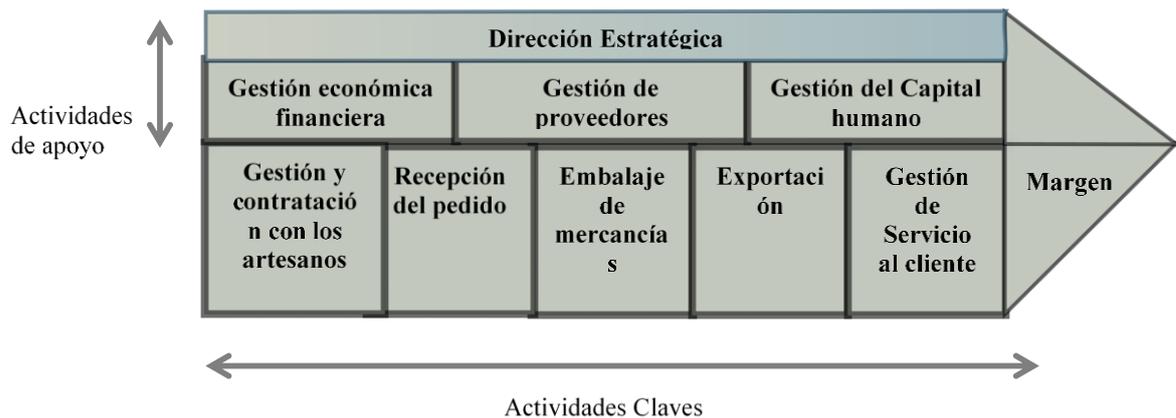


Figura 24: Cadena del valor

Elaborado por los autores

2.3.5. Estudio Legal

Existen varios tipos de compañías para crear una empresa, entre las más comunes se encuentran la compañía anónima, la sociedad anónima y la compañía limitada. Teniendo en cuenta que una compañía de responsabilidad limitada puede desarrollar toda tipo de actividades de comercio y operaciones mercantiles establecidos por la Ley y además está compuesta por tres o más empleados, se ha establecido que la empresa dedicada a la exportación de artesanías, sea una CIA LTDA y será registrada en la Superintendencia de Compañías con la denominación: “Ama Ecuador”.

Ama Ecuador, dispondrá del Reglamento Interno, el Modelo de Minuta y el Reglamento de Seguridad y Salud del Trabajo.

El Reglamento Interno de la organización dará cumplimiento a lo establecido en el artículo 64 del Código del Trabajo en vigencia, y para los efectos legales determinados en el artículo 42 numeral 12 y en el artículo 44 literal a) del mismo Cuerpo de Leyes, y, en general, para establecer las relaciones laborales entre la organización y sus colaboradores. Además, se tendrá en cuenta el formato propuesto por el Ministerio de Relaciones Laborales (Código del trabajo, 2015).

El Reglamento Interno tiene como propósito establecer reglas adecuadas referentes a las relaciones laborales entre la organización y los colaboradores, además, de contribuir con el desempeño del área de Talento Humano al alcanzar un nivel de eficiencia en las operaciones que se efectúen en la organización.

El reglamento debe contener entre varios aspectos entre los que se encuentran:

- La hora de inicio y terminación de jornada de trabajo para grupos de trabajo.
- La forma de comprobación del cumplimiento de las normas laborales.
- Horarios de descanso por grupos de trabajo.
- Tipos de sanciones a aplicar a los trabajadores de acuerdo a la gravedad de los hechos y el procedimiento a seguir en cada caso.
- Normas e instrucciones relacionadas con la prevención, higiene y seguridad en el trabajo.

De acuerdo a lo dispuesto por el Ministerio de Relaciones Laborales(2015), para la aprobación del Reglamento Interno se tendrá en cuenta lo siguiente:

1. Petición dirigida al Director Regional de Trabajo firmada por el Representante Legal, apoderado o Propietario de la compañía.
2. Registro Único de Contribuyentes.
3. Nombramiento del representante legal o poder.
4. Cédula de identidad y certificado de votación vigente del representante legal, apoderado o propietario.
5. Autorización de funcionamiento otorgado por la Dirección Regional de trabajo para el caso de Actividades Complementarias.
6. Certificado de Cumplimiento de Obligaciones con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) o convenio de purga de mora.
7. Proyecto de Reglamento propuesto en formato Word(Ministerio de Relaciones laborales, 2015).

Con respecto al Modelo de Minuta se confeccionará por un abogado en el cual se sujetará el acto de constitución de la empresa, que se presentará ante un notario.

Entre los elementos que componen la minuta se encuentran los siguientes:

- Descripción de la actividad económica especificará el aporte de cada socio al negocio.
- Datos generales y legales de cada socio como: nombres, documentos de identificación, edad, etc.
- Domicilio comercial, fecha de inicio de las actividades y el tiempo de duración.
- Tipo de sociedad.
- Persona encargada de representar a la sociedad.
- Giro de la sociedad.
- Contribución de los socios de la empresa, ya sean bienes o no.
- Tiempo acordado de la sociedad.
- Denominación de la Compañía.
- Otros acuerdos entre los socios.

Con relación al reglamento de Seguridad y Salud del Trabajo de la organización se establecerán los riesgos laborales a los que se exponen los colaboradores en las distintas actividades que desempeñen en la empresa, así como los medios de protección que deben emplearse, con el propósito de evitar la aparición de enfermedades profesionales y que no ocurran accidentes laborales.

Este reglamento estará en concordancia con lo dispuesto en el Capítulo V del Código del Trabajo, “De la prevención de los riesgos, de las medidas de seguridad e higiene, de los puestos de auxilio, y de la disminución de la capacidad para el trabajo”, donde se exponen las obligaciones de acuerdo a la prevención de riesgos laborales en las organizaciones (Código del trabajo, 2015).

Además, estará en correspondencia también con lo dispuesto en el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente del Trabajo, el cual fue publicado en el Registro Oficial N° 565 del 17 de noviembre de 1986. En el Registro Oficial N° 997 del 10 de agosto de 1988 se publicaron las reformas que se consideraron pertinentes. En el reglamento se establece una serie de normas de Seguridad, Salud y Mejoramiento del Medio Ambiente Laboral, a través de la acción coordinada de las empresas y sus colaboradores (Cordero, 2009).

2.3.5.1. Permisos y licencias para llevar a cabo el proyecto

La empresa “Ama Ecuador” Cía. Ltda., estará en correspondencia con lo dispuesto en la Ley de Compañías, Sección V, de la CÍA. LTDA.

Art. 92.- 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. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar (Ley de Compañías, 1999).

La constitución de la empresa “Ama Ecuador” quedará registrada a través de la escritura pública y será inscrita en el Registro Mercantil, para lo cual se requieren los documentos: Al menos tres copias de la escritura de constitución de la empresa, la

publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución, pago de la patente municipal y exoneración del impuesto del uno por mil de activos (Ley de Compañías, 1999).

Además, la organización deberá cumplir con las declaraciones y el pago de impuestos a través del Registro Único de Contribuyente, de acuerdo a lo establecido en el SRI (Servicio de Rentas Internas del Ecuador). El RUC representa el número de identificación de las personas tanto naturales como sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias.

También, la empresa deberá contar con un registro en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), con su respectivo número patronal, los permisos de funcionamiento de locales comerciales, el pago de patentes municipales, la tasa de apertura de locales comerciales así como, el certificado ofrecido por el Cuerpo de Bomberos.

2.3.5.2. Registro de Marca

La empresa deberá tener registrada la marca para lo cual se consideran los requisitos implantados por el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), según lo expuesto por Ceballos, M. & Peña, A. (2011):

1. Pago de tasa administrativa por solicitud de registro de marca.
2. Nombres completos del solicitante de la marca.
3. En caso de ser persona natural, copia de cédula de ciudadanía; y, en caso de ser persona jurídica, copia de nombramiento de representante legal junto con la copia de su cédula de ciudadanía.
4. Descripción del producto o servicio que identifica la marca.
5. Ratificación de la intervención del abogado de nuestro estudio jurídico que actúe ante el IEPI en representación del solicitante: documento que le enviaremos una vez iniciado el proceso (Ceballos, M. & Peña, A., 2011).

2.3.5.3. Requisitos para ser Exportador:

Para exportar se deberá tener en cuenta un grupo de requisitos expuestos por el Comercio Exterior, como se muestra a continuación:

1. Contar con el RUC
2. Obtener el certificado de firmas digital o TOKEN otorgado por:
 - a. Banco central

- b. Security Data
- 3. Registrarse como Exportador en ECUAPASS
 - a. Actualizar datos en la base de datos
 - b. Crear usuario y contraseña
 - c. Registrar firma electrónica
 - d. Aceptar las políticas de uso

Capítulo III: Evaluación del proyecto

3.1. Plan de inversiones y fuentes de financiamiento

La estimación presupuestaria para los próximos años es la base para llevar a cabo cualquier proyecto de negocio, permitiendo proyectar los costos, ingresos y recursos necesarios para la etapa inicial. Teniendo en cuenta lo expuesto por los autores Stoner, Freeman, & Gilbert (1996) “Los presupuestos son estados cuantitativos formales de los recursos reservados para realizar las actividades planeadas durante determinados periodos. Son el medio más común con que se planean y controlan las actividades en todos los niveles de una organización.” (pág. 652)

Todo proyecto, necesita de un presupuesto de inversión, para así realizar una planificación de los recursos necesarios basada en pronósticos, para su puesta en marcha, tomándose como referente datos históricos y previendo cambios en las condiciones futuras del entorno en el que se desenvuelve la empresa.

Según el autor León (2012) manifiesta que la inversión es la adquisición de equipos, vehículos, infraestructura, etc. que se realiza con fines productivos para alcanzar ganancias.

Para los autores Griffin & Ebert(2012) afirma: Una vez que se establece las inversiones necesarias es necesario acudir a fuentes de financiamiento que se puede realizar por medio de: aportación de socios, créditos, donaciones, reinversión de los beneficios de actividad empresarial.

El presupuesto de inversiones integra la inversión fija, que está integrada por los activos que no son más que los bienes obtenidos con el propósito de cumplir con la denominación de una organización. Entre estos activos se encuentra el vehículo, terreno, el inmobiliario, equipos de computación, muebles y enseres y otros equipos.

En el proyecto se tienen en cuenta como activos diferidos el estudio de factibilidad, los imprevistos (representa el 1% de los activos fijos), los gastos de constitución del negocio, así como, los gastos de publicidad referidos a la plataforma virtual de la empresa, las ferias y la promoción por redes sociales, con el propósito de propiciar la comunicación y acceso de los clientes con la empresa.

El financiamiento para la puesta en marcha del proyecto estará dado por la directiva del proyecto en un 60% lo cual representa el financiamiento propio, y el resto (40%) será a partir de préstamos, como se muestra en la tabla 26.

Tabla 26: Financiamiento de la inversión

INVERSION TOTAL			
INVERSIÓN	FUENTE		MONTO
	PROPIO	PRÉSTAMO	
Inversión Fija	\$ 20.009,04	\$ 13.339,36	\$ 33.348,40
Capital de trabajo	\$ 4.227,89	\$ 2.818,60	\$ 7.046,49
TOTAL	\$ 24.236,93	\$ 16.157,96	\$ 40.394,89
PORCENTAJE (%)	60%	40%	

Elaborado por los autores

3.2. Inversiones

Las inversiones estarán dadas por los activos fijos y el capital de trabajo. Los activos fijos a adquirir están compuestos por los activos fijos y diferidos los cuales se describen en la tabla 27.

Tabla 27: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	
DESCRIPCION	VALOR
Construcción y Adecuaciones	\$ 12.000,00
Equipos de Computación	\$ 1.110,00
Muebles y Enseres	\$ 2.640,00
Otros Equipos	\$ 90,00
Total Activos Fijos	\$ 15.840,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudio de Factibilidad	\$ 800,00
Gastos de Constitución del negocio	\$ 600,00
Plataforma Virtual	\$ 12.900,00
Imprevistos	\$ 158,40
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 3.050,00
Ferias y actividades	\$ 500,00
Actualización y promoción de la marca a través de las redes sociales	\$ 200,00
Producción del video	\$ 1.200,00
Costo por click en twitter	\$ 200,00
Costo por click en youtube	\$ 150,00
Costo por click en Facebook	\$ 800,00
Total de Activos Diferidos	\$ 17.508,40
TOTAL	\$ 33.348,40

Elaborado por los autores

El activo fijo es el conjunto de bienes tangibles y no cambian su forma física a lo largo de un tiempo productivo e indispensable por las empresas para la producción de bienes y servicios.

El capital de trabajo son recursos financieros que se cuenta para que empiece a operar un proyecto, financiando la primera producción antes de percibir los ingresos.

El capital de trabajo es parte de la inversión inicial y está integrada por activos corrientes necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

El capital de trabajo del proyecto será planificado para un periodo de tres meses como se muestra en la tabla 28.

Tabla 28: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
Sueldos y Salarios	\$ 2.066,00	\$ 6.198,00
Suministros de Limpieza	\$ 9,85	\$ 29,55
Servicios Básicos	\$ 229,00	\$ 687,00
Suministros de Oficina	\$ 43,98	\$ 131,94
Total	\$ 2.348,83	\$ 7.046,49

Elaborado por los autores

Además, es preciso invertir en determinados útiles, los cuales se registran como inventarios.

Tabla 29: Útiles en inventarios

ÚTILES/INVENTARIOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Escobas	\$ 1,45	\$ 7,25
3	Trapeadores	\$ 3,50	\$ 10,50
5	Basureros pequeños	\$ 3,10	\$ 15,50
3	Basureros grandes	\$ 4,00	\$ 12,00
3	Grapadora	\$ 4,50	\$ 13,50
5	Calculadora	\$ 10,00	\$ 50,00
Total			\$ 108,75

Elaborado por los autores

En la tabla 30 se muestra un resumen de la inversión total del proyecto, representando \$ 40.394,89USD.

Tabla 30: Inversión total

INVERSIÓN TOTAL	
DESCRIPCION	TOTAL
Activos Fijos	\$ 15.840,00
Activos Diferidos	\$ 17.508,40
Capital de Trabajo	\$ 7.046,49
TOTAL	\$ 40.394,89

Elaborado por los autores

3.3. Proyección de costos y gastos

El autor García (2015) asevera que el costo es el conjunto de valores que incurre en la producción de un bien o servicio, tales como: materia prima, mano de obra, insumos, maquinaria, servicios básicos, etc.

Según el autor Welsch (2012) menciona que los gastos son el conjunto de actividades que incluye para la distribución, venta del producto y administración, mantenimiento de la planta, etc.

Los gastos más representativos, por los altos montos de desembolso que genera en cualquier empresa, son los gastos de personal, los cuales están asociados a la mano de obra, por concepto de pago de salarios a los colaboradores

Según Gómez y Zapata (1999), “la mano de obra representa el esfuerzo físico e intelectual que realizan las personas con el fin de transformar los materiales en bienes y servicios personales y otros aportes necesarios que ayudan a la terminación del producto final”(pág. 126).

En la tabla 31 se muestran los gastos en sueldos y salarios del personal requerido para ofrecer los servicios planificados, siendo aproximadamente de 34 067,28 USD anualmente.

Tabla 31: Gastos en sueldos y salarios del personal

Sueldos y Salarios Directos										
Cargo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	Aporte Patronal	Aporte IECE	Aporte SECAP	Vacaciones	Total	Sueldo anual
		Sueldo /12	Sueldo B./12	Sueldo /12	11,15%	Sueldo* 0,005	Sueldo *0,005	Sueldo/24		
Comercial	500,00	41,67	30,50	41,67	55,75	2,50	2,50	20,83	695,42	8.345,04
Despachador	366,00	30,50	30,50	30,50	40,81	1,83	1,83	15,25	517,22	6.206,64
Gerente	1.200,00	100,00	30,50	100,00	133,80	6,00	6,00	50,00	1.626,30	19.515,60
Total	2.066,00	172,17	91,50	172,17	230,36	10,33	10,33	86,08	2.838,94	34.067,28

Elaborado por los autores

Como se ha mencionado la empresa comprará las artesanías, y por supuesto se genera un gasto por este concepto. Los gastos totales de adquisición de cada artículo anualmente, como se muestra en las tablas 32, 33, 34, 35 y 36, están dados por el precio justo a pagar a los artesanos y por la cantidad que se desea ofrecer para cumplir con la oferta planificada.

Teniendo en cuenta que la empresa cubrirá el 0.4 % de la demanda en el mercado, se planifica adquirir 14400 unidades en el primer año, las cuales serán adquiridas a 21.62 USD como promedio y se comercializarán a 38.61 de acuerdo al margen de ganancias (23%) que se planifica obtener.

Además, fue necesario estimar el peso promedio (peso de cada artículo) para determinar la cantidad de unidades que se deben exportar aproximadamente. El peso promedio se determinó teniendo en cuenta los datos ofrecidos por Pro-Ecuador(2016) quienes exponen que la cantidad exportada en el 2015 fue de 1.600.000 kg y la cantidad de artículos fue de 3.529.438 artículos, por lo que se empleará una razón equivalente a 0,45333kg/artículo.

Tabla 32: Proyección del costo de adquisición e ingresos para el Año 1

Proyección del Costo de adquisición e Ingreso Año 1									
Proyección Año 2	Exportación de artesanías (kg)	Peso promedio	Cantidad Adquirida (Unidades)	Costo unitario (USD/u)	Costo Total de adquisición (USD)	Costo Total de envío (USD)	Gastos Admin (\$/año)	Precio (USD/u)	Ingreso (USD)
Total	6.272	0,45333	14.400,00	21,62	311.328,00	106.624,00	34.067,28	38,61	555.984,00

Elaborado por los autores

Tabla 33: Proyección del costo de adquisición e ingresos para el Año 2

Proyección del Costo de adquisición e Ingreso Año 2									
Proyección Año 2	Exportación de artesanías (kg)	Peso promedio (kg/art)	Cantidad Adquirida (Unidades)	Costo unitario (USD/u)	Costo Total de adquisición (USD)	Costo Total de envío (USD)	Gastos Admin (\$/año)	Precio (USD/u)	Ingreso Total (USD)
Total	6.147	0,45333	13.560,00	22,35	303.076,25	108.031,07	34.067,28	37,29	505.652,40

Elaborado por los autores

Tabla 34: Proyección del costo de adquisición e ingresos para el Año 3

Proyección del Costo de adquisición e Ingreso Año 3									
Proyección Año 3	Exportación de artesanías (kg)	Peso promedio (kg/art)	Cantidad Adquirida (Unidades)	Costo unitario (USD/u)	Costo Total de adquisición (USD)	Costo Total de envío (USD)	Gastos Admin (\$/año)	Precio (USD/u)	Ingreso Total (USD)
Total	6.024	0,45333	13.288,00	23,11	307.035,34	105.869,39	34.067,28	38,22	507.867,36

Elaborado por los autores

Tabla 35: Proyección del costo de adquisición e ingresos para el Año 4

Proyección del Costo de adquisición e Ingreso Año 4									
Proyección Año 4	Exportación de artesanías (kg)	Peso promedio (kg/art)	Cantidad Adquirida (Unidades)	Costo unitario (USD/u)	Costo Total de adquisición (USD)	Costo Total de envío (USD)	Gastos Admin (\$/año)	Precio (USD/u)	Ingreso Total (USD)
Total	5.904	0,45333	13.024,00	23,89	311.106,91	103.760,44	34.067,28	39,18	510.280,32

Elaborado por los autores

Tabla 36: Proyección del costo de adquisición e ingresos para el 2020

Proyección del Costo de adquisición e Ingreso Año 5									
Proyección Año 5	Exportación de artesanías (kg)	Peso promedio (kg/art)	Cantidad Adquirida (Unidades)	Costo unitario (USD/u)	Costo Total de adquisición (USD)	Costo Total de envío (USD)	Gastos Admin (\$/año)	Precio (USD/u)	Ingreso Total (USD)
Total	5.786	0,45333	12.763,00	24,69	315.177,04	101.686,64	34.067,28	40,17	512.689,71

Elaborado por los autores

Para el autor Pérez (2010), los ingresos son incrementos de los recursos económicos por la venta de productos o servicios que una empresa ofrece a los clientes.

Además, es preciso tener en cuenta un grupo de costos indirectos en los que incurrirá la empresa como los suministros de limpieza, materiales de oficina y servicios básicos, siendo de \$ 118,2; \$ 419,76 y \$ 2.748,00 respectivamente cada año, como se muestran en las tablas 37, 38 y 39.

Tabla 37: Insumos de limpieza

SUMINISTROS DE LIMPIEZA					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Detergente (1 kilo)	Kilo	2	\$ 1,20	\$ 2,40	\$ 28,80
Cloro	Galón	1	\$ 1,90	\$ 1,90	\$ 22,80
Fundas de basura	paquete	1	\$ 1,95	\$ 1,95	\$ 23,40
Desinfectante	Galón	1	\$ 2,10	\$ 2,10	\$ 25,20
Jabón	paquete	1	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 18,00
Total				\$ 9,85	\$ 118,20

Elaborado por los autores

Tabla 38: Insumos de oficina

MATERIALES DE OFICINA					
DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Hojas	Paquete	2	\$ 2,25	\$ 4,50	\$ 54,00
Bolígrafos	Unidad	4	\$ 0,12	\$ 0,48	\$ 5,76
Lápices	Unidad	6	\$ 0,80	\$ 4,80	\$ 57,60
Portapapeles	Unidad	3	\$ 0,20	\$ 0,60	\$ 7,20
Marcadores	Paquete	2	\$ 0,90	\$ 1,80	\$ 21,60
Borradores	Unidad	4	\$ 0,40	\$ 1,60	\$ 19,20
Libreta de Notas	Unidad	2	\$ 3,90	\$ 7,80	\$ 93,60
Folder	paquete	2	\$ 9,00	\$ 18,00	\$ 108,00
Grapas	paquete	2	\$ 2,20	\$ 4,40	\$ 52,80
Total			\$ 19,77	\$ 43,98	\$ 419,76

Elaborado por los autores

Tabla 39: Gasto anual por concepto de servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	\$ 20,00	\$ 240,00
Energía eléctrica	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Telefonía Fija	\$ 59,00	\$ 708,00
Total	\$ 229,00	\$ 2.748,00

Elaborado por los autores

Otro de los gastos indirectos a tener en cuenta es la depreciación, la cual se determina través del método de línea recta, dado al desgaste de los activos fijos tangibles durante su vida útil. En la tabla 40 se muestran los cálculos realizados para determinar la cantidad que deprecian anualmente a partir de su valor inicial y los años de vida útil estimado.

Tabla 40: Cálculo de la depreciación

ACTIVO	VALOR	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Instalación	\$ 12.000,00	20	\$ 600,00
Equipo de computación	\$ 1.110,00	3	\$ 370,00
Muebles y enseres	\$ 2.640,00	10	\$ 264,00
Otros equipos	\$ 90,00	5	\$ 18,00
TOTAL			\$ 1.252,00

Elaborado por los autores

Para el autor FundaPymes (2015), tanto la depreciación como la amortización, hacen referencia al agotamiento o desgaste que sufre un activo a medida que se utiliza para la producción y comercialización de bienes y servicios para la generación de los ingresos de la empresa.

La amortización constituye otro gasto indirecto que se determina para aquellos activos fijos intangibles, es decir para aquellos que carecen de presencia física. En este caso se tienen en cuenta los gastos por concepto del estudio de factibilidad, gastos de constitución de la empresa, imprevistos y gastos publicitarios, como se muestra en la tabla 41.

Tabla 41: Cálculo de la amortización

AMORTIZACIÓN				
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	VIDA UTIL AÑOS	% AMORT.	TOTAL ANUAL
Estudio de Factibilidad	\$ 800,00	5	20%	\$ 160,00
Gastos de Constitución	\$ 600,00	5	20%	\$ 120,00
Gastos de Imprevistos	\$ 158,40	5	20%	\$ 31,68
Plataforma Virtual	\$ 12.900,00	5	20%	\$ 2.580,00
Gastos de Publicidad	\$ 3.050,00	5	20%	\$ 610,00
TOTAL	\$ 17.508,40			\$ 3.501,68

Elaborado por los autores

Las obligaciones financieras son otros gastos que debe tener en cuenta el proyecto. Estas son están dadas por el pago de intereses dada amortización de la deuda del 40% de la inversión inicial que representa un valor de 16157.96USD. El Banco Pichincha propone una tasa de interés del 11.23% anual (Ver anexo 1), por lo que en el primer año el pago de intereses toma un valor de 1814.54 USD llegando a ser de 443.95 en el quinto año como se muestra en la tabla 42.

Tabla 42: Amortización del préstamo

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					
PERIODO	SALDO INICIAL	DIVIDENDO	PAGO CAPITAL	PAGO INTERES	SALDO FINAL
					16.157,96
1	16.157,96	(4.397,19)	(2.582,65)	(1.814,54)	13.575,31
2	13.575,31	(4.397,19)	(2.872,68)	(1.524,51)	10.702,63
3	10.702,63	(4.397,19)	(3.195,28)	(1.201,91)	7.507,35
4	7.507,35	(4.397,19)	(3.554,11)	(843,08)	3.953,24
5	3.953,24	(4.397,19)	(3.953,24)	(443,95)	(0,00)

Elaborado por los autores

En la tabla 43 se muestra el presupuesto de costos y gastos previstos para los próximos cinco años.

Tabla 43: Presupuesto de costos y gastos

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DIRECTOS	428.032,00	420.599,32	422.206,33	423.984,15	425.797,78
Costo de envío	106.624,00	108.031,07	105.869,39	103.760,44	101.686,64
Gasto de adquisición	321.408,00	312.568,25	316.336,94	320.223,71	324.111,14
Adquisición del empaque	10.080,00	9.492,00	9.301,60	9.116,80	8.934,10
Adquisición del producto	311.328,00	303.076,25	307.035,34	311.106,91	315.177,04
GASTOS INDIRECTOS	26.039,64	26.759,11	27.502,89	27.901,81	28.696,72
Suministros de Limpieza	118,20	122,20	126,33	130,60	135,01
Materiales de Oficina	419,76	433,95	448,62	463,78	479,46
Arriendo	18.000,00	18.608,40	19.237,36	19.887,58	20.559,78
Servicios Básicos	2.748,00	2.840,88	2.936,90	3.036,17	3.138,79
Depreciación	1.252,00	1.252,00	1.252,00	882,00	882,00
Amortización	3.501,68	3.501,68	3.501,68	3.501,68	3.501,68
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	40.273,92	41.635,18	43.042,45	44.497,28	46.001,29
Sueldos y Salarios	40.273,92	41.635,18	43.042,45	44.497,28	46.001,29
GASTOS DE VENTAS	8.345,04	8.627,10	8.918,70	9.220,15	9.531,79
Sueldos de Ventas	8.345,04	8.627,10	8.918,70	9.220,15	9.531,79
GASTOS FINANCIEROS	1.814,54	1.524,51	1.201,91	843,08	443,95
Pago de Intereses	1.814,54	1.524,51	1.201,91	843,08	443,95
TOTAL COSTOS Y GASTOS	504.505,14	499.145,22	502.872,28	506.446,47	510.471,53

Elaborado por los autores

3.4. Balance General Projectado

El balance general, es un análisis de la situación contable de la empresa en un determinado periodo de tiempo, por lo que es necesario acceder a la información para conocer la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas.

El estado de situación inicial o balance general proyectado que se muestra en la tabla 44, se puede apreciar el comportamiento de los activos, pasivos y capital que tendrá a disposición la empresa inicialmente.

Tabla 44: Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
ACTIVOS	
Corrientes	7.046,49
Efectivo	7.046,49
No Corriente	15.840,00
Tangibles	15.840,00
Construcción y Adecuaciones	12.000,00
Equipos de Computación	1.110,00
Muebles y Enseres	2.640,00
Otros Equipos	90,00
Diferidos	17.508,40
Gastos de constitución, estudio, organización y elaboración del proyecto	14.458,40
Gastos de Publicidad	3.050,00
TOTAL ACTIVOS	40.394,89
PASIVO	
A corto Plazo	
Proveedores	-
A largo plazo	
Préstamo Bancario	16.157,96
TOTAL DE PASIVO	16.157,96
PATRIMONIO	
Capital social	24.236,93
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	40.394,89

Elaborado por los autores

3.5. Estado de Resultados Proyectado

Para el autor Gutiérrez (2015) asevera que el estado de resultados, también es conocido como el estado de ganancias y pérdidas por lo que es un reporte financiero que en un tiempo establecido muestra de manera detallada los ingresos y gastos, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa con el fin de tomar decisiones de negocio.

En el estado de resultado de la tabla 45, se puede comparar los ingresos previstos con los costos para los próximos cinco años, dando como resultado utilidades netas positivas para todo el periodo analizado.

Tabla 45: Estado de resultado proyectado

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO						
CONCEPTO		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)	INGRESOS	555.984,00	505.652,40	507.867,36	510.280,32	512.689,71
	Ingresos por concepto de venta	555.984,00	505.652,40	507.867,36	510.280,32	512.689,71
(-)	COSTO DE VENTAS	323.222,54	314.092,76	317.538,85	321.066,79	324.555,09
(-)	Costos de transporte	106.624,00	108.031,07	105.869,39	103.760,44	101.686,64
=	UTILIDAD BRUTA	126.137,46	83.528,57	84.459,12	85.453,09	86.447,98
(-)	GASTOS OPERACIONALES	76.473,14	78.545,90	80.665,95	82.462,32	84.673,75
	GASTOS ADMINISTRATIVOS E INDIRECTOS	61.559,88	63.640,61	65.791,66	68.015,41	70.314,33
	GASTOS FINANCIEROS	1.814,54	1.524,51	1.201,91	843,08	443,95
	GASTOS DE VENTAS	8.345,04	8.627,10	8.918,70	9.220,15	9.531,79
	DEPRECIACIONES	1.252,00	1.252,00	1.252,00	882,00	882,00
	AMORTIZACIONES	3.501,68	3.501,68	3.501,68	3.501,68	3.501,68
=	UTILIDAD ARU	49.664,32	4.982,68	3.793,18	2.990,78	1.774,23
(-)	15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	7.449,65	747,40	568,98	448,62	266,13
=	UTILIDAD AIMP	42.214,67	4.235,27	3.224,20	2.542,16	1.508,10
(-)	22 % IMPUESTO A LA RENTA	9.287,23	931,76	709,32	559,28	331,78
=	UTILIDAD NETA	32.927,45	3.303,51	2.514,88	1.982,89	1.176,32

Elaborado por los autores

3.6. Flujo de caja proyectado

Según el autor Horngren(2012), el flujo de caja es la variación de entradas y salidas de efectivo, en un determinado período. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El flujo de efectivo o flujo de caja constituye la expresión de la liquidez de los costos, ingresos y los beneficios esperados, originado por las proyecciones del presupuesto de ingresos y gastos de capital. Este flujo es un componente indispensable en el presupuesto de capital de una empresa. En la tabla 46 se puede observar la proyección realizada para los próximos cinco años del flujo de caja, mostrándose, además, el cálculo realizado del valor de salvamento, dado por el valor de los activos tangibles en el último año de estudio.

Tabla 46: Flujo de efectivo proyectado

FLUJO DE CAJA							
		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Iniciales							
(+)	Capital de Trabajo	(7.046,49)					
(+)	Activos	(33.348,40)					
(-) Flujos Operacionales							
	Ingresos Totales		555.984,00	505.652,40	507.867,36	510.280,32	512.689,71
	Ingresos por concepto de venta		555.984,00	505.652,40	507.867,36	510.280,32	512.689,71
	Gastos		504.505,14	499.145,22	502.872,28	506.446,47	510.471,53
(-)	Utilidades antes Reparto		51.478,86	6.507,18	4.995,08	3.833,85	2.218,18
(=)	Reparto a los trabajadores (15%)		7.721,83	976,08	749,26	575,08	332,73
(-)	Utilidad antes de Impuestos		43.757,03	5.531,11	4.245,82	3.258,77	1.885,45
(=)	Impuestos (22%)		9.626,55	1.216,84	934,08	716,93	414,80
(-)	Utilidades después de Impuesto		34.130,49	4.314,26	3.311,74	2.541,84	1.470,65
(=)	Readición de la Depreciación		1.252,00	1.252,00	1.252,00	882,00	882,00
(+)	Readición de la Amortización		3.501,68	3.501,68	3.501,68	3.501,68	3.501,68
(+)	Flujos de Efectivo Operacionales		38.884,17	9.067,94	8.065,42	6.925,52	5.854,33
(-) Flujos Finales							
	Valor de Salvamento						10.320,00
(+)	Recuperación de Capital de Trabajo						7.046,49
(=)	Flujo de Efectivo Total	(40.394,89)	38.884,17	9.067,94	8.065,42	6.925,52	23.220,82

Elaborado por los autores

Tabla 47: Cálculo del valor de salvamento

VALOR DE SALVAMENTO			
Activos Fijos	Costo Inicial	Dep. Anual	Valor Salv.
Instalación	\$ 12.000,00	\$ 600,00	\$ 9.000,00
Equipos de Computación	\$ 1.110,00	\$ 370,00	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 2.640,00	\$ 264,00	\$ 1.320,00
Otros Equipos	\$ 90,00	\$ 18,00	\$ -
TOTAL	\$ 15.840,00	\$ 1.252,00	\$ 10.320,00

Elaborado por los autores

3.7. Evaluación del Proyecto

Según el autor García (2015) testifica que el Valor Actual Neto o bien llamado VAN es un indicador financiero que mide los futuros ingresos y egresos que tendrá un emprendimiento para seguidamente descontar la inversión inicial analizando la ganancia, por lo que, si el resultado es positivo el proyecto es viable.

El Valor Actual Neto (VAN) es un indicador que permite valorarla inversión que se realiza, determinado por los costos e ingresos generados en la vida útil del proyecto.

El costo de oportunidad o tasa de descuento es la tasa mínima de rentabilidad requerida sobre una inversión en un análisis de flujo de efectivo descontado; tasa en la cual resulta

aceptable un proyecto. Esta tasa se la obtiene del costo promedio ponderado del capital y la tasa de inflación.

De acuerdo a lo planteado por Espín (2016), “la tasa pasiva referencial corresponde al promedio ponderado por monto, de las tasas de interés efectivas pasivas remitidas por las entidades del sistema financiero nacional, que en el primer trimestre del presente año se estableció de 5.95%”(pág. 36).

El propio autor considera que las “tasas de interés activas efectivas referenciales para cada uno de los segmentos de la cartera de crédito, corresponderán al promedio ponderado por monto de las tasas de interés efectivas pactadas en las operaciones de crédito concedidas por las entidades financieras”(Espín, 2016, pág. 36). Según el Banco Pichincha, la tasa de interés activa para obtener un monto de \$ 16.157,96 dólares, tiene una tasa nominal de 11.23 %, la cual será considerada para el cálculo del costo de oportunidad.

De acuerdo a los recursos con que dispone el representante legal del proyecto, el 60% del total de la inversión, el cual representa un valor de \$24.236,93 dólares, será financiado con capital propio y el 40 % restante que representa \$16.157,96 dólares será financiado por el Banco Pichincha.

Espín(2016) planteó que la inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares (pág. 38).

Tabla 48: Cálculo del costo de oportunidad

FACTOR	PORCENTAJE
Tasa pasiva	5,95%
Tasa activa	11,23%
Recursos ajenos	40%
Recursos propios	60%
Inflación	3,38%

5,95%	60,00%	+	11,23%	40,00%	+	3,38%	=	11,44%
3,57%			4,49%			Tasa inflación		Costo oportunidad
Recursos propios			Recursos ajenos					

Nota: Tomado del informe: Índices Financieros emitido por el Banco Central del Ecuador(2016).

3.7.1. Valor actual neto (VAN)

En la tabla 49 se aprecian los cálculos realizados para determinar el valor actual neto.

Tabla 49: Cálculo del valor presente neto

Años	Inversión	Flujo de Caja	Factor de actualización	Valor actualizado
			11,44%	
0	(40.394,89)	(40.394,89)		(40.394,89)
1		38.884,17	1,11	34.891,84
2		9.067,94	1,24	7.301,48
3		8.065,42	1,38	5.827,47
4		6.925,52	1,54	4.490,11
5		23.220,82	1,72	13.509,31
Σ FNA				\$ 66.020,22

Elaborado por los autores

$$\text{VAN} = \Sigma\text{FNA} - \text{inversión inicial}$$

$$\text{VAN} = \$66.020,22 - \$40.394,89$$

$$\text{VAN} = \$ 25.625,33$$

De acuerdo al resultado obtenido, el VAN >0, lo que indica que la creación de la empresa “Ama Ecuador” es rentable al mostrar un valor positivo, por tanto, los dueños percibirán beneficios luego de recuperar el valor de la inversión inicial asignada.

3.7.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para los autores Montoro , Martín , & Díez(2014), la Tasa Interna de Retorno es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, que se lee a mayor TIR, mayor rentabilidad. Por esta razón, se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto o emprendimiento.

La TIR se emplea como un indicador de rentabilidad para la evaluación de cualquier proyecto, siendo directamente proporcional a la rentabilidad del proyecto.

La TIR representa la tasa de descuento que hace que el VAN sea cero. En la tabla 50 se muestra el cálculo realizado de la TIR para los próximos cinco años.

Tabla 50: Tasa de descuento

TASA DESCUENTO	VAN
0%	\$ 45.768,99
5%	\$ 35.721,52
10%	\$ 27.656,72
15%	\$ 21.081,78
20%	\$ 15.645,04
25%	\$ 11.091,12
30%	\$ 7.231,62
35%	\$ 3.925,49
40%	\$ 1.065,63
45%	(\$ 1.430,27)
50%	(\$ 3.626,27)

Elaborado por los autores

Tabla 51: Cálculo de la tasa interna de retorno

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR ACTUALIZACIÓN 42%	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN 43%	VAN MAYOR
0			- 40.394,89		- 40.394,89
1	38.884,17	0,70	27.383,21	0,70	27.191,72
2	9.067,94	0,50	4.497,09	0,49	4.434,42
3	8.065,42	0,35	2.816,84	0,34	2.758,16
4	6.925,52	0,25	1.703,33	0,24	1.656,18
5	23.220,82	0,17	4.021,94	0,17	3.883,27
		ΣFNA	\$ 40.422,42	ΣFNA	\$ 39.923,75
		VAN	\$ 27,53	VAN	\$ (471,14)

Elaborado por los autores

$$TIR = T_m + D_t \frac{(VAN \text{ menor})}{(VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor})}$$

$$TIR = 42 + 1 \left(\frac{\$ 27.53}{\$ 27.53 - (- \$ 471.14)} \right)$$

$$TIR = 42.06 \%$$

Para la toma de decisiones con respecto al valor obtenido, se emplean los criterios siguientes:

- Si la TIR es superior al costo de oportunidad se debe aceptar el proyecto.
- Si la TIR es igual que al costo de oportunidad, es indiferente implementar el proyecto.
- Si la TIR es inferior que el costo de oportunidad se debe rechazar el proyecto.

La tasa interna de retorno para el proyecto es de 42.06%, siendo superior que el costo de oportunidad de 11.44%, por lo que se demuestra que la inversión para la puesta en marcha de la empresa “Ama Ecuador” representa excelentes rendimientos, demostrándose así la factibilidad del proyecto.

3.7.3. Periodo de Recuperación de la inversión (PR)

Según los autores Cibrán , Prado , Crespo , & Huarte(2013) mencionan que el periodo de recuperación de la inversión 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.

Para el cálculo del periodo de recuperación de una inversión se puede se emplear la siguiente expresión:

$$\text{Período de Payback} = \left[\frac{\text{Período último con Flujo Acumulado Negativo}}{\text{Acumulado Negativo}} \right] + \left[\frac{\text{Valor absoluto del último Flujo acumulado negativo}}{\text{Valor del Flujo de Caja en el siguiente período}} \right]$$

Tabla 52: Saldo acumulado del flujo neto

Años	Inversión	Flujo de Caja	Saldo Acumulado
0	(40.394,89)	(40.394,89)	(40.394,89)
1		38.884,17	(1.510,72)
2		9.067,94	7.557,22
3		8.065,42	15.622,64
4		6.925,52	22.548,16
5		23.220,82	45.768,99

Elaborado por los autores

$$PR = 1 + \frac{\$ 1.510,72}{\$ 9.067,94} = 1.17 \text{ años}$$

De acuerdo a los resultados obtenidos, la inversión efectuada para la puesta en marcha de la empresa “Ama Ecuador” se recuperará en 1 año, 2 meses y 1 día aproximadamente, por lo cual se puede plantear que el proyecto es factible desde el punto de vista financiero.

3.7.4. Punto de equilibrio

Para el autor Eslava (2010) manifiesta que el punto de equilibrio es donde los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida.

El punto de equilibrio (PE) permite conocerá través de su representación gráfica, las tendencias y valores que permitirán tomar las decisiones correctas referentes al proyecto.

De acuerdo a Vaquiro (2013)“es el punto donde la empresa logra cubrir sus costos. Permitirá a las empresas conocer el nivel de ventas para recuperar la inversión”(pág. 69).

El punto de equilibrio significa la cantidad mínima de ingresos que debe obtener una empresa para cubrir sus costos, por lo que a partir de dicho punto se obtendrán ganancias. Su comportamiento depende de los costos fijos, precios de venta y costo variable unitario.

Tabla 53: Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio Año 1		
RUBROS		AÑO 1
Ventas		555.984,00
Costo Variable		423.052,50
Costos Fijos	71.372,64	
Punto de Equilibrio (PE)		298.514,99

Elaborado por los autores

En el análisis expuesto anteriormente, se expone que el PE se establece cuando los ingresos por concepto de ventas alcanzan un valor de \$ 298.514,99 USD, lo cual indica que a partir de dicho valor la organización comenzará a obtener utilidades.

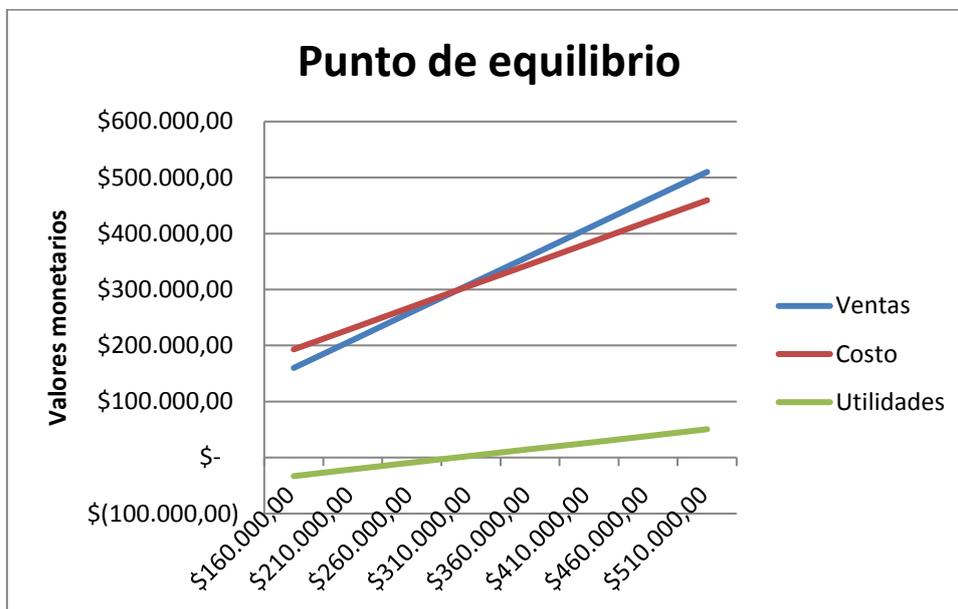


Figura 25: Representación del punto de equilibrio
Elaborado por los autores

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES

Costo fijo / precio ponderado - costo variable unitario ponderado
(56.465,14 / (38,12 - 21,62))

3422,13 UNIDADES

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

(Costo fijo / 1 - (costo variable unitario ponderado / precio ponderado))
(56.465,14 / 1 - (21,62 / 38,12))

56464,57 DÓLARES

PUNTO DE EQUILIBRIO EN PORCENTAJE

(Punto de equilibrio en dólares / Ingresos totales) * 100

$(56.464,57 / 548.928,00) * 100$

10 PORCENTAJE

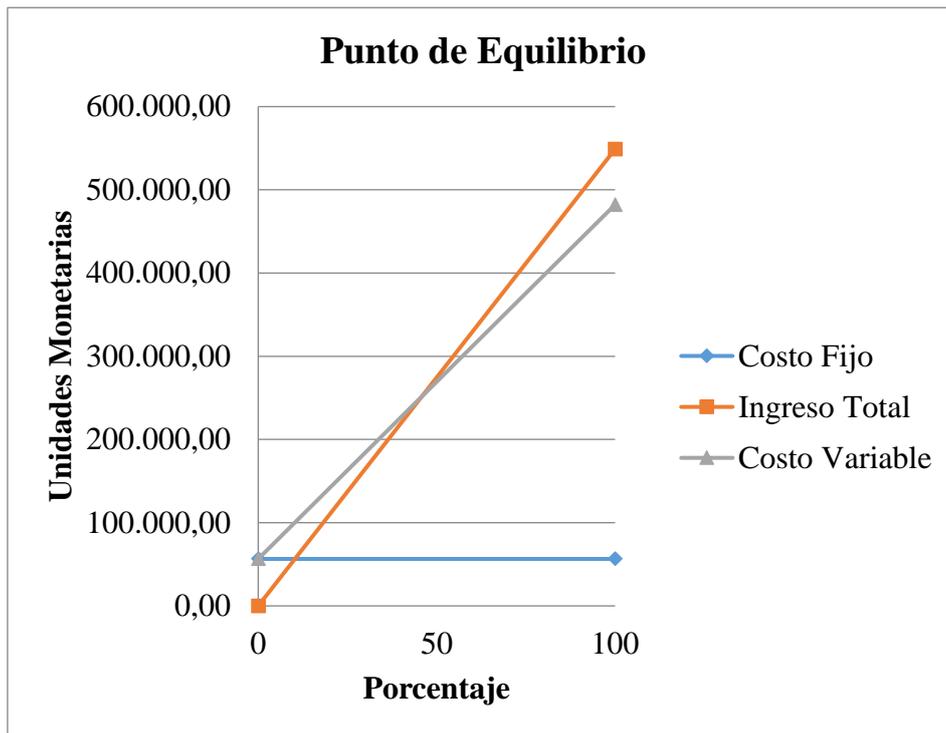


Figura 26: Representación del punto de equilibrio en valores
Elaborado por los autores

3.7.5. Índices Financieros

I. Razones de Liquidez

Las razones de liquidez que se determina a través de los siguientes indicadores:

1. Capital de Trabajo

Según la autora Nava (2009) El capital de trabajo muestra el valor que le quedaría a la empresa, después de haber pagado sus pasivos de corto plazo, permitiendo a la gerencia tomar decisiones de inversión temporal.

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente o circulante}$$

2. Razón corriente

Según la autora Nava (2009) Indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo.

$$\text{Razón corriente} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

3. Prueba ácida

Según la autora Nava (2009) La prueba ácida es uno de los indicadores financieros utilizados para medir la liquidez de una empresa, para medir su capacidad de pago.

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activos}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

Tabla 54: Razones de liquidez para el estado inicial

Razones de liquidez	Inicial
Capital de trabajo	\$ 7.046,5
Razón de Circulante	0,44
Razón Ácida	0,43

Elaborado por los autores

Como se muestra en la tabla 54, el comportamiento de los indicadores de liquidez en el estado inicial es favorable, sin embargo, es aconsejable otorgarle una mayor movilidad a los activos corrientes para que no existan excesos de los mismos y se pueden invertir en otros negocios o expandir el propuesto.

I. Rentabilidad

1. Margen neto de utilidad

Según la autora Nava (2009) Por cada peso vendido, cuánto se genera para cubrir los gastos operacionales y no operacionales.

$$\text{Margen neto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

2. Rentabilidad sobre activos

Según la autora Nava (2009) Mide la rentabilidad de los activos de una empresa, estableciendo para ello una relación entre los beneficios netos y los activos totales de la sociedad.

$$\text{Rentabilidad sobre activos} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}}$$

3. Rentabilidad sobre patrimonio

Según la autora Nava (2009) Refleja el rendimiento tanto de los aportes como del superávit acumulado, el cual debe compararse con la tasa de oportunidad que cada accionista tiene para evaluar sus inversiones.

$$\text{Rentabilidad sobre patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

Tabla 55: Razones de Rentabilidad para el estado inicial

Razones de rentabilidad	Inicial
Margen neto de utilidad	0,059
Rentabilidad sobre activos	0,82
Rentabilidad sobre patrimonio	1,36

Elaborado por los autores

Como se observa en la tabla 55, el proyecto cuenta con una rentabilidad aceptable en el estado inicial, puesto que ganará 0,059centavos por cada dólar de ingreso, 0.82centavos de utilidad bruta por cada dólar de activo, y se ganará 1,36 dólares por cada dólar de patrimonio. Por ello se ratifica que el proyecto es viable.

3.7.6. Análisis de Sensibilidad

Según la autora Nava (2009), el análisis de sensibilidad es aquel en el que se evalúa cómo el cambio en una variable genera un impacto sobre un punto específico de interés, siendo muy útil en la evaluación de alternativas para la toma de decisiones en una organización.

El análisis de sensibilidad es un método que permite evaluar la incertidumbre de un proyecto, considerando los escenarios y/o factores futuros; permite direccionar adecuadamente un posterior diseño de experimento para medir riesgo en la valoración de la inversión.

Este análisis de sensibilidad permite medir cuán sensible es la evaluación realizada a variaciones en uno o más parámetros de entrada, es decir, considera el efecto que tienen las variaciones sobre la rentabilidad en los pronósticos de las variables incrementales. El análisis de sensibilidad visualiza aquellas variables que tienen un mayor efecto en el resultado frente a los distintos grados de error en subestimación y permite decidir acerca de la necesidad de realizar estudios más profundos de esas variables para mejorar las estimaciones y reducir el grado de riesgo por error.

La importancia del análisis de sensibilidad se manifiesta en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto, pueden tener desviaciones con efectos de consideraciones en la medición de los resultados, este análisis permite visualizar qué variables tienen mayor efecto en el resultado frente a distintos grados de variación (Spag, 2008).

A continuación, se muestran en la tabla 56 el análisis de sensibilidad del proyecto, teniendo en cuenta los siguientes escenarios:

- Escenario optimista - incremento de las ventas y de los costos variables en un 5 %.
- Escenario pesimista - disminución de las ventas y de los costos variables en un 5 %.

Tabla 56: Análisis de sensibilidad

Criterios de Evaluación	Datos reales	Escenario Optimista	Escenario Pesimista
VAN	\$ 25.625,33	\$ 36.710,85	\$ 14.539,80
TIR	42,06%	54,22%	29,35%

Elaborado por los autores

Según los datos obtenidos el escenario que menos favorece al proyecto es la disminución de las ventas y los costos variables en un 5%, pues se observa que genera una disminución de la TIR hasta un 29.35% y del VAN en \$ 14539.80, sin embargo, se continúan obteniendo buenos resultados para el proyecto. En cuanto al incremento de las ventas y los gastos variables en un 5%, que constituye el escenario optimista, se puede apreciar que la TIR aumenta al igual que el VAN. Los escenarios proyectados muestran un VAN positivo y una TIR superior al costo de oportunidad de 11.44% lo que demuestra que el proyecto es rentable.

3.8. Impactos

3.8.1. Sociales

La empresa de nueva creación dedicada a la comercialización y exportación de artesanías, no solo contribuirá al desarrollo del país con la entrada de capital al territorio, sino que incidirá positivamente en la situación económica de los artesanos, ya que podrán incrementar sus producciones que se traduce en mayores ingresos a precios justos.

Por otra parte, la plataforma de promoción que se planifica construir impulsará el régimen cultural del país, reflejado en los productos artesanales de alta calidad que se elaboren.

Conclusiones

Después de recopilar la información adecuada, construir las proyecciones pertinentes y haber realizado cuidadosamente los cálculos necesarios para determinar la viabilidad del presente proyecto se puede concluir que el proyecto “Ama Ecuador” para la exportación de artesanías cumple satisfactoriamente con las expectativas y pudiera ejecutarse con bajo riesgo. Durante el desarrollo de este proyecto las condiciones tanto internas como externas han sido favorables y permiten decir que existe una alta probabilidad de éxito, no obstante se deben considerar aspectos sobre todo políticos ya que existe en la actualidad una pugna ideológica sobre el modelo económico que el país debería adoptar para mantener un crecimiento sostenido a lo largo del tiempo, lo que podría alterar el comercio exterior y por ende los acuerdos comerciales con países considerados estratégicos.

Existe una demanda insatisfecha y se conoce que existen las condiciones necesarias para satisfacer dicha demanda. Se conocen los procedimientos y condiciones para crear una empresa con todos los requerimientos financieros, estructurales, legales, tributarios, etc., necesarios para poner en marcha este proyecto, obteniendo luego de todo ello una justa rentabilidad.

Se determinó por medio de una investigación profunda que los productos más convenientes para exportar son los adornos en tagua, madera y cerámica excluyendo de esta lista los adornos plásticos ya que se pudo detectar una tendencia negativa en la exportación de dichos productos, además se exportarán sombreros, cascos y accesorios en cuero, tela y paja así como también vestimenta tejida y de algodón; finalmente se suma a esta lista joyas en plata únicamente ya que la bisutería registró una demanda ya satisfecha en el mercado.

También se estableció que los mercados principales a los que se debe apuntar son Estados Unidos, la Unión Europea y determinados países asiáticos tales como Japón, Corea y China quienes han registrado históricamente un crecimiento en el volumen de sus importaciones de artesanías, y que culturalmente las artesanías ecuatorianas son bien valoradas en dichos países.

El estudio financiero del proyecto arrojó resultados como un VAN de \$ 25.625,33, una TIR de 42.06 %, y un PR de 1 año, 2 meses y 1 día aproximadamente, evidenciando la factibilidad y viabilidad del proyecto. Pero como las proyecciones son resultados que se fundamentan en cifras de periodos anteriores que poseen un margen de error, se realizó un análisis de sensibilidad, determinando un escenario optimista y uno pesimista, que mostró en cada uno de ellos un VAN positivo y una TIR superior al costo de oportunidad de 11.44 %, corroborando así los resultados referentes a la rentabilidad del proyecto.

Se obtuvieron además de todo lo anteriormente expuesto resultados favorables en cuanto a las razones de liquidez y rentabilidad lo que nos indica un bajo nivel de riesgo en la inversión.

Independientemente de cuan buenos hayan sido los resultados de las proyecciones no se puede pasar por alto que el nivel de ventas que se deben obtener para llegar a cubrir por lo menos los gastos es alto, ya que el PE es de casi trescientos mil dólares, y a partir de esta cifra se obtendrán ganancias.

En definitiva, podemos concluir que si todos los factores analizados en este proyecto se mantuviesen constantes en el tiempo el riesgo que un inversor tendría al decidir invertir en este proyecto es bajo y el tiempo en el que recuperaría su inversión es relativamente corto.

Recomendaciones

Si bien los resultados obtenidos durante el desarrollo del presente proyecto han sido favorables, no se puede obviar el hecho de que son estimaciones como ya se dijo anteriormente por lo que es necesario tener en cuenta algunos aspectos a considerar:

Antes de ejecutar el presente proyecto realizar un estudio de mercado en los países objetivo que permita afianzar los resultados obtenidos y recopilar mayor información en cuanto a gustos y preferencias de los potenciales clientes, dicho estudio se podría realizar a través de encuestas virtuales usando sistemas informáticos en redes sociales y, aunque el costo se incrementa, la posibilidad de reducir riesgos por errores u omisiones es mayor.

Investigar acerca de la competencia de la empresa en el mercado internacional e identificar los factores que representan rivalidad para alcanzar una mejora en busca de nuevas ventajas competitivas.

Sería conveniente encontrar alternativas para reducir los tiempos de entrega de los productos ya que el establecido actualmente podría resultar muy largo para los clientes ya que otras páginas como Amazon por ejemplo ofrecen tiempos de entrega menores.

Establecer mecanismos de capacitación permanente para los proveedores en cuanto al uso de materia prima alternativa, optimización de recursos, reducción de desperdicios y calidad del producto, con la finalidad de concientizar a los proveedores sobre la utilización de los recursos naturales e informar periódicamente a los clientes sobre el manejo responsable de dichos recursos.

En caso de obtener alta liquidez como presume el estudio, usar dichos recursos de manera eficiente con la finalidad de no mantener capital ocioso dentro de la empresa y a su vez diversificar la inversión.

Tener en cuenta que el entorno político del Ecuador actualmente ha tenido un periodo de estabilidad relativa, pero esto pudiera cambiar con el tiempo generando incertidumbre en los mercados internacionales, considerar además que las políticas actuales de gobierno incentivan tanto a artesanos como a exportadores fomentando la producción interna y facilitando la exportación.

Se podría realizar alianzas estratégicas con el Ministerio de turismo para difundir dentro de sus campañas publicitarias y ferias en la exterior información de la plataforma, así como también de todos los productos que se ofertan en la misma.

Se necesita que por parte de las autoridades se mantengan los incentivos para los exportadores a lo largo del tiempo, es más debería convertirse en una política de estado los incentivos a exportadores y productores artesanales ya que los recursos con los que actualmente cuenta el país son limitados y a futuro se necesitará de iniciativas de exportación permanentes para sostener la economía del país que como todos conocemos se sustenta en la dolarización.

Por último se debería a futuro incursionar en otros mercados y no conformarnos con los que actualmente se han priorizado ya que se podrían encontrar potenciales clientes en otros países e incluso otras culturas que históricamente no han sido considerados como potenciales.

Bibliografía

- Armstrong, P., & Kotler, G. (2004). *Marketing*. México: McGraw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (2016). *Indicadores Financieros 2016*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- Banco Mundial. (2015). *Banco Mundial*. Obtenido de Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB): <http://datos.bancomundial.org/indicador/GB.XPD.RSDV.GD.ZS>
- Carrasco, V., & Amoroso, I. X. (2012). *Una nueva política fiscal para el Buen Vivir. La equidad como soporte del pacto fiscal*. Quito: Servicio de Rentas Internas.
- Ceballos, M. & Peña, A. (28 de Febrero de 2011). <http://www.cmp-abogados.com>. Recuperado el 18 de Enero de 2016, de <http://www.cmp-abogados.com/2011/02/28/proceso-de-registro-de-marca/>
- Centro de Comercio Internacional Trade Map . (15 de 08 de 2016). *Trade Map*. Obtenido de Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas: http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx
- Cibrán , P., Prado , C., Crespo , M., & Huarte , C. (2013). *Planificación Financiera*. Madrid: Esic Editorial.
- (enero de 2015). *Código del trabajo*. Quito. Obtenido de <https://www.drleyes.com/page/internacional/documento/4/180/320/Ecuador/Codigo-de-Trabajo/Prevencion-de-Riesgos/>
- Comisión de legislación y codificación. (2014). *Ley orgánica de régimen tributario interno, LORTI*. Quito: Congreso Nacional.
- Comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo. (2013). *Guía de mercado. Estados Unidos: Sector de servicios*. Estados Unidos: PromPerú.
- (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.

- Cordero, R. L. (2009). *Reglamentode seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo*. Quito: Ministerio de Relaciones Laborales.
- Cuellar. (2004). *Iniciativas para la economía alterna y solidaria, modelos de generación y credibilidad en el movimiento del comercio justo*. España: Universidad Complutense de Madrid.
- Davoli, P., Alcaraz, D., & Kalout, M. (2014). *Ventajas e inconvenientes del transporte marítimo*. España: Universidad de Valencia.
- Decorcontreras. (12 de enero de 2017). *Decorcontreras*. Obtenido de Misión: <http://www.decorcontreras.com/es/nuestra-empresa/mision-vision>
- Ekosnegocios. (2016). *Perspectiva 2016*. Quito: Ekosnegocio.
- El Telégrafo (Redacción Economía). (5 de julio de 2013). *Compras online en el país llegarán a \$1.000 millones*. *El Telégrafo*, pág. 6.
- El Telégrafo. (23 de Noviembre de 2012). *Empresarios europeos interesados en artesanías y conservas de alimentos ecuatorianos* . Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/empresarios-europeos-interesados-en-artesantias-y-conservas-de-alimentos-ecuatorianos>
- Eslava , J. (2010). *Las claves del análisis económico - financiero de la empresa* . España : Esic Editorial .
- Espín, F. (2016). *Informe de calificación de riesgo de fortaleza financiera*. Quito, Ecuador: Class International Rating.
- Exporta Fácil. (2016). *Exporta Fácil*. Obtenido de Cotizar Envío: <http://exportafacil.correosdelecuador.com.ec/ClienteCotizador/cotizador.jsf;jsessionid=FA3A3365289A00C3E811AFB42716448C.node1>
- Ferrero, A. (2013). *Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX)*. Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

- Figuroa, H. (21 de septiembre de 2016). *El mercado Global de artesanías*. Perú: Investigaciones y Negocios. Obtenido de La Mejor Artesania Peruana Hecha A Mano Con Calidad De Exportación: <http://www.adonde.com/peru-peru/la-mejor-artesania-peruana-hecha-a-mano-con-calidad-de-exportacion.html>
- Fundapymes . (2015). *Fundapymes* . Obtenido de <http://www.fundapymes.com/que-es-la-depreciacion/>
- García, A. (2015). *Financiar las palabras. Una guía acerca del dinero y los impuestos para autores* . EE.UU.: Novel Publicity .
- García, E. (2015). *Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa* . España : Ediciones Paraninfo S.A.
- Gómez Bravo, O., & Zapata Sánchez, P. (1999). *Contabilidad de Costos*. Colombia: McGRAW-HILL INTERAMERICANA S.A.
- Google Adwords. (18 de marzo de 2017). *Google Adwords*. Obtenido de https://www.google.com.ec/adwords/?channel=ha&sourceid=awo&subid=rola-es-ha-aw-bhrh&gclid=Cj0KEQjw2LjGBRDYm9jj5JSxiJcBEiQAwKWAC-ComUReHAoYZHTQR_bllEeXKqKuTFgFhi7xHsscQtP0aAshB8P8HAQ
- Griffin , R., & Ebert , R. (2012). *Negocios*. México: Pearson Educación.
- Gutiérrez, J. (2015). *Gestión y control administrativo de las operaciones de caja* . España : Paraninfo .
- Horngren, C. (2012). *Introducción a la contabilidad financiera*. México: Pearson Educacion.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2016). *Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo. Indicadores laborales junio 2016*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).
- Inteligencia Comercial e Inversiones . (2013). *Análisis del sector Artesanías* . Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_ARTESANIAS.pdf

- León, C. (2012). *Evaluación de inversiones. Un enfoque privado y social* . Chiclayo: UOC.
- Ley de Compañías. (1999). *Ley de Compañías*. Quito.
- Lozada, J. (2014). *Investigación Aplicada: Definición, Propiedad intelectual e Industria*. Quito: Universidad Tecnológica Indoamérica.
- México Forbes . (04 de Junio de 2015). *Los 10 países que más compran por Internet* . Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/los-10-paises-que-mas-compran-por-internet/>
- Ministerio Coordinador de Política Económica. (2013). *Ecuador económico*. Quito: Ministerio Coordinador de Política Económica.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2015 de noviembre de 2016). *Artesanías de Colombia S. A.* Bogotá, Ecuador: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de Catálogo de productos: <http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Catalogo/CatalogoIndex.jsf>
- Ministerio de Relaciones laborales. (2015). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/requisitos-y-procedimiento-para-aprobacion-de-reglamentos-internos-de-trabajo/>
- Ministerio de Relaciones laborales. (2016). *Relaciones laborales*. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/BANCO-DE-PREGUNTAS-BENEFICIOS-SOCIALES.pdf>
- Montesdeoca, C. K., & Zambrano, M. Y. (2012). *Diseño de un plan de exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo de banano dirigido a la asociación de Mujeres agro - artesanales de la provincia de El Oro*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador.
- Montoro , M., Martín , G., & Díez , I. (2014). *Economía de la empresa*. España: Paraninfo.
- Murillo, A. D. (2016). *La realidad de la investigación ene l Ecuador*. Manabí: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

- Nava, M. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Scielo* , 5.
- Pérez, E. C. (2012). *Empaques y embalajes*. Estado de México: Red Tercer Milenio.
- Pérez, R. (2010). *Técnica Contable* . México: Editex .
- Porter, M. (2012). *La Ventaja Competitiva de las Naciones* (3ra edición ed.). Buenos Aires: Editorial Vergara. Obtenido de Crece Negocios: <http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- Pro-Ecuador. (septiembre de 2016). *Pro-Ecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/publicaciones/estadisticas-por-sector/>
- PromPerú. (2015). *Informe Mensual de exportaciones*. Lima, Perú: PromPerú.
- Ramos, R. L. (2016). *Puerto Guayaquil*. Obtenido de <http://www.cgsa.com.ec/inicio.aspx>
- Revista Líderes . (2014). *La Unión Europea es el principal destino* . Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/union-europea-principal-destino.html>
- Schettini, N. G. (2014). *Envase, embalajes y contenedores*. Perú: Instituto de Desarrollo y Comercio Exterior.
- Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENECYT). (2012). *Principales Indicadores de Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación*. Quito: INEC .
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). *Transformación de la Matriz Productiva*. Quito, Ecuador: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.
- Spag, N. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Stoner, J. A., Freeman, E. R., & Gilbert, D. R. (1996). *Administración*. Bogotá: Quinta Educación: Editorial Prentice Hall - Pearson.

Vaquiroy, J. D. (5 de 12 de 2013). *Periodo de recuperaci3n de la inversi3n - PRI*. Recuperado el 12 de 10 de 2015, de Periodo de recuperaci3n de la inversi3n - PRI:

http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/AN/PI/AM/10/Periodo.pdf

Velecela, B. C. (2014). *Elaboraci3n de un modelo de trade marketing para la comercializaci3n de productos de consumo masivo a trav3s de distribuidores independientes aplicado a la empresa DISNAC S.A.* Cuenca, Ecuador: Universidad de Cuenca.

Weltsch, G. (2012). *Presupuestos, planificaci3n y control*. M3xico: Pearson Educaci3n.

Anexos

Anexo 1: Cálculos del simulador del Banco Pichincha

Datos Financiamiento	Valores	Periodicidad	Explicación
Monto Financiado (USD)	19473.52		Monto del crédito solicitado
Monto líquido (USD)	19376.15		Monto acreditado en la cuenta
Cuota Financiera (USD)	428.2	Mensual	Valor correspondiente al capital e interés
Cuota Total (USD)	436.63	Mensual	Valor cuota financiera
Plazo / Número de cuotas	60	Mensual	Número de cuotas a pagar por el cliente en todo el plazo del crédito
Tasa Interés Nominal (%)	11.23	Anual	Es la tasa de interés anual que iguala el valor presente de los flujos de los desembolsos con el valor presente de los flujos de servicio de crédito.
Tasa de Interés activa efectiva referencial para el segmento (%)	10.92	Anual	Es la tasa de interés anual que iguala el valor presente de los flujos de los desembolsos con el valor presente de los flujos de servicio del crédito del segmento
Tasa Interés efectiva anual (%)	11,83	Anual	(TEA) Es igual al interés anual efectivo, dividido para el capital inicial. Las tasas de interés nominal y efectiva difieren cuando el período de capitalización es distinto de un año. La tasa de interés efectiva es más alta mientras más corto es el período de capitalización
Suma de Cuotas (USD)	26197.76		Sumatoria de cuotas que paga el cliente
Carga Financiera (USD)	6441.12		Sumatoria de intereses y primas
Relación entre el valor total y monto de capital solicitado	0,01		Relación entre la suma de cuotas y el monto financiado.
Tasa efectiva anual del costo del financiamiento	12,39		Es la tasa efectiva anual de interés más los valores correspondientes a impuestos de ley, seguros obligatorios (desgravamen e incendios) y gastos directos e indirectos.

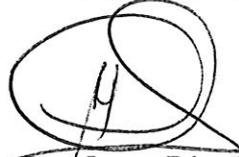
Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 31 de marzo de 2017, conoció la petición de la señorita **ANA ESTEFANÍA COELLO LÓPEZ**, con código 62436 y del señor **ERMEL HORACIO ÁVILA VÉLEZ**, con código 50419, quienes solicitan cambio de Director de su trabajo de titulación "*Elaboración y Evaluación del Proyecto "Ama Ecuador" para la exportación de artesanías*", previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial, debido a que el economista Christian Palacios Manzano, no labora en la Universidad del Azuay; y manifiestan que el ingeniero Fabián Carvallo Coellar, miembro del tribunal examinador tampoco labora en esta Institución.-

El Consejo de Facultad, considerando que el economista Christian Palacios Manzano no reside en la ciudad de Cuenca y que tanto él como el ingeniero Fabián Carvallo Coellar, no laboran en la Institución, resuelve, designarle como directora a la ingeniera María José González Calle; y, como miembros del tribunal examinador a los ingenieros Antonio Torres Dávila; respetando el plazo fijado de la prórroga para la presentación del trabajo de titulación, esto es hasta el 07 de julio de 2017.

Cuenca, abril 3 de 2017



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 7 de julio de 2016, conoció la petición de los estudiantes **ERMEL HORACIO AVILA VELEZ** con código 50419 y **ANA ESTEFANIA COELLO LOPEZ** con código 62436, en la que presentan el diseño de su trabajo de titulación denominado: "*Elaboración y Evaluación del proyecto "Ama Ecuador" para la exportación de artesanías*", previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial. El Consejo de Facultad acoge el informe de la Junta Académica y aprueba el diseño. Designa como **Director al economista Christian Palacios Manzano** y como miembros del Tribunal Examinador al economista Fabián Carvallo Coellar e ingeniero Marco Piedra Aguilera. Los peticionarios para presentar su trabajo de titulación con la respectiva calificación del director tienen un plazo hasta el **07 de enero de 2017**.

Cuenca, julio 7 de 2016



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración

UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

rccr.-



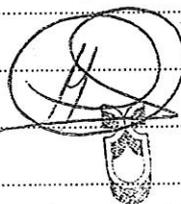
UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

DOCTORA JENNY RIOS COELLO SECRE-
TARIA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA ADMINISTRACION DE LA UNIVER-
SIDAD DEL AZUAY.

CERTIFICA:

Que, la señorita Ana Estefanía Coello López, registrado con código 62436 alumna de la Escuela de Administración de Empresas, tiene aprobado más del 80% de su plan de estudios.

Cuenca, Mayo 3 del 2016



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

No. Derecho 099385

rgp.-



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

DOCTORA JENNY RIOS COELLO, SECRETARIA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY

CERTIFICA:

Que, el Señor AVILA VELEZ ERMEL HORACIO, con código 50419, alumno de la
Escuela de ADMINISTRACION DE EMPRESAS, tiene aprobado más del 80% de
créditos de su malla curricular.

Cuenca, 22 de Abril de 2016



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
FACULTAD DE
ADMINISTRACION
SECRETARIA

Derecho No. 001-001-000139706
mjmr.-

Cuenca, 4 de Mayo del 2016

Ingeniero

Xavier Ortega

Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración

Presente

Estimado Ingeniero

Por medio de la presente informamos que el diseño de tesis realizado para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, denominado Elaboración y evaluación del proyecto "Ama Ecuador" para la exportación de artesanías, ha sido previamente revisado por nuestro director de tesis, Eco. Christian Andrés Palacio Manzano, MAE, por lo que consideramos que el trabajo cumple con los requisitos como tema previo a la obtención del título, por lo tanto solicitamos la aprobación del mismo.

Por la favorable acogida anticipamos nuestros agradecimientos.

Atentamente

Ana Coello

Ana Estefanía Coello López

62436



Érmel Horacio Ávila Vélez

50419

Cuenca, 4 de Mayo del 2016

Ingeniero

Xavier Ortega

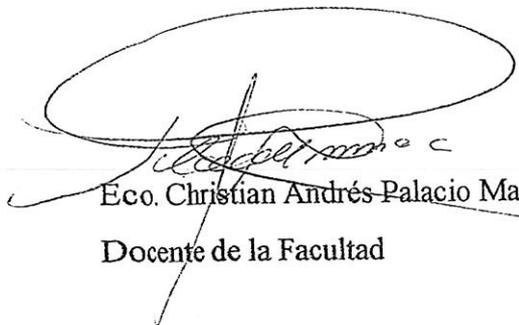
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración

Presente

Estimado Ingeniero

Por medio de la presente informo que he revisado el diseño de tesis previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, denominado Elaboración y evaluación del proyecto "Ama Ecuador" para la exportación de artesanías, realizada por los estudiantes Ana Estefanía Coello López con código 62436 y Érmel Horacio Ávila Vélez con código 50419, que luego de haber realizado las observaciones del caso por mi parte y las correcciones de éstas por parte de las estudiantes, considero que este trabajo cumple con los requisitos como tema previo a la obtención del título.

Atentamente



Eco. Christian Andrés Palacio Manzano, MAE

Docente de la Facultad



CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de la escuela de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: **“Elaboración y Evaluación del proyecto “Ama Ecuador” para la exportación de artesanías**, presentado por los estudiantes Ermel Horacio Avila Vélez y Ana Estefanía Coello López con códigos 50419 y 62436 respectivamente, previa a la obtención del grado de Ingeniero/a Comercial, para el Miércoles, 08 de junio de 2016 a las 19h30.

Cuenca, 02 de Junio de 2016


Dra. ~~Vanessa~~ **Palacios Coello**
Secretaria de Titulación
DECANATO

Ing. Christian Palacios Manzano

Econ. Fabián Carvallo Coellar

Ing. Marco Piedra Aguilera

*Comunicado Coello López
02-06-2016
18/00*

SUSTENTACION DE DISEÑO DE TESIS

FECHA: 24-05-2016

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ESTUDIANTES:

Ávila Vélez Ermel Horacio y Coello López Ana Estefanía

Fecha de sustentación: Miércoles, 08 de junio 2016
a las 19h30

Oficio: EA-952-2016-UDA
Cuenca, 23 de mayo de 2016

Ingeniero
XAVIER ORTEGA
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración
Ciudad.

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por **Avila Vélez Ermel Horacio y Coello López Ana Estefanía**, tema: **ELABORACION Y EVALUACION DEL PROYECTO "AMA ECUADOR" PARA LA EXPORTACION DE ARTESANIAS**, informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la "Guía para la elaboración y presentación de la denuncia/protocolo de trabajo de titulación".

Director: Econ. Palacios Christian

Tribunal sugerido: Econ. Carvallo Fabián
Ing. Piedra Marco

Atentamente,



ING. MARIA JOSE GONZALEZ
Directora de la Junta de Administración
Universidad del Azuay



ACTA

SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.8 Nombre del estudiante: Ermel Horacio Avila Vélez y Ana Estefanía Coello López
- 1.9 Códigos: 50419 y 62436 respectivamente
- 1.10 Director sugerido: Ing. Christian Palacios Manzano
- 1.11 Codirector (opcional): _____
- 1.12 Tribunal: Econ. Fabián Carvallo Coellar e Ing. Marco Piedra Aguilera
- 1.13 Título propuesto: *Elaboración y Evaluación del proyecto "Ama Ecuador" para la exportación de artesanías*
- 1.14 Resolución:

1.14.1 Aceptado sin modificaciones _____

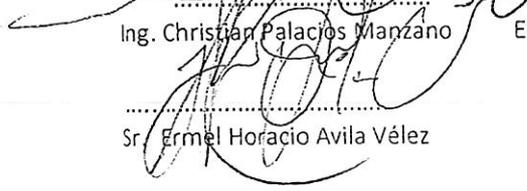
1.14.2 Aceptado con las siguientes modificaciones:

- 1) EN CAPITULO 1 INCLUIR "ANÁLISIS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA IMPULSAR EXPORTACIONES".
- 2) INCLUIR EN ANÁLISIS SOBRE PROCESO DE EXPORTACION EN EL PUNTO 2.2.2 LOGÍSTICA.
- 3) INCLUIR TEMA DE LOWCOST SUITO COMO ESTRATEGIA DE MARKETING.

1.14.3 No aceptado
• Justificación:

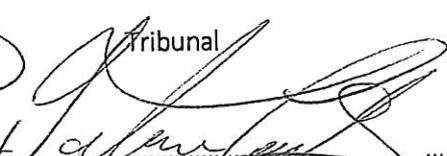


 Ing. Christian Palacios Manzano

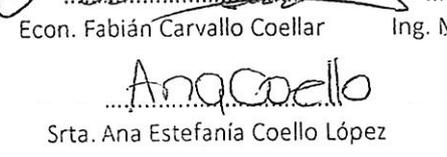


 Sr. Ermel Horacio Avila Vélez

Tribunal



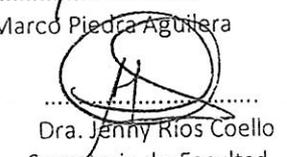
 Econ. Fabián Carvallo Coellar



 Srta. Ana Estefanía Coello López



 Ing. Marco Piedra Aguilera



 Dra. Jenny Ríos Coello
 Secretaria de Facultad

Fecha de sustentación: Miércoles, 08 de junio de 2016 a las 19h30



RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 Nombre del estudiante: Ermel Horacio Avila Vélez y Ana Estefanía Coello López
 1.2 Códigos: 50419 y 62436 respectivamente
 1.3 Director sugerido: Ing. Christian Palacios Manzano
 1.4 Codirector (opcional):
 1.5 Título propuesto: *Elaboración y Evaluación del proyecto "Ama Ecuador" para la exportación de artesanías*
 1.6 Revisores (tribunal): : Econ. Fabián Carvallo Coellar e Ing. Marco Piedra Aguilera
 1.7 Rodríguez
 1.8 Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple totalmente	Cumple parcialmente	No cumple	Observaciones (*)
Línea de investigación				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	/			
Título Propuesto				
2. ¿Es informativo?	/			
3. ¿Es conciso?	/			
Estado del arte				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?	/			
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo	/			
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	/			
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?				
Problemática y/o pregunta de investigación				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/			
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/			
Hipótesis (opcional)				
10. ¿Se expresa de forma clara?	/			
11. ¿Es factible de verificación?	/			
Objetivo general				
12. ¿Concuerda con el problema formulado?	/			
13. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	/			

14. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	/			
Objetivos específicos				
15. ¿Concuerdan con el objetivo general?	/			
16. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	/			
Metodología				
17. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	/			
18. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	/			
19. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	/			
20. ¿Los datos, materiales y actividades mencionadas son adecuados para resolver el problema formulado?	/			
Resultados esperados				
21. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	/			
22. ¿Concuerdan 23. con los objetivos específicos?	/			
24. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	/			
25. ¿Los resultados esperados son consecuencia, e 26. n todos los casos, de las actividades mencionadas?	/			
Supuestos y riesgos				
27. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes?	/			
28. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?	/			
Presupuesto				
29. ¿El presupuesto es razonable?	/			
30. ¿Se consideran los rubros más relevantes?	/			
Cronograma				
31. ¿Los plazos para las actividades son realistas?	/			
Referencias				
32. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	/			
Expresión escrita				
33. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?	/			
34. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	/			

Referencias				
100. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	/			
Expresión escrita				
101. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?	/			
102. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	/			

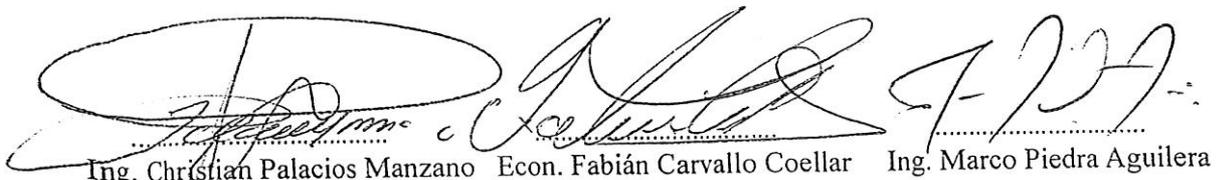
(*) Breve justificación, explicación o recomendación.

- Opcional cuando cumple totalmente,
- Obligatorio cuando cumple parcialmente y NO cumple.

.....

.....

.....



Ing. Christian Palacios Manzano Econ. Fabián Carvallo Coellar Ing. Marco Piedra Aguilera

Jueves 9 A - ADM

13-20

Cuenca, 20 de junio del 2016

Ingeniero

Xavier Ortega

Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración

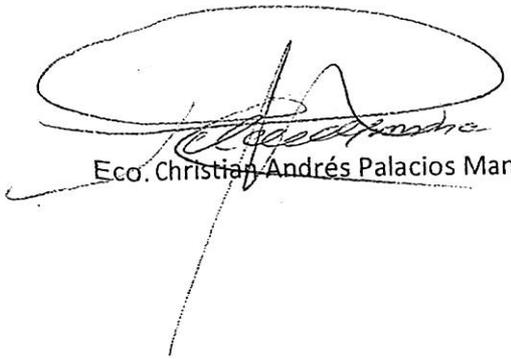
Presente

Estimado Ingeniero

Por medio de la presente informo que he revisado los cambios solicitados posterior a la sustentación efectuada el pasado miércoles 8 de junio del presente y previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas, denominado Elaboración y Evaluación del proyecto "Ama Ecuador" para la exportación de artesanías, realizada por los estudiantes Ana Estefanía Coello López con código 62436 y Érmel Horacio Avila Vélez con código 50419.

Por la atención al presente anticipo mis agradecimientos.

Atentamente



Eco. Christian Andrés Palacios Manzano



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

UNIVERSIDAD DEL AZUAY



Facultad de Ciencias Administrativas

Escuela de Administración de Empresas

Protocolo de trabajo de titulación

Título:

Elaboración y evaluación del proyecto "Ama Ecuador" para la exportación de artesanías

Nombres:

Ávila Vélez Érmel Horacio

Coello López Ana Estefanía

Director sugerido:

Eco. Christian Palacios Manzano, MAE

Cuenca – Ecuador

2016



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombres de los estudiantes: AVILA VELEZ ERMEL HORACIO; COELLO LOPEZ ANA ESTEFANIA.

1.1.1 Códigos: 50419; 62436

1.1.2 Contactos: 072806345; 0996153390; ehavelez@hotmail.com
2891443; 0992895085; estefaniacoello1@hotmail.com

1.2 Director sugerido: Manzano Palacios Christian Andrés Economista

1.2.1 Contacto: 0987963038; 2459588; capalacios@uazuay.edu.ec

1.3 Co-director sugerido: Ninguno.

1.3.1 Contacto: Ninguno.

1.4 Asesor metodológico: Ninguno.

1.5 Tribunal designado:

1.6 Aprobación:

1.7 Línea de Investigación de la carrera: Otras: emprendimiento.

1.7.1 Código UNESCO: 5311.99

1.7.2 Tipo de trabajo:

a) Modelo de negocio.

b) Investigación formativa.

1.8 Área de estudio: Elaboración de Proyectos

1.9 Título propuesto: Elaboración y evaluación del proyecto "Ama Ecuador" para la exportación de artesanías.

1.10 Subtítulo: Ninguno.

1.11 Estado del proyecto: Multidisciplinario.

2. CONTENIDO

2.1 Motivación de la investigación:

Mediante esta investigación queremos proveer de un sistema de distribución que rompa fronteras para artesanos y microempresarios, de esta manera ellos podrán comercializar sus productos no solo en ferias o lugares específicos en determinadas fechas sino que podrán hacerlo 24 horas al día, 365 días al año.

2.2 Problemática:

En la actualidad no existe una plataforma virtual que ofrezca productos artesanales a nivel nacional o internacional hechos en Ecuador. Los artesanos y microempresarios no tienen la capacidad económica ni técnica para hacerlo.

2.3 Pregunta de investigación:

¿Los canales de distribución son necesarios en la actividad artesanal o micro empresarial?

2.4 Resumen:

Este es un proyecto para la implementación de una plataforma virtual que aprovechará las ventajas que hoy en día el gobierno ecuatoriano ofrece para emprendimiento y exportación; las teorías y recomendaciones de expertos en el tema de comercio electrónico; y, esto sumado a un estudio de pre-factibilidad, un estudio técnico y un estudio económico; nos darán las herramientas necesarias para determinar la viabilidad de dicho proyecto, que además de contar con una base de datos para proveer información primaria para este proyecto; dicha base de datos podría ser de gran utilidad para otro tipo de emprendimiento a nivel local.

2.5 Estado del Arte y marco teórico:

Marco Teórico

Como todos sabemos, casi por cultura general, es que la tecnología se ha desarrollado a una velocidad impresionante sobre todo en la última década, el uso de teléfonos inteligentes, computadoras portátiles, internet, etc.; son solo algunas de las herramientas



con las que hoy en día contamos para acceder a información que antes solo tenían acceso una reducida parte de la población. Poco a poco las personas han ido masificando el uso de estas herramientas por lo que hoy en día desconocer o restarle importancia al uso de estos medios pone a cualquier persona u organización en desventaja frente a un mundo globalizado en el cual nos encontramos sumergidos y al cual tenemos que adaptarnos. Es por esta razón que nuestro proyecto está dirigido a conectar de cierto modo a quienes aún no están utilizando herramientas informáticas y de difusión de la información con el resto de personas alrededor del mundo que buscan segundo a segundo satisfacer sus necesidades de consumo, a este tipo de empresas se las conoce con el nombre de “intermediarios online, los cuales son empresas que facilitan la conexión entre compradores y vendedores; y que a cambio reciben una parte o un porcentaje de la venta” (Viciano, 2011, p. 28).

Hobber y Fahy (2007) nos dan una explicación de cómo las empresas se ven sumergidas en dos tipos de ambientes: micro entorno y macro entorno; el primero hace referencia a factores del sector y el mercado en el que se encuentra la empresa y el segundo a factores socioeconómicos, políticos, culturales, etc., además nos da una perspectiva de lo que una marca como “Comercio justo” en Gran Bretaña ayuda a que los pequeños productores tengan los réditos económicos necesarios para cubrir sus gastos y tener una utilidad sustancial con respecto al precio de venta (p. 36).

En tanto que Viciano (2001) encuentra que las ventajas que tanto consumidores como empresas pueden obtener de las ventas por internet son las siguientes:

Ventajas para el consumidor:

- ✓ Información precisa del estado de las compras.
- ✓ Comparación de precios rápida y efectiva.
- ✓ Posibilidad de consulta de información muy detallada.
- ✓ Economizar dinero.
- ✓ Comprar sin necesidad de desplazamiento.

Ventajas para la empresa:

- ✓ Menores costos en infraestructura.
- ✓ Amortización a corto plazo.

- ✓ Mejor control y disminución de inventarios.
- ✓ Mayor aprovechamiento del recurso humano en el área de compras.
- ✓ Expansión geográfica del mercado a bajos costos.
- ✓ Mejor gestión de compra y proceso de venta (p. 16)

Por último un experto en el tema nos da algunas recomendaciones para tener éxito al vender *on-line*:

1. No tenga miedo de empezar poco a poco
2. Sáquele fotos con la mejor iluminación del artículo que quiere vender, luego escoja la mejor de todas.
3. Haga una descripción precisa del artículo.
4. No olvide calcular los costos de franqueo y embalaje.
5. Asegúrese que el precio sea el correcto.
6. Asegúrese de dar un buen servicio en todo sentido.
7. Empaque los productos de la mejor manera posible con el fin de evitar daños en el proceso de transporte.
8. Ante cualquier dificultad actúe lo más pronto posible.
9. Venda lo que ame y ame lo que venda. (Norris, 2013, p.18).

Considerando estos aspectos podemos concluir que existe mucho más tela por cortar al respecto, además nuestro país se encuentra en una etapa de crecimiento en cuanto a compras por internet se refiere lo cual crea un ambiente idóneo para investigar e

Involucrarnos mucho más a fondo y explotar las oportunidades que este mercado ofrece.

2.6 Hipótesis:

2.7 Objetivo general: Elaborar y evaluar un proyecto denominado "Ama Ecuador" para la exportación de artesanías, a través de un análisis económico, administrativo, de mercado, técnico y legal para fomentar e incentivar las ventas de productos elaborados por artesanos ecuatorianos.

2.8 Objetivos específicos:



- ✓ Determinar la situación actual del entorno, mediante un análisis de la información cualitativa y cuantitativa del sector artesanal, que nos permita tomar decisiones respecto al proyecto.
- ✓ Elaborar el proyecto, el cual consta de un estudio de mercado, técnico, organizativo y legal, para diagnosticar los requerimientos que implica la implementación del proyecto; analizando la competencia, proveedores, clientes, así como también los recursos humanos y materiales que implica dicho proyecto, lo cual nos permite determinar el plan de inversiones.
- ✓ Realizar el estudio económico, la evaluación financiera y la medición del impacto social y ambiental del proyecto, mediante la elaboración de estados financieros proyectados que ayudaran a estimar si el proyecto es viable económicamente.

2.9 Metodología:

Nuestro proyecto de investigación se encuentra dentro de lo referente a ventas por internet, principalmente productos de artesanías, las mismas que se elaboran en distintos lugares de nuestro país, para efectos del estudio tomaremos la zona del austro como muestra de la producción de artesanías para hacer inferencia en el resto del país. Para esta investigación recaudaremos información de la variedad y precios directamente de la Junta de artesanos, MIPRO y MIES para saber el lugar donde se fabrican los diferentes productos, luego haremos visitas personalizadas a los potenciales proveedores y mediante encuestas podremos clasificarlos por su capacidad de producción, precio, peso y por el tamaño de los productos ya que de estas variables dependerá el costo de transporte y exportación.

Nuestra investigación es correlacionada ya que por una parte utilizaremos investigación lógica deductiva e inductiva y por otra también haremos trabajo de campo y recopilación de datos.

Utilizaremos el método lógico deductivo para encontrar oportunidades desconocidas a partir de las ya conocidas y mediante modelos estadísticos y matemáticos hacer inferencia para aplicarlo en otras regiones del país. Luego, partiendo de estos resultados en términos de producción podremos plantear una hipótesis que tendremos que demostrar al realizar el

estudio de la demanda, comparar producción vs. Demanda y saber si somos capaces de satisfacer el mercado potencial de clientes.

Una vez obtenidos los datos anteriormente expuestos podemos usar modelos de simulación matemática en Excel para determinar cantidades vs. Precio, rentabilidad, flujos esperados, punto de equilibrio, etc.

2.10 Alcances y resultados esperados:

Lo que queremos lograr al final de la investigación es crear parámetros a base de simulaciones que reflejen no solo la viabilidad del proyecto sino las cantidades y precios que lo hacen viable o no, para de esa manera saber si las políticas de incentivos a las exportaciones realmente favorecen a los pequeños productores o si se necesitaría incentivos adicionales a los ya establecidos por parte de las autoridades.

2.11 Supuestos y riesgos: Ninguno.

2.12 Presupuesto:

<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>Valor</i>
1	laptop	500.00
1	impresora	200.00
1	útiles de oficina	40.00
1	pasajes y viáticos	200.00
	artesanías de diferente	
20	tipo	400.00
	derechos, certificados y	
1	otros	500.00
	empastado y gastos de	
1	presentación final	200.00
	total	2,040.00

2.13 Financiamiento: Los propios autores.

2.14 Esquema tentativo:

Índice

Introducción

Capítulo 1.- Análisis del entorno

1.1. Análisis en base al Diamante de Porter

1.2. Análisis PEST

1.3. Análisis de políticas públicas para exportaciones

1.4. Logística

Capítulo 2.- Elaboración del Proyecto

2.1. Estudio de mercado

2.1.1. Producto

2.1.2. Demanda

2.1.3. Oferta

2.1.4. Precio

2.1.5. Competencia directa e indirecta

2.1.6. Comercialización y distribución

2.1.7. Políticas de cobro y pago

2.1.8. Estrategias de Marketing

2.1.8.1 Comercio justo

2.2. Estudio Técnico

2.2.1. Costos

2.2.2. Logística

2.2.3. Maquinaria, equipo y herramientas

2.2.4. Análisis de proveedores

2.2.5. Análisis de cercanía con los clientes

2.2.6. Tamaño óptimo

2.3. Estudio administrativo, político y legal

2.3.1. Tamaño de la estructura organizativa

2.3.2. Misión, visión y responsabilidad social

2.3.3. Organigrama

2.3.4. Perfil de los trabajadores y asignación de tareas

2.3.5. Cadena de valor

Capítulo 3.- Evaluación del proyecto

3.1. Plan de inversiones y fuentes de financiamiento

3.2 punto de equilibrio

3.3 Balance General Proyectado

3.4 Estado de Resultados Proyectado

3.5 Flujo de Caja Proyectado

3.6 Evaluación del Proyecto

3.6.1 Tasa interna de retorno (TIR)

3.6.2 Valor actual neto (VAN)

3.6.3 Periodo de recuperación de inversión

3.6.4 Índices Financieros

3.6.5 Análisis de Sensibilidad



3.7 Impactos:

3.7.1 Sociales

Conclusiones y recomendaciones

Bibliografía

2.15 Cronograma

OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDAD	RESULTADO ESPERADO	TIEMPO (semanas)
Determinar la situación actual del entorno, mediante un análisis de la información cualitativa y cuantitativa del sector artesanal, que nos permita tomar decisiones respecto al proyecto	1. Cotizar plataformas con Ingenieros locales 2. Hacer entrevistas con expertos legales en lo referente a comercio artesanal.	Recolectar datos suficientes para entender y analizar la situación económica, política financiera del entorno de la actividad artesanal.	4
Elaborar el propecto, el cual consta de un estudio de mercado, técnico, organizativo y legal, para diagnosticar los requerimientos que implica la implementación del proyecto; analizando la competencia, proveedores, clientes; así como también los recursos humanos y materiales que implica dicho proyecto, lo cual nos permite determinar el plan de inversiones	1. Nos reuniremos con directivos de correos del ecuador y servientrega que son referentes locales de sistemas de entrega y correos; así como potenciales proveedores.	Obtener información necesaria y precisa para la elaboración del proyecto.	4
Realizar el estudio económico, la evaluación financiera y la medición del impacto social y ambiental del proyecto, mediante la elaboración de estados financieros proyectados que ayudaran a estimar si el proyecto es viable económicamente	1. Visitar instituciones como Mipro, Mies u otra institución con la finalidad de obtener datos reales sobre precios, sueldos y salarios; e implicaciones legales del sector artesanal.	Tener la información necesaria con respecto a proveedores, ubicación, productos, precios, etc, para la elaboración del estudio económico, proyecciones, etc.	4
TOTAL			12

2.16 Referencias

Nuestro trabajo de titulación será redactado bajo la normativa APA.

Justicia-Arráez, Ana (2016). Utilización de la normativa APA 6ª edición. España: Retrieved from <http://hdl.handle.net/10481/40636>

Guía de acceso rápido a la venta online: ¿cómo vender en los principales sitios de comercio electrónico? (2013). Argentina: Ediciones Granica. Retrieved from <http://site.ebrary.com/lib/uasuausp/reader.action?docID=10862086>

Jobber, D., & Fahy, J. (2007). Fundamentos de marketing (2a. ed.). España: McGraw-Hill España. Retrieved from <http://site.ebrary.com/lib/uasuausp/detail.action?docID=10624434&p00=fundamentos+marketing>

Viciano, P. A. (2011). Venta online (UF0032). España: IC Editorial. Retrieved from <http://site.ebrary.com/lib/uasuausp/detail.action?docID=10693157&p00=venta+online+%28uf0032%29>

2.17 Anexos:

2.18 Firmas de responsabilidad

Ana Coello

Ana Estefanía Coello López

62436



Erme Horacio Avila Vélez

50419

2.19 Firma de responsabilidad



Eco. Christian Andrés Palacios Manzano, MAE

Docente de la Facultad

2.20 Fecha de entrega: