



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE  
MANABI.**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS.  
CARRERA: COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES.**

**TEMA:  
PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE  
MATE HACIA EL MERCADO DE MADRID-ESPAÑA.**

**TESIS DE GRADO:  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN COMERCIO  
EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTORES:  
KAREN SIBONEY ALCIVAR LOOR  
MARIA MERCDES LOOR ALCIVAR**

**DIRECTOR DE TESIS:  
ECO. JORGE GRESELY  
MANTA, 2017.**

## IDENTIFICACIÓN DE EGRESADA



NOMBRES:	Karen Siboney
APELLIDOS:	Alcívar Loor
NACIONALIDAD:	ECUATORIANA
LUGAR DE NACIMIENTO:	Convento - Chone
FECHA DE NACIMIENTO:	14 de julio 1995
CEDULA DE IDENTIDAD:	131285863-0
ESTADO CIVIL:	Soltera
TELEFONOS:	0997714128
CORREO ELECTRONICO	Siboney735@gmail.com
DIRECCION DOMICILIO	La pradera
INTERESES CON EL PROYECTO DE PREGRADO	Innovar en el sector artesanal.

## IDENTIFICACIÓN DE EGRESADA



NOMBRES:	María Mercedes
APELLIDOS:	Loor Alcívar
NACIONALIDAD:	ECUATORIANA
LUGAR DE NACIMIENTO:	Manta
FECHA DE NACIMIENTO:	03 de junio 1994
CEDULA DE IDENTIDAD:	131655786-5
ESTADO CIVIL:	Soltera
TELEFONOS:	0998628204
CORREO ELECTRONICO	mariamercds55@outlook.com
DIRECCION DOMICILIO	Calle 20, Av. 26
INTERESES CON EL PROYECTO DE PREGRADO	Innovar en el sector artesanal.

## IDENTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DEL PROYECTO DE GRADO

NOMBRES:	JORGE ROBERT	
APELLIDOS:	GRESELY ARAY	
NACIONALIDAD:	ECUATORIANO	
LUGAR DE NACIMIENTO:	Quevedo	
FECHA DE NACIMIENTO:	7 de Junio de 1965	
CEDULA DE IDENTIDAD:	130433294-1	
ESTADO CIVIL:	Soltero	
TELEFONOS:	2-920-180	
CORREO ELECTRONICO	<a href="mailto:jorge.gresely@uleam.edu.ec">jorge.gresely@uleam.edu.ec</a>	
RESIDENCIA: DIRECCION DOMICILIO	Manabí – Manta – Tarqui. Calle 115 # 326 y Av. 203	
FORMACIÓN ACADEMICA:	Máster Administración de Empresas Economista Contador Público	
COMPETENCIAS LABORALES	Iniciativa propia, creatividad, liderazgo, oportunidad, trabajo en Equipo	
EXPERENCIA DOCENTE:	Docente asignatura de Matemáticas: Colegios Manabí y Estella Maris, Dirección Financiera Uleam, Docente Matemática Financiera Fac. Auditoría, de Economía en Fac. Economía y Auditoría.	
ESTUDIOS ACTUALES:	Docente asignaturas de Microeconomía e Investigación Operativa en Fac. Comex.	
INTENCIONALIDAD O INTERES EN EL PROYECTO DE GRADO.	Aportar a la titulación de los egresados de la Facultad de Comercio Exterior y Negociaciones Internacionales de la ULEAM.	

## NOTA DEL PROYECTO DE GRADO

En la ciudad de Manta, en las instalaciones de la Facultad de Comercio Exterior y Negocios Internacionales de la ULEAM, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_ del año \_\_\_\_, a las \_\_h\_\_, previo el cumplimiento de los requisitos establecidos en el Reglamento de Grado, se presentó (presentaron) a defender su Proyecto de Grado:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANIAS DE MATE HACIA EL MERCADO DE MADRID-ESPAÑA.** Para obtener el título de Tercer Nivel de **INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**, Las estudiantes: KAREN SIBONEY ALCIVAR LOOR con C.I. # 131285863-0 y MARIA MERCEDES LOOR ALCIVAR con C.I. # 131655786-5.

Una vez examinado sobre el tema se hacen acreedores a las siguientes notas:

- Nota del Trabajo escrito de Proyecto de Grado: \_\_\_/10 (\_\_\_\_\_ sobre diez)
- Nota de Defensa del Proyecto de Grado: \_\_\_/10 (\_\_\_\_\_ sobre diez)
- Nota Final Promedio del Proyecto de Grado: \_\_\_/10 (\_\_\_\_\_ sobre diez)

Para constancia de lo actuado firman:

\_\_\_\_\_  
Profesor miembro Tribunal 1.

\_\_\_\_\_  
Profesor miembro Tribunal 2.

\_\_\_\_\_  
Profesor miembro Tribunal 3.

\_\_\_\_\_  
Eco. Jorge Gresely.  
Director del Proyecto del Grado.

\_\_\_\_\_  
Eco. Jorge Gresely.  
Coordinador de Carrera.

## ORDEN DE ENCUADERNADO

Una vez comprobado que se han realizado las correcciones, modificaciones y más sugerencias realizadas por los miembros del Tribunal Examinador para el proyecto escrito presentado por el (los) señor(es):

Se emite la presente orden de encuadernación con fecha: \_\_\_\_\_

Para constancia firman los Profesores miembros del Tribunal Examinador y el Director del proyecto de Grado:

NOMBRE	FUNCIÓN	FIRMA
	DIRECTOR	
	Profesor – Miembro 1	
	Profesor – Miembro 2	
	Profesor – Miembro 3	

---

**Eco. Jorge Gresely Aray**  
**COORDINADOR DE CARRERA.**

## DECLARACIÓN

Nosotras, Karen Siboney Alcívar Loor y María Mercedes Loor Alcívar, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que nos hemos basado en las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedemos nuestros derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

KAREN SIBONEY ALCIVAR LOOR  
C.I. #131285863-0

---

MARIA MERCEDES LOOR ALCIVAR  
C.I. # 131655786-5

## CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo de grado Titulado “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EXPORTACIÓN DE *ARTESANIAS DE MATE* HACIA EL MERCADO DE MADRID, ESPAÑA**”, ha sido desarrollado por las egresadas, KAREN SIBONEY ALCIVAR LOOR Y MARIA MERCEDES LOOR ALCIVAR, bajo mi supervisión y tutoría según designación realizada por el Consejo de Facultad mediante Oficio No. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_. De igual manera, certifico que dicho trabajo ha sido concluido satisfactoriamente, cumple con todas las disposiciones legales establecidas por la normatividad institucional vigente, se encuentra listo para su defensa oral y cuenta con el aval de los profesores lectores del Proyecto de Grado, motivo por el cual dichos profesores también suscriben el presente documento.

---

Eco. Jorge Gresely  
DIRECTOR DEL PROYECTO

---

PROFESOR LECTOR 1

---

PROFESOR LECTOR 2

---

PROFESOR LECTOR 3



## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a las personas que de alguna manera han sido parte de todo el proceso que conlleva la carrera, principalmente a mi familia.

Karen Siboney Alcívar Loor

## **DEDICATORIA**

Dedicare este proyecto a mi padre por todo el apoyo moral psicológico y económico durante este corto proceso de formación profesional.

Se lo dedico también a todas aquellas personas que de alguna u otra forma hicieron posible este proyecto.

María Mercedes Loor

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia por su apoyo a lo largo de mi corta vida.

Erick Menéndez, Mayra Parrara y Jorge Gresely por el asesoramiento en el desarrollo del proyecto.

Un agradecimiento muy especial al sr. Boris Zambrano Cabrera quien es pionero en la producción de artesanías de Mate en Manabí y quien con mucho cariño nos brindó su ayuda y conocimientos respecto al tema.

Karen Siboney Alcívar Loor

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, a mi padre por darme todo su apoyo siempre, agradezco también a todas las personas que me ayudaron a realizar este proyecto, tutor, profesores, y al Sr. Boris Zambrano Cabrera quien nos brindó toda su información y conocimiento como artesano y emprendedor.

María Mercedes Loor

## Índice

INTRODUCCIÓN .....	18
<b>CAPITULO 1: GENERALIDADES.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1. PROYECTO DE PREGRADO.....</b>	<b>19</b>
<b>1.1.1. Tema o título del proyecto.....</b>	<b>19</b>
<b>1.2. Planteamiento del problema.....</b>	<b>19</b>
1.2.1. Formulación del problema de investigación .....	19
<b>1.2.2. Sistematización del problema.....</b>	<b>19</b>
<b>1.2.3. Delimitación del problema de investigación .....</b>	<b>20</b>
<b>1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>20</b>
<b>1.3.1. Objetivo General .....</b>	<b>20</b>
<b>1.3.2. Objetivos Específicos.....</b>	<b>20</b>
1.4. Justificación e importancia.....	21
1.5. Beneficiarios potenciales.....	21
1.6. Marco teórico .....	22
<b>1.6.1. Herramientas .....</b>	<b>24</b>
<b>1.6.2. Técnicas de decoración .....</b>	<b>24</b>
1.7. Metodología de la Investigación .....	26
<b>CAPÍTULO 2: PLAN ESTRATÉGICO:.....</b>	<b>27</b>
<b>2.1.OBJETIVOS DEL CAPITULO.....</b>	<b>27</b>
<b>2.2.ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....</b>	<b>27</b>
2.2.1. Análisis macro entorno mercado España, Madrid.....	27
2.2.1.1. Macro ambiente del negocio .....	29
2.2.1.1.1. Factores sociales y culturales. ....	30
2.2.1.1.2. Factores demográficos.....	30
2.2.1.1.3. Condiciones económicas.....	32
2.2.1.1.4. Comercio Exterior.....	35
2.2.1.1.5 Auditoria de la competencia Interna .....	41
2.2.1.1.6. Factores Políticos y Legales .....	41
2.2.1.1.7. Tecnología Imperante.....	42
2.2.1.2 Microambiente Externo (Madrid).....	43
2.2.1.3 Microambiente Interno .....	45

2.2.1.3.1	Indicadores Económicos.....	46
2.2.2.	Análisis de la Industria.....	47
2.2.2.1	Antecedentes generales y evolución de la industria.....	47
2.2.2.2.	Análisis estructural del sector industrial, 5 fuerzas de Porte.....	50
2.2.3.	Análisis FODA.....	51
2.2.4.	Viabilidad estratégica de invertir.....	51
<b>2.3.</b>	<b>Planteamiento Estratégico.....</b>	<b>52</b>
2.3.1.	Misión y Visión.....	52
2.3.1.1.	<b>Misión.....</b>	52
2.3.2.1.	<b>Financiero.....</b>	52
2.3.2.2.	No financieros.....	53
2.3.3.	Estrategias.....	53
2.3.3.1.	<b>Cartera de productos.....</b>	54
2.3.3.2.	Matriz BCG:.....	55
2.3.4.	<b>Sistema de Valores.....</b>	<b>55</b>
2.3.4.1.	<b>Valores organizacionales.....</b>	55
2.3.4.2.	<b>Valores operacionales.....</b>	56
	<b>CAPÍTULO 3. PLAN COMERCIAL.....</b>	<b>57</b>
3.1.	<b>OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....</b>	<b>57</b>
3.2.	<b>ANÁLISIS DEL MERCADO DE REFERENCIA.....</b>	<b>57</b>
3.2.1.	Tipo y estructura de mercado.....	57
3.2.2.	Identificación y análisis de segmentos de mercado objetivos.....	58
3.2.3.	Identificación y análisis de la competencia directa.....	58
3.2.4.	Demanda insatisfecha del mercado de referencia.....	59
3.2.5.	Demanda que atenderá el proyecto.....	59
3.3.	<b>Plan Comercial.....</b>	<b>59</b>
3.3.1.	Objetivos del plan comercial.....	59
3.3.2.	Mix de Marketing.....	59
3.3.2.1.	<b>Auditoría y estrategia de producto.....</b>	59
3.3.2.1.1.	<b>Adaptación o modificación requerida.....</b>	60
3.3.2.1.2.	<b>Atributos y beneficios del producto.....</b>	60
3.3.2.1.3.	<b>Componente de envase.....</b>	61

3.3.2.1.4. Estrategia de marca .....	61
<b>3.3.2.2. Auditoría y estrategia de precio.....</b>	<b>62</b>
3.3.2.2.1. Términos de Venta (INCOTERM).....	62
3.3.2.2.2. Partida arancelaria .....	62
3.3.2.2.3. Comparativo de precios con la competencia.....	63
3.3.2.2.4. Impacto del tipo de cambio en la fijación del precio.....	63
3.3.2.2.6. Precio de venta unitario (de exportación).....	64
3.3.2.2.7. Métodos de cobro/pago internacional.....	64
3.3.2.3. Auditoría y Estrategia de Distribución.....	64
3.3.2.3.1. Modo de transporte.....	64
3.3.2.2.2. Puerto/aeropuerto de origen y destino.....	65
3.3.2.2.4. Regulaciones de marcas y etiquetas origen/destino.....	65
3.3.2.2.4.1. Embalaje.....	65
3.3.2.2.4.2. Documentación.....	66
3.3.2.2.4.3. Seguro.....	67
3.3.2.2.4.4. Normas legales, calidad y buenas prácticas.....	68
3.3.2.2.5. Canal de distribución .....	69
3.3.2.2.6. Proveedores del servicios para la exportación.....	69
3.3.2.2.7. Operativa de comercio exterior: (tramitología).....	69
3.3.2.4.1. Concepto de posicionamiento.....	70
3.3.2.4.2. Concepto de eslogan.....	71
3.3.2.4.3. Medios interactivos (Internet).....	71
3.3.2.4.4. Ferias comerciales internacionales.....	71
<b>CAPITULO 4: PLAN TECNICO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>72</b>
<b>4.1. OBJETIVO DEL CAPITULO.....</b>	<b>72</b>
<b>4.2. PLAN TÉCNICO.....</b>	<b>72</b>
4.2.1. Capacidad de producción.....	72
4.2.2 Plan de Producción.....	72
4.2.2.1. Localización.....	72
4.2.2.2. Proceso productivo/operacional.....	73
4.2.2.3. Instalaciones de la empresa (layout).....	74
<b>4.2.3. Plan de abastecimiento.....</b>	<b>75</b>

4.2.3.1. Materia primas.....	75
4.2.3.2. Insumos. ....	75
4.2.3.3. Mano de obra.....	75
4.2.3.4. Tecnología de producción. ....	76
<b>4.2.4. Plan Organizacional.....</b>	<b>79</b>
4.2.4.1.Datos generales de la empresa. ....	79
4.2.4.2. Proceso de toma de decisiones. ....	79
4.2.4.3 Estructura organizacional: organigrama.....	80
4.2.4.4 Distribución de funciones y responsabilidades. ....	80
4.2.4.5 Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas. ....	83
4.2.4.6. Requerimiento de personal para áreas administrativas.....	85
4.2.4.7. Marco legal relacionado a la operación de la empresa.....	85
4.2.5. Plan de implementación.....	87
4.2.5.1. Puesta en marcha.....	87
4.2.5.2. Plan de Salida.....	88
<b>CAPITULO 5: PLAN FINANCIERO.....</b>	<b>89</b>
<b>5.1. OBJETIVO DEL CAPITULO.....</b>	<b>89</b>
<b>5.2. HORIZONTE DE TIEMPO DEL PLAN FINANCIERO (5 AÑOS).....</b>	<b>89</b>
<b>5.3. Plan de Inversión.....</b>	<b>89</b>
5.3.1. Inversiones en activos fijos. ....	89
5.3.2. Inversiones en activos diferidos e intangibles. ....	90
5.3.3. Inversiones en capital de operación.....	90
5.3.4. Flujo de depreciaciones de activos fijos.....	91
<b>5.4. Plan de Financiamiento. ....</b>	<b>92</b>
5.4.1. Estrategia de financiamiento. ....	92
5.4.2 Tabla de amortización (de parte financiada con crédito). ....	92
5.4.3.Tasa de descuento o costo promedio ponderado de capital (WACC).....	93
<b>5.5. Proyecciones de Ingresos Operacionales.....</b>	<b>94</b>
5.5.1. Proyección de las ventas (unidades).....	94
5.5.2. Proyección de los precios.....	94
5.5.3.Proyección de los ingresos. ....	94
<b>5.6.Proyecciones de costos y gastos operacionales.....</b>	<b>95</b>



5.6.1. Proyección de costos operacionales. ....	95
<b>5.6.1.1. Materia prima directa.</b> .....	95
<b>5.6.1.2. Mano de obra directa.</b> .....	95
<b>5.6.1.3. Gastos indirectos de fabricación.</b> .....	96
5.6.2. Proyección de gastos operacionales. ....	98
<b>5.6.2.1. Gastos administrativos.</b> .....	98
<b>5.6.2.2. Gastos de marketing y ventas.</b> .....	98
<b>5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados.</b> .....	99
<b>5.8 Evaluación financiera del proyecto.</b> .....	101
<b>5.9. Punto de equilibrio.</b> .....	101
<b>5.10. Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera</b> .....	102
<b>CONCLUSIONES.</b> .....	103
<b>RECOMENDACIONES.</b> .....	104
Bibliografía .....	105
<b>ANEXOS.</b> .....	106

## INTRODUCCIÓN

Las artesanías recoge el legado de distintas civilizaciones durante miles de años, intercambiando experiencias culturales y bienes de diversa índole, estas demuestran la capacidad productiva de nuestros antepasados y su forma de vida.

El Ecuador es un país rico en agricultura, y las personas aprovecha al máximo cada fruto que se desprende de un árbol, ya sea para alimento, uso medicinal, entre otros, dando así a la creación de las *artesanías de mate*, artesanías muy diversas que son utilizadas desde la decoración hasta utensilios de cocina.

Este producto es cosechado en la provincia de Manabí, específicamente en el cantón Chone, el cual cuenta con una vegetación abundante, entre ellos la planta crecentia cujete nombre científico del mate, sus habitantes después de utilizar el fruto le dan vida a su cascara, convirtiéndolas en hermosas artesanías de uso variado.

En la gran variedad que existe de artesanías de mate, países vecinos las exportan y están tiene buena acogida en el exterior gracias a su naturalidad y durabilidad.

Nuestro mercado será España específicamente la ciudad de Madrid en donde el consumo de artesanías es muy apreciado por dicha ciudad.

## **CAPITULO 1: GENERALIDADES**

### **1.1. PROYECTO DE PREGRADO**

#### **1.1.1. Tema o título del proyecto**

*Plan de negocios para la exportación de artesanías de mate a Madrid, España.*

### **1.2. Planteamiento del problema**

#### **1.2.1. Formulación del problema de investigación**

¿Qué tan factible será la creación de una red de comercialización para la exportación de artesanías de mate al mercado de Madrid?

#### **1.2.2. Sistematización del problema**

- ¿Cuál sería el grado de aceptación de las artesanías de mate en Madrid?
- ¿Cuánto podrá ser la demanda mensual en la ciudad de Madrid?
- ¿De dónde se obtendrá la materia prima para la creación del producto?
- ¿De qué forma lograr un punto de equilibrio en el que el precio sea de aceptación para ambas partes?

### 1.2.3. Delimitación del problema de investigación

<b>Tema</b>	<i>Plan de negocios para la exportación de artesanías de mate a Madrid-España</i>
<b>Área de estudio</b>	Negocios Internacionales (exportación)
<b>Lugar</b>	<b>ORIGEN:</b> Chone – Ecuador <b>DESTINO:</b> Madrid - España
<b>Sector</b>	Artesanal
<b>Tiempo</b>	2017– 2020

## 1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.3.1. Objetivo General

- Elaborar un plan de negocios para conocer qué tan factible será la exportación de artesanías de mate al mercado de Madrid, España.

### 1.3.2. Objetivos Específicos

- Diseñar un plan estratégico que produzca mayores beneficios con la capacidad de realizar gestiones eficientes en cuanto a la elaboración de artesanías de mate.
- Establecer un plan comercial que conforme la distribución y comercialización para incursionar en el mercado.
- Determinar la capacidad de producción de la empresa, sus procesos técnicos y organizacionales para así obtener el mejor funcionamiento.
- Realizar el estudio financiero e identificar si es factible la ejecución del proyecto.

#### **1.4. Justificación e importancia**

Manabí es una de las provincias ecuatorianas con gran variedad de artesanías que son exportadas con frecuencia a distintos países, por ello se precisa innovar en este sector, y las artesanías de mate se presentan como una opción.

Para un mejor desarrollo del proyecto se realizará una investigación de campo, participando de manera directa con las personas que se dedican a este trabajo, pues es conveniente integrar de manera directa a los artesanos en este proyecto.

La microempresa artesana que elabora las artesanías de mate está situada en el Cantón de Chone de la Provincia de Manabí.

La empresa brinda este tipo de artesanías que son biodegradables, amigables con el entorno, de máxima durabilidad y con diseños innovadores de la industria artesanal.

#### **1.5. Beneficiarios potenciales**

Las autores del presente trabajo se beneficiarán de este proyecto porque les permitirá obtener el título de profesionales en el área del comercio exterior.

Adicionalmente, los beneficiarios internos de la empresa, los proveedores de materia prima e insumos, quienes con la mano de obra obtendrán un producto terminado que será el producto que a su vez beneficiara al exportador.

Los beneficiarios externos de la empresa serán aquellos que no participen directamente en la producción del bien, es decir los importadores del producto elaborado, la logística diseñada exclusivamente para que el bien llegue de forma correcta a su destino, los consumidores

mayoristas o tiendas artesanales, que vendan el producto al consumidor también beneficiario que satisface una necesidad o deseo.

### 1.6. Marco teórico

Esta investigación está enfocada en la comercialización de artesanías de mate en el mercado de Madrid, España, siendo este país uno de los que más utilizan artesanías, considerando que su cultura y población son muy estrictos en el momento de escoger un producto que pueda dañar su entorno natural y social.

Las artesanías de mate son naturales y exclusivamente novedosas, pueden ser muy diversas y es que no solo son ornamentales, sino que van desde utensilios de cocina hasta joyas, y utillajes de la moda.

El *Crescentia cujete* es un árbol de la zona intertropical de la familia de las bignoniáceas, originario de América, de unos 5 metros de altura.

**Grafico nº1 *Crescentia cujete***

Puede encontrarse en zonas húmedas como el sur de México, sin embargo soporta bien períodos prolongados de falta de agua, como por ejemplo en el sur de Honduras o en las zonas costeras del norte

de Venezuela, Perú, Brasil, Colombia y

Ecuador. Es un árbol muy longevo y puede

crecer en terrenos pedregosos. En Panamá es conocido como calabazo.



Esta planta de unos 5 metros de altura se extiende desde México hasta Brasil, incluyendo a las Antillas.

Es un árbol de follaje y porte ornamental e interesante para proyectos paisajísticos.

Las partes más utilizadas son las frutas y semillas. De los frutos se elaboran diversos objetos utilizando la cáscara bastante liviana y resistente.

La utilización de sus frutos ha sido estudiada a partir de 1948 en Centroamérica. Es considerado un complemento proteico para el ganado. De su semilla se extrae aceite y de la pulpa azúcar y etanol. La variedad conocida como Morro en El Salvador, produce frutos pequeños de aproximadamente unos 10 centímetros de diámetro, posee un aroma agradable y sus semillas sirven de base para elaborar la bebida típica conocida como horchata de Morro.

En Colombia es usada particularmente como el recipiente de una forma endurecida del Dulce de leche o *Arequipe*, típicamente del Valle del Cauca.

En México, en el estado de Tabasco tradicionalmente se ha utilizado este fruto como recipiente para tomar el pozol que es la bebida típica de esa región, también se usa como artesanía al labrar las jicarás. Los habitantes de la ciudad de Tapachula, Chiapas fabricaban los huacales que eran utilizados para tomar el agua para bañarse (a huacalazos) en los baños de las antiguas casonas que contaban con enormes tanques.

Tradicionalmente la fruta en decocción se toma por vía oral para tratar la diarrea, dolor de estómago, resfriados, bronquitis, tos, asma, y uretritis.

La medicina tradicional le atribuye a las hojas propiedades para tratar la hipertensión.

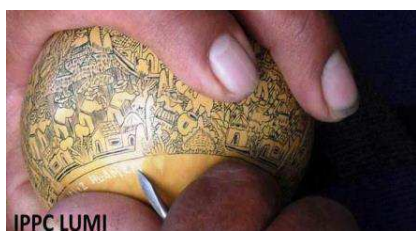
La fruta en decocción del totumo también se emplea para tratar la diarrea y el dolor de estómago



### 1.6.1. Herramientas

El buril, principal herramienta del artesano, es un palillo de quinual con un clavo de acero, cuya punta (fina o gruesa) es de forma triangular. Para dibujar fondos son indispensables también el vaciador o gubia (formón de mediacaña). La de tipo plano se usa para desbastar amplias zonas y la de tipo curvo, para el contorno de los diseños. Con el *ilimpi*, cuchara de forma curva, se extrae el contenido de los mates. El *cuchuro*, hoja delgada de acero, facilita el corte de las lapas de los mates, o también se usa para dividir el mate en dos. El cuchillo común ayuda a igualar los bordes y las lijas se usan para pulirlos. Para la técnica del quemado, se emplea con tizón de quinual o eucalipto. Algunos artesanos han incorporado herramientas modernas, como el esmeril, el pirograbador y el soplete.





### 1.6.2. Técnicas de decoración

Existen diversas técnicas para decorar los mates. El pirograbado, quemado o técnica huanca consiste en delinear dibujos para luego sombrearlos usando un tronquito de quinal encendido o un soplete. También es conocida la técnica del fondo negro o ayacuchana. Esta se basa en burilar el tema sobre el mate, untarlo con aceite y luego, cubrirlo con ceniza de ichu. Una vez hecho esto, el mate se lava y se deja secar.

La ceniza depositada en los trazos resalta los motivos. La técnica del teñido consiste en sumergir el mate sobre un recipiente con anilina verde o guinda disuelta en agua caliente. Cuando el mate adquiere el color, se enjuaga y se seca a la intemperie. Luego, se burila y se tiñe las imágenes con pintura blanca. Su aspecto se asemeja al de fondo negro. Entre los mates de creación reciente, destacan los llamados primavera, que poseen diferentes colores. En estos, las figuras previamente buriladas son delineadas con pintura blanca y pintadas con tempera de colores. Al final, para que tengan brillo, reciben una capa de cera o barniz.



### **1.7. Metodología de la investigación**

El diseño metodológico empleado en la investigación será, la investigación bibliográfica, que permitirá encontrar información en libros, revistas o periódicos, la metodología online, realizada mediante el internet, conjuntamente con la investigación de campo, de tal forma que podamos obtener datos reales y basados en la investigación científica anteriormente realizada.

## CAPÍTULO 2: PLAN ESTRATÉGICO:

### 2.1. OBJETIVOS DEL CAPITULO

Diseñar un plan estratégico que produzca mayores beneficios para realizar gestiones eficientes relacionadas con la elaboración de artesanías de mate.

### 2.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

#### 2.2.1. Análisis macro entorno mercado España, Madrid.

Grafico n°2 Mapa Político de España



Fuente: (Locuraviajes, s.f.)

España, también llamado Reino de España, es un país soberano, actual miembro de la Unión Europea, constituido en Estado social y democrático de derecho y cuya forma de gobierno es la monarquía parlamentaria.

Su territorio, con capital en Madrid, está organizado en diecisiete comunidades autónomas y dos ciudades autónomas, además de cincuenta provincias.

Situada en Europa Occidental y en el norte de África, ocupa la mayor parte de la península ibérica y, fuera de ella, dos archipiélagos principales (el de las islas Canarias en el océano Atlántico y el de las islas Baleares en el mar Mediterráneo), dos ciudades, Ceuta y Melilla, en el norte de África, la isla de Alborán y una serie de islas e islotes se encuentran frente a las costas peninsulares, como las islas Columbretes. Además, consta de territorios menores no continentales como las islas Chafarinas, el peñón de Vélez de la Gomera y el peñón de Alhucemas, todos frente a la costa africana.

En extensión territorial es el cuarto país de Europa, por detrás de Rusia, Ucrania y Francia, y el segundo de la Unión Europea.

Los límites físicos de España son los siguientes: al oeste, Portugal y el océano Atlántico; el mar Mediterráneo al este; el estrecho de Gibraltar, océano Atlántico y mar Mediterráneo al sur; y los Pirineos, junto con el golfo de Vizcaya en el mar Cantábrico al norte. (wikipedia, s.f.)

### **2.2.1.1. Macro ambiente del negocio**

#### **Agricultura**

Aporta cerca del 2,5% al PIB español. España produce trigo, remolacha azucarera, cebada, tomates, aceitunas, cítricos, uvas y corcho. El país es el mayor productor de aceite de oliva del mundo y el tercero de vino. También es el mayor productor de limones, naranjas y fresas. España dispone de recursos minerales limitados.

#### **Industria**

La industria manufacturera está dominada por el sector textil, el procesamiento industrial de alimentos, el hierro y el acero, así como por la maquinaria y la ingeniería naval. Los nuevos sectores, como la deslocalización de la fabricación de componentes electrónicos, la tecnología de la información y las telecomunicaciones ofrecen un gran potencial de crecimiento.

En este sector también se destaca la industria automotriz, considerando a España como el noveno productor mundial de automóviles del mundo y el segundo de Europa (92% de esta producción se exporta), la producción de partes y accesorios de vehículos, neumáticos, la industria farmacéutica, papelera y derivados del petróleo. También son muy importantes las industrias agroalimentarias como la producción de vinos, conservas, lácteos y embutidos. (Actividades economicas, 2012)

#### **Turismo**

El turismo es la mayor fuente de ingresos del país, que se ha convertido en el segundo destino turístico del mundo, estimulando así la exportación de bienes y servicios. El sector terciario representa dos tercios del PIB. . (Portal Santander Trade, s.f.)

**Tabla nº1** Actividades Económica de España

<b>Repartición de la actividad económica por sector</b>	<b>Agricultura</b>	<b>Industria</b>	<b>Servicios</b>
<b>Empleo por sector (en % del empleo total)</b>	4,2	19,5	76,3
<b>Valor añadido (en % del PIB)</b>	2,5	22,6	74,9
<b>Valor añadido (crecimiento anual en %)</b>	1,9	3,9	3,1

*Fuente:* (World Bank, 2016)

#### **2.2.1.1.1. Factores sociales y culturales.**

**Lenguaje:** Castellano (español).

**Religión:** católicos 77% (50% practicantes); musulmanes, protestantes, 4%; no creyentes: 19%.

**Moneda oficial:** EURO €

**Clima:** España posee gran biodiversidad y diversidad de climas.

Esta diversidad de climas es generada según la ubicación geográfica del país, en la que predomina el carácter mediterráneo en casi toda su geografía. También posee los climas áridos y semiáridos. (Portal Santander Trade, s.f.)

#### **2.2.1.1.2. Factores demográficos**

España cuenta con una población de 46.468.102 habitantes, lo que supone un incremento de 57.953 habitantes en el último año, correspondientes a 45.482 mujeres y 12.771 hombres.

España se considera como un país con un número de habitantes significativos, si se realiza una comparación con el resto de los países, ya que ocupa el puesto número 29 del ranking de 196 estados que componen la tabla de población mundial de datosmacro.com. (Datos Macro, 2016)

**Crecimiento natural:** -0,1%

**Densidad:** 92 habitantes/km<sup>2</sup>

**Población urbana:** 79,6%

**Población Mujeres:** 23.654.467 los supone un 50.90% de la población total.

**Población Hombres:** 22.813.6385 que hace referencia al 49.10% del total.

El 12.60% corresponde a la población 45º país del mundo por porcentaje de inmigración.

**Población de principales áreas metropolitanas:** Madrid (6.779.528); Barcelona (3.759.240); Valencia (1.618.070); Sevilla (1.459.567); Bilbao (1.005.286); Málaga (864.931); Zaragoza (851.342); Las Palmas (670.925)

**Orígenes étnicos:** Raza nórdica y mediterránea. La población se compone de un 86% de ciudadanos nativos y un 14% de extranjeros (principalmente magrebíes, rumanos, ecuatorianos, británicos y colombianos) (Instituto Nacional de Estadísticas España, s.f.)

A continuación mostramos una evolución de la población de España en los últimos años

**Tabla nº2** Población de España en los últimos años

**POBLACIÓN – ESPAÑA**

<i>Fecha</i>	<i>Densidad</i>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Total</i>
<i>Junio 2016</i>	92	22.813.635	23.654.467	46.468.102
<i>Junio 2015</i>	92	22.800.864	23.609.285	46.410.149
<i>Junio 2014</i>	92	22.840.091	23.615.032	46.455.123
<i>Junio 2013</i>	92	22.933.750	23.659.486	46.593.236
<i>Junio 2012</i>	92	23.055.722	23.710.682	46.766.403
<i>Junio 2011</i>	92-93	23.073.274	23.662.983	46.736.257
<i>Junio 2010</i>	92	23.008.580	23.553.902	46.562.483

**Fuente:** (Datos Macro, 2016)

**Elaborado por:** Autoras de proyecto.

### 2.2.1.1.3. Condiciones económicas.

- España es la economía número 14 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2015 fue de 1.073.189 millones de euros, con una deuda del 99,80% del PIB.
- Su deuda per cápita es de € 23.106 por habitante.
- La última tasa de variación anual del IPC publicada en España es de diciembre de 2016 y fue del 1,5%.
- El PIB per cápita es un muy buen indicador de la calidad de vida y en el caso de España, en 2015, fue de € 23. 200 por lo que se encuentra en el puesto 33 de los 196 países del ranking de PIB per cápita.

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el nivel de vida de sus habitantes, indica que los españoles tienen una buena calidad de vida.

Si la razón para visitar España son negocios, es útil saber que España se encuentra en el 32º puesto de los 190 que conforman el ranking Doing Business, que clasifica los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

En cuanto al Índice de Percepción de la corrupción del sector público en España ha sido de 58 puntos, así pues, se encuentra en el puesto 36 del ranking de percepción de corrupción formado por 167 países.

En las tablas de la parte inferior de la página puede ampliar información sobre la economía y demografía de España y si quiere ver información sobre cualquier otro país puede hacerlo desde economía países. (Datos Macro , 2016)



**Tabla nº 3** Indicadores Económicos de España**Indicadores Económicos**

<i>PIB Trim. Mill.€ [ + ]</i>	III Trim 2016	279.626M. €
<i>PIB Trim Per Cápita [ + ]</i>	III Trim 2016	6.018 €
<i>PIB Mill. € [ + ]</i>	2015	1.075.639M. €
<i>PIB Per Cápita [ + ]</i>	2015	23.200€
<i>Deuda [ + ]</i>	2015	1.073.189 M.€
<i>Deuda (%PIB) [ + ]</i>	2015	99.80% M.€
<i>Deuda Per Capita [ + ]</i>	2015	23.106.€
<i>Déficit [ + ]</i>	2015	-55.163 M.€
<i>Déficit (%PIB) [ + ]</i>	2015	-5.13

**Fuente:** (Datos Macro , 2016)

**Elaborado por:** Autoras de proyecto.

**Tabla nº 4** PIB de España por Sector.**PIB por sector Productivo**

<b>Agricultura y pesca</b>	2.7%
<b>Industria y energía</b>	15.6%
<b>Construcción</b>	10.1%
<b>Servicios</b>	71.6%

**Fuente:** (Actividades economicas, 2012)

**Elaborado por:** Autoras de proyecto.

**Tabla nº5 Participación de las Comunidades de España al PIB**

<b>Participación por comunidad Autónoma en el PIB de España (Unidad: miles de euros)</b>			
<b>Andalucía</b>	145.451.711	13,6%	1,3%
<b>Aragón</b>	34.098.225	3,2%	2,5%
<b>Asturias Principado de</b>	23.175.286	2,2%	2,1%
<b>Balears, Illes</b>	26.859.091	2,5%	3,1%
<b>Canarias</b>	41.732.626	3,9%	3,4%
<b>Cantabria</b>	13.289.887	1,2%	2,9%
<b>Castilla y León</b>	57,490.915	5,4%	3,1%
<b>Castilla - La Mancha</b>	37,978.843	3,5%	1,5%
<b>Cataluña</b>	200.323.285	18,7%	2,6%
<b>Comunitat Valenciana</b>	102.941.902	9,6%	1,8%
<b>Extremadura</b>	17.491.441	1,6%	0,9%
<b>Galicia</b>	57.677.746	5,4%	1,8%
<b>Madrid Comunidad de</b>	189.431.951	17,6%	1,5%
<b>Murcia Región de</b>	28.169.079	2,6%	0,8%
<b>Navarra Comunidad Foral</b>	18.726.002	1,7%	3,3%
<b>País Vasco</b>	66.575.414	6,2%	3,3%
<b>Rioja, LA</b>	8.171.154	0,8%	2,5%
<b>Ceuta</b>	1.536.291	0,1%	1,0%
<b>Melilla</b>	1.385.286	0,1%	0,7%
<b>Extra - Regio</b>	876.865	0,1%	0,2%
<b>Total Nacional</b>	1.073.383.000	100,0%	2,1%

**Fuente:** (Actividades economicas, 2012)

**Elaborado por:** Autoras de proyecto.

#### 2.2.1.1.4. Comercio Exterior

El comercio supone más del 60% del PIB español (OMC, media 2012-2014). En 2015 el déficit disminuyó un 1,2%, llegando a 24.170 millones de EUR, lo que corresponde a su segundo nivel más bajo desde 1998. Las exportaciones han aumentado un 4,3%, llegando a un nivel inédito para este período (250.240 millones de EUR) y las importaciones han aumentado un 3,7%. (Portal Santander Trade, s.f.)

En 2015 España registró un déficit en su balanza comercial de 25.857,0 millones de euros, un 2,40% de su PIB, inferior al registrado en 2014, que fue de 25.885,0 millones de euros, el 2,50% del PIB.

La variación de la balanza comercial se ha debido a un incremento de las importaciones pero acompañado de un incremento aún mayor de las exportaciones. Si miramos la evolución del saldo de la balanza comercial en España en los últimos años, el déficit ha caído respecto a 2014 como, al igual que ocurre con respecto a 2005, cuando el déficit fue de 77.294,0 millones de euros, que suponía un 8,31% de su PIB.

**Tabla nº6** Balanza Comercial de España

##### EVOLUCION DE LA BALANZA COMERCIAL DE ESPAÑA 2005 – 2015

Fecha	Balanza comercial	Tasa de cobertura	Balanza comercial % PIB
2015	-25.857.0 M.€	91.12 %	-2,40 %
2014	-25.885.0 M.€	90.42 %	-2,50 %
2013	-17.141.0 M.€	93.32 %	-1,67 %
2012	-32.759.0 M.€	87.52 %	-3,15 %
2011	-50.327.0 M.€	81.40 %	-4,70 %
2010	-54.762.0 M.€	77.80 %	-5,07 %
2009	-47.232.0 M.€	77.53 %	-4,38 %
2008	-94.717.0 M.€	66.89 %	-8,49 %
2007	-99.237.0 M.€	65.06 %	-9,18 %
2006	-91.573.0 M.€	65.02 %	-9,08 %
2005	-77.294.0 M.€	66.71 %	-8,31 %

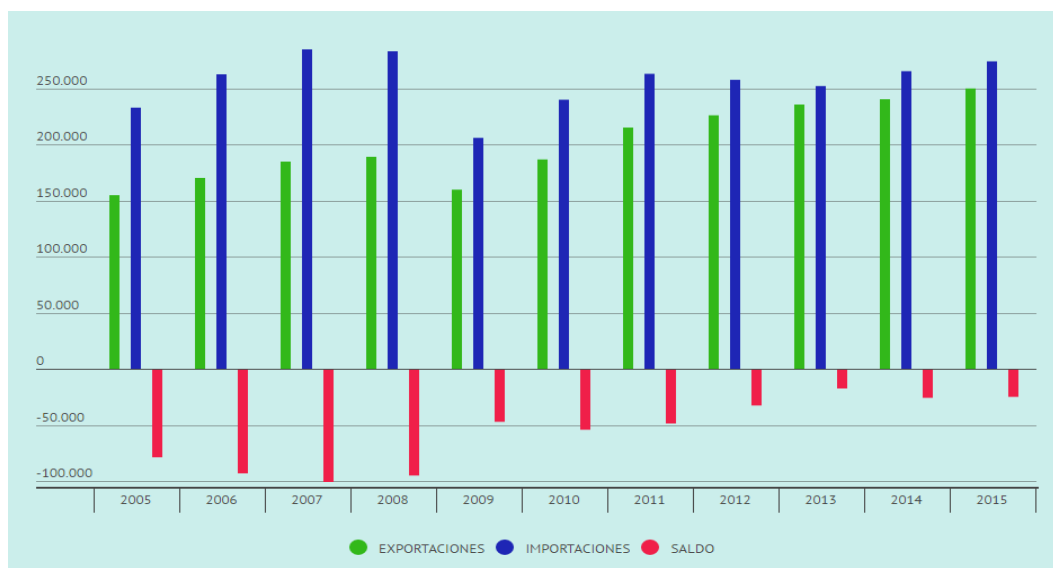
*Fuente: datosmacro.com*

*Elaborado por: Autoras de proyecto.*

### Gráfico nº3 Evolución de la balanza comercial España

#### Evolución de la balanza comercial de España (2005 – 2015)

En millones de euros



Fuente: Base de datos de ICEX

Las exportaciones españolas de mercancías crecieron un 1,3% interanual en los ocho primeros meses de 2016, hasta los 167.053,6 millones de euros, máximo histórico de la serie para el acumulado en este periodo. En volumen el aumento fue mayor, del 3,6%, al caer los precios, aproximados por los Índices de Valor Unitario (IVUs), un 2,2%.

Las importaciones, por su parte, se aminoraron un 1,6% hasta los 178.049,9. En cambio, en términos de volumen, subieron un 3,1%, ya que los precios se redujeron un 4,5%.

Como resultado, de enero a agosto el déficit comercial alcanzó los 10.996,3 millones de euros, un 31,6% menor al registrado en el mismo periodo de 2015, y el segundo mejor saldo para el periodo enero-agosto desde 1997, sólo superado en 2013. La tasa de cobertura se situó en el 93,8%, 2,7 puntos porcentuales por encima que la de enero-agosto de 2015 (91,1%), y segundo mejor valor registrado en toda la serie, sólo superado en el acumulado hasta agosto de 2013.

El saldo no energético arrojó un déficit de 156,0 millones de euros (superávit de 2.738,2 millones de euros en enero-agosto de 2015), mientras que el saldo energético se redujo un 42,4%, favorecido por la sustancial caída de los precios de la energía.

Si comparamos internacionalmente, los resultados acumulados de las exportaciones para España (1,3%) contrastan con los retrocesos registrados por el conjunto de la zona euro (-0,4%) y por la Unión Europea (-1,1%). También descendieron las exportaciones de Francia (-1,4% interanual), Italia (-0,1%) y Reino Unido (-4,8%), mientras que se incrementaron las de Alemania (0,8%), aunque con menor intensidad que las de España. Fuera de la UE, también decrecieron las ventas de Estados Unidos (-5,6%), China (-6,3%) y Japón (-9,5%).

En el mes de agosto, las exportaciones españolas de mercancías se incrementaron un 8,9% en términos interanuales, hasta los 17.646,0 millones de euros, su valor más alto desde principio de la serie histórica para este mes. En volumen, el incremento fue mayor, de un 10,1% interanual, debido a que los precios aproximados por los índices de valor unitario se aminoraron un 1,1%. En términos desestacionalizados aumentaron un 6,3%.

Las importaciones en agosto de 2016 aumentaron un 4,2% en términos interanuales hasta sumar los 20.206,2 millones de euros. En cambio, en volumen, las importaciones crecieron un 7,2%, ya que los precios de las importaciones se redujeron un 2,9%.

En consecuencia, el saldo comercial registró en agosto de 2016 un déficit de 2.560,2 millones de euros, un 19,9% inferior al del mismo mes de 2015 (déficit de 3.194,6 millones de euros), y el segundo mejor saldo de un mes de agosto desde 1998, sólo superado en 2013. La tasa de cobertura se situó en el 87,3%, 3,8 puntos porcentuales más que en agosto de 2015 (83,5%), y la segunda mayor tasa de cobertura registrada desde el comienzo de la serie en 1962, sólo

mejorada en 2013. El saldo no energético arrojó un déficit de 1.169,6 millones de euros (déficit de 755,1 millones de euros en agosto de 2015) y disminuyó un 43,0% el déficit energético.

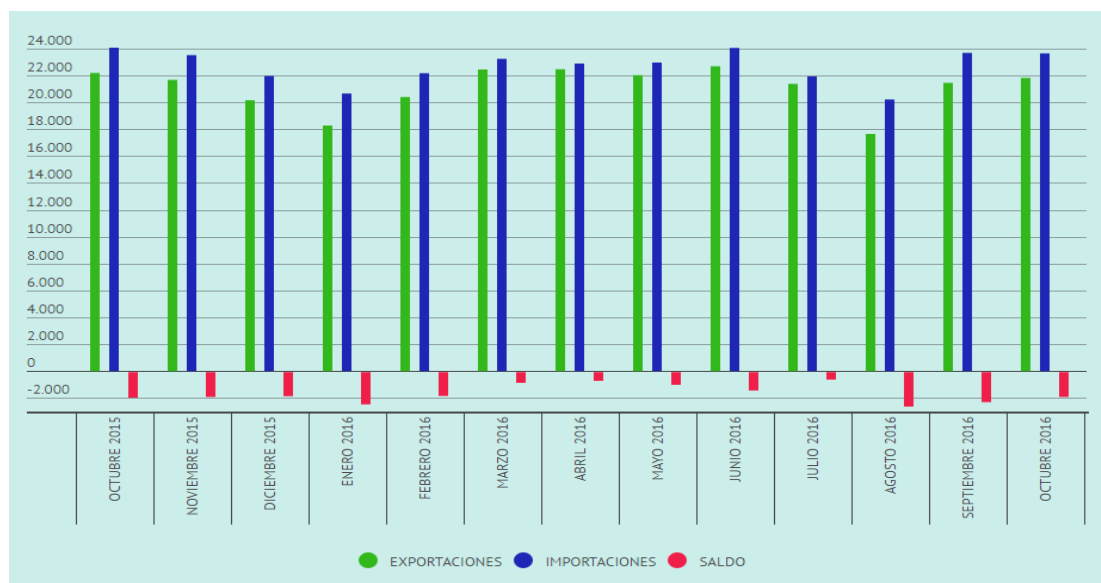
El incremento de las exportaciones de España (+8,9%) está por encima de los avances registrados en la zona euro (+7,4%) y en la Unión Europea (+5,1%). También aumentaron las exportaciones de Alemania (+9,8% interanual), Italia (+11,4%) y Francia (+4,7%), mientras que disminuyeron las de Reino Unido (-0,9%). Fuera de la UE, crecieron las exportaciones de Estados Unidos (+0,1% interanual). En cambio, cayeron las de China (-3,2%) y Japón (-9,6%).

Las contribuciones al crecimiento de las exportaciones provinieron de los sectores de:

- alimentación, bebidas y tabaco (contribución de 2,7 puntos),
- semimanufacturas no químicas (2,2 puntos),
- productos químicos (2,1 puntos)
- sector automóvil (1,8 puntos).

Por el contrario, los únicos sectores que contribuyeron negativamente son el de otras mercancías (contribución de -1,9 puntos), con caída del 43,2%, y bienes de equipo (contribución de -0,9 puntos), con descenso del 3,9%. (Comercio , 2016)

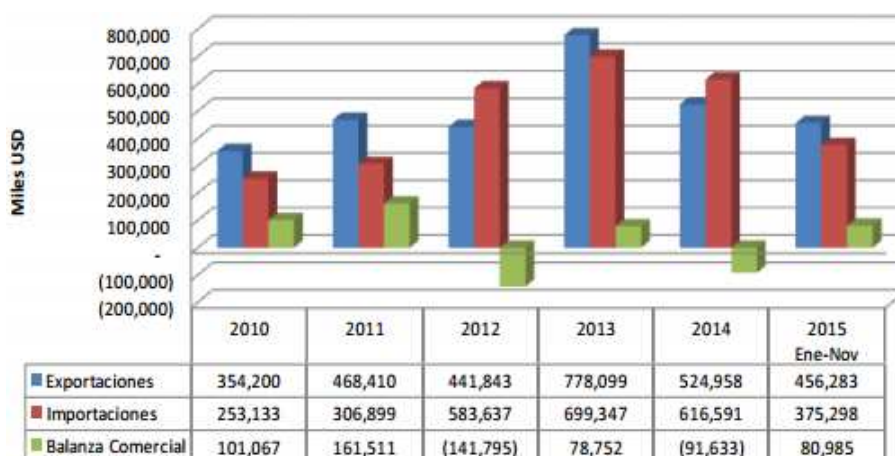
**Grafico n° 4 Balanza comercial de España Actual**  
**Balanza comercial de España (Octubre 2015 – Octubre 2016)**  
**en millones de euros**



*Fuente: Base de datos de ICEX*

Relación bilateral Ecuador – España.

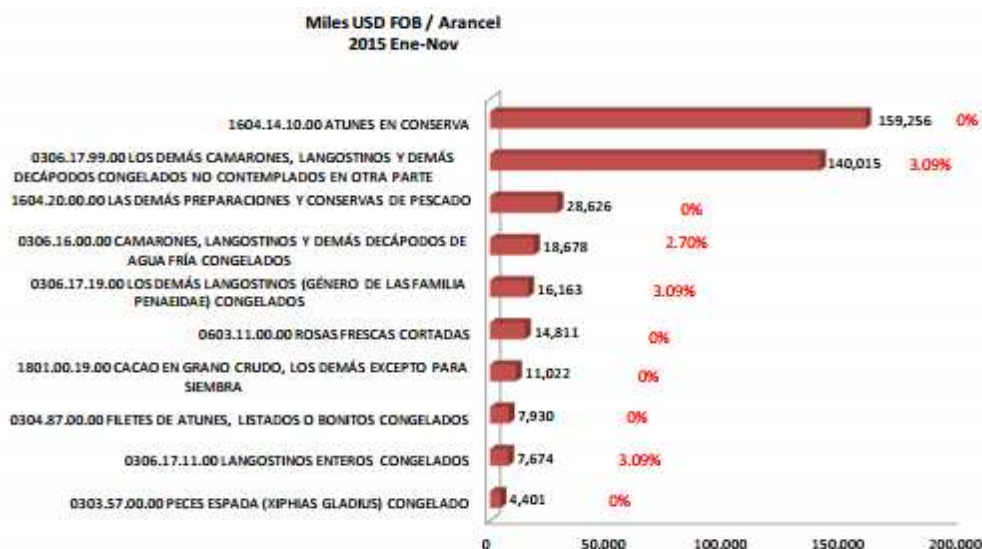
**Grafico n°5 Balanza comercial Ecuador-España**  
**Balanza comercial total Ecuador – España**  
**Miles USD FOB**



*Fuente: (Procuador, 2015)*

## Principales productos exportados por Ecuador a España

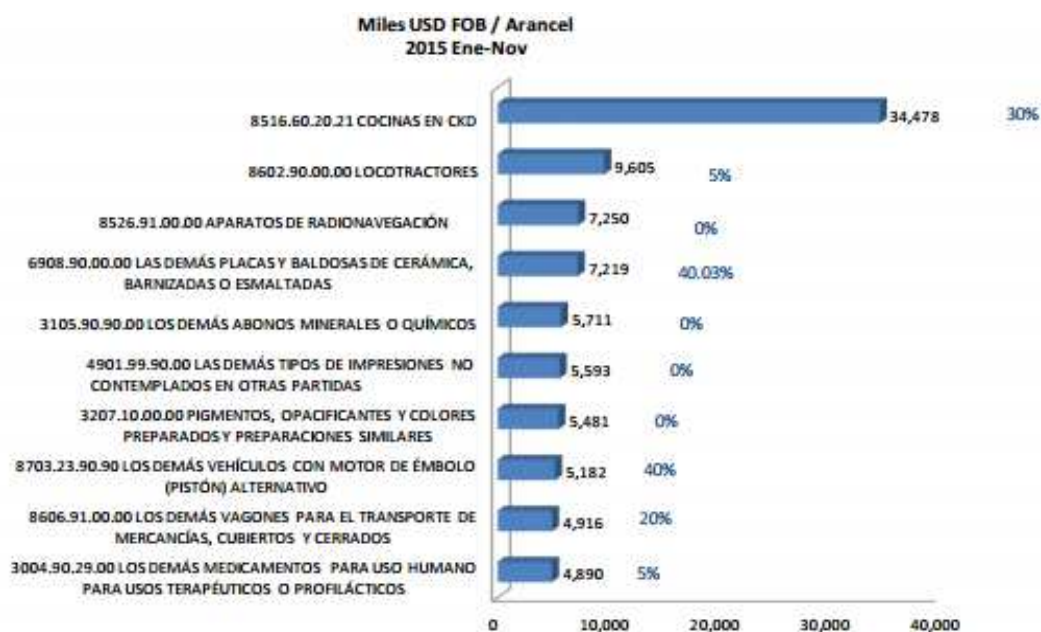
Gráfico n° 6



Fuente: (Procuador, 2015)

## Principales productos importados por el Ecuador desde España

Gráfico n°7



Fuente: (Procuador, 2015)



#### **2.2.1.1.5. Auditoria de la competencia interna.**

##### ➤ **Competencia interna**

Debido a que no existen empresas dedicadas a la exportación o comercialización directa de artesanías identificamos a los artesanos que realizan ferias y exposen sus productos como competencia local.

##### ➤ **Competencia internacional**

Existen varias empresas internacionales que se dedican a la exportación de artesanías que tiene como destino el mercado de España.

AKLLA EXPOR – Perú, es una de las empresas que identificamos como competencia internacional directa debido a que cuenta con un reconocimiento en el mercado español en lo respecta a las artesanías de mate.

#### **2.2.1.1.6. Factores políticos y legales**

España es regida políticamente por la monarquía constitucional hereditaria con un régimen de democracia parlamentaria.

Los poderes administrativos están divididos en Legislativo, Ejecutivo y Judicial.

- *El Poder Legislativo* recae en las llamadas “Cortes Generales” (Parlamento Español), compuestas por el Congreso de los Diputados y el Senado. Sus miembros son elegidos cada cuatro años mediante sufragio universal. Estas elecciones se denominan

“elecciones generales” y en ellas sólo pueden votar y ser votados los ciudadanos con nacionalidad española.

- *El Poder Ejecutivo* de la nación lo ejerce el Presidente del Gobierno, quien es elegido por un período de cuatro años y es asistido por un Consejo de Ministros. El Gobierno dirige la política interior y exterior, la administración civil y militar, y la defensa del Estado.

El actual Presidente del Gobierno de España es **Mariano Rajoy**, juramentado en el cargo el 21 de diciembre de 2011.

- *El Poder Judicial* se administra, en nombre del Rey por Jueces y Magistrados. El Consejo General del Poder Judicial es el órgano de gobierno del poder judicial y El Tribunal Superior de Justicia es el cuerpo jurídico más alto del Estado. El presidente del Tribunal es nombrado por el Rey según propuesta del Consejo General del Poder Judicial. El Fiscal del Estado es nombrado por el Rey y propuesto por el Gobierno. La oficina del fiscal público es la encargada de promover la acción de la justicia en defensa de los derechos de los ciudadanos y del interés público, y de asegurar la independencia de las Cortes. Los partidos políticos mayoritarios en España son el Popular (PP) y el Socialista Obrero Español (PSOE). Existen otros partidos y grupos de menor influencia política. (Mequieroir, s.f.)

#### **2.2.1.1.7. Tecnología imperante**

La ciencia y tecnología en el reino de España está regida por el Ministerio de Educación y Ciencia, que establece planes y programas llevados a cabo en conjunto con otras entidades

orientadas a la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i), así como las infraestructuras e instalaciones científicas y tecnológicas españolas.

España se ha situado como novena potencia científica mundial con el 2,5% del total de publicaciones científicas, de esta manera ha superado a Rusia por primera vez en el ranking mundial de producción científica y se ha situado por encima de Suiza y Australia en calidad científica. (Wikipedia, s.f.)

El Plan Nacional de I+D+I mantiene, como objetivos

- Estar al servicio del ciudadano y de la mejora del bienestar social.
- Contribuir a la generación de conocimiento.
- Contribuir a la mejora de la competitividad empresarial.

#### **2.2.1.2. Microambiente externo (Madrid)**

Madrid, la capital de España desde 1562, es también centro geográfico de la Península Ibérica. Su altitud, al estar sobre una meseta, y la cercanía a las montañas que la rodean, influyen su clima, caracterizado por sus veranos calientes e inviernos relativamente fríos. (Red2000, s.f.)

Madrid es un municipio y ciudad de España. También conocida como la *Villa y Corte*, es la capital del Estado y la ciudad más poblada del país, con **3 165 541** habitantes empadronados según datos del INE de 2016 mientras que, con la inclusión de su área metropolitana la cifra de población asciende a **6 543 031** habitantes, siendo por ello la tercera o cuarta área metropolitana de la Unión Europea, según la fuente, por detrás de las de París y Londres.

Madrid ocupa el puesto nº 38 en la lista Economist Intelligence Unit de ciudades con mejor calidad de vida del mundo.

Como capital del Estado, Madrid alberga las sedes del Gobierno, las Cortes Generales, Ministerios, instituciones y organismos asociados, así como la residencia oficial de los reyes de España y del presidente del Gobierno.

En el plano económico, es la cuarta ciudad más rica de Europa, tras Londres, París y Moscú.

Para el 2009, el 50,1 % de los ingresos de las 5000 principales empresas españolas son generados por sociedades con sede social en Madrid, las cuales representan el 31,8 % de ellas.

- Es sede del 3<sup>er</sup> mayor mercado de valores de Europa,
- 2<sup>a</sup> en el ámbito iberoamericano (Labitex) y de varias de las más grandes corporaciones del mundo.
- 8.ª ciudad del mundo con mayor presencia de multinacionales, tras Pekín y por delante de Dubái, París y Nueva York. (Wikipedia, s.f.)



**Gráfico nº8** *Bandera de Madrid, España*

### 2.2.1.3. Microambiente interno (Ecuador)

Ecuador situada en el noroeste de Sudamérica, limita al norte con Colombia, al este y sur con Perú, y al oeste con el océano Pacífico. La capital del país es la ciudad de Quito.

Ecuador está dividido en cuatro regiones geográficas: *la Costa*, que comprende poco más de la cuarta parte del país; *la Sierra*, constituida por las alineaciones montañosas y altiplanicies andinas; *el Oriente o región Amazónica*, al este de los Andes, y *la región Insular*, integrada por las islas Galápagos. La región de Galápagos comprende varias islas de origen volcánico. (Monografías, s.f.)

**Grafico n° 9** Mapa Político de Ecuador

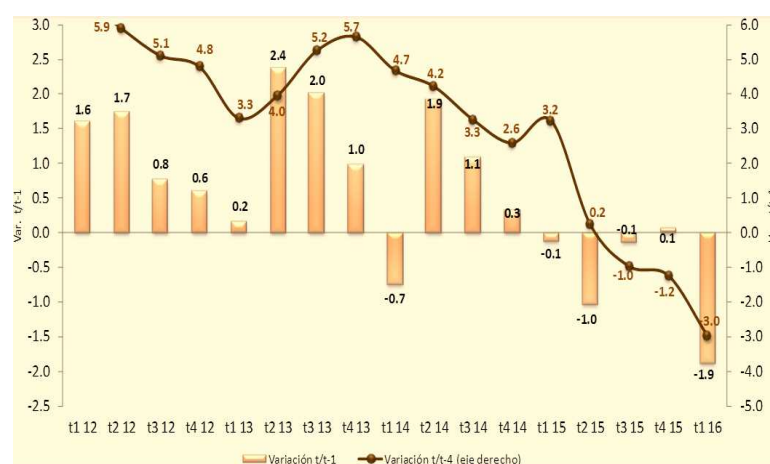


**Fuente:** (Mapsofworld, s.f.)

### 2.2.1.3.1. Indicadores económicos

El Producto Interno Bruto (PIB), en el primer trimestre del año en curso, fue de USD 17.113 millones (a precios constantes) y su tasa variación fue de -1,9% respecto al trimestre anterior.

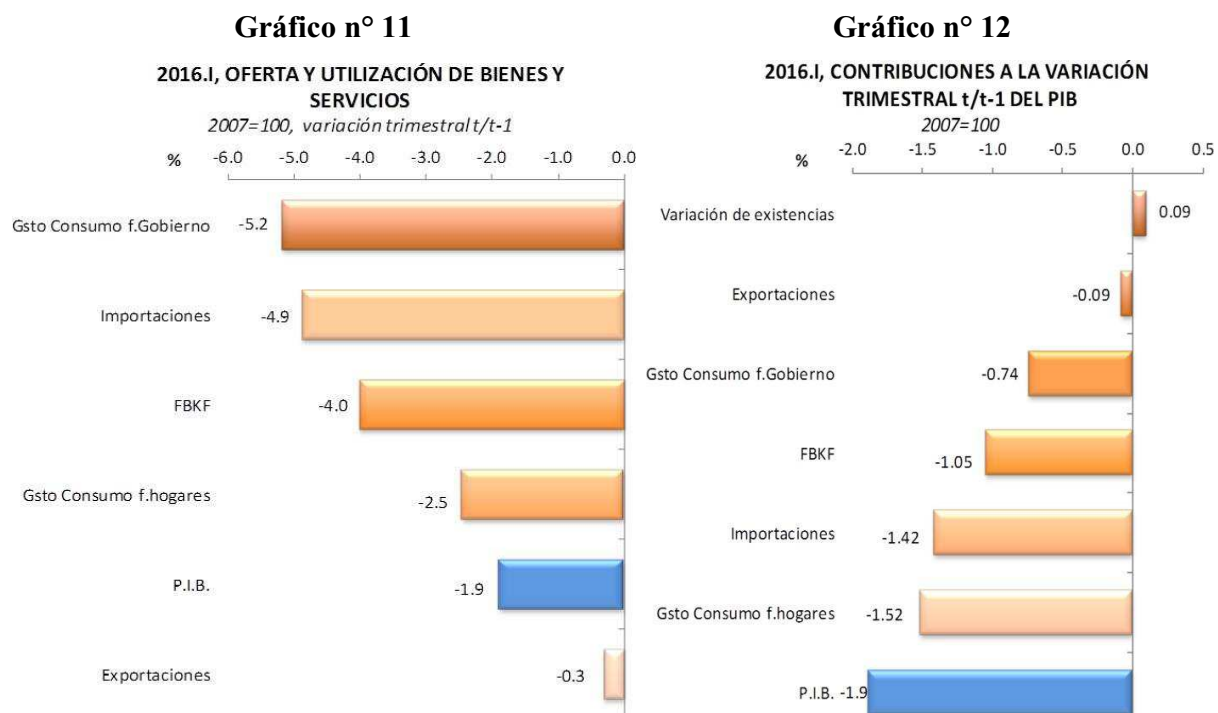
**Gráfico n° 10 PIB de Ecuador**



**Fuente:** (Banco Central de Ecuador, 2016)

**Elaboración:** Banco central del Ecuador. (BCE)

El Gasto de Consumo Final del Gobierno presentó una variación trimestral de -5,2% en relación al cuarto trimestre del año 2015, consistente con la reducción de gasto anunciada por el gobierno. Por su parte, la Formación Bruta de Capital Fijo, el Gasto de Consumo Final de los Hogares y las Exportaciones de bienes y servicios presentan variaciones trimestrales de -4%, -2.5% y -0.3%, respectivamente. En cuanto a las importaciones, en el mismo periodo se redujeron en 4,9%, lo que favorece a la evolución del PIB.



*Fuente:* (Banco Central de Ecuador, 2016)  
*Elaboración:* Banco central del Ecuador. (BCE)

## 2.2.2. Análisis de la industria

### 2.2.2.1. Antecedentes generales y evolución de la industria

Las artesanías ecuatorianas se caracterizan por su heterogeneidad, la tradición y al entorno geográfico en la cual se desarrollan. Se diferencian específicamente por el tipo de material empleado en la confección y la autenticidad del diseño creado por las manos del artesano.

(PROECUADOR)

Nuestra diversidad cultural ha permitido que en cada una de las cuatro regiones (costa, sierra, insular y oriente) nos encontremos con una identidad propia y consolidada. El legado histórico y las tradiciones que se han desarrollado con el tiempo han permitido la creación de *exquisitas*

*artesanías*, producto de la herencia ancestral de nuestros pueblos indígenas y que gracias a su calidad y hermosura son muy admiradas a nivel mundial.

Las hábiles manos de los artesanos expresan la creatividad y conocimiento pasado de generación en generación. A través de ellas se crean verdaderas obras de arte, donde cada detalle es minuciosamente atendido. Las manualidades se elaboran de acuerdo a los materiales disponibles en la posición geográfica. En el norte del país, específicamente en *Otavalo*, reconocido por su pintoresco mercado artesanal, se crean productos entre los que destacan las camisas bordadas ponchos, abrigos, gorros y ropa de lana en general.

Si avanzamos más al sur, en la Provincia de Manabí encontraremos al histórico cantón de Montecristi, lugar de nacimiento de los genuinos “*Sombreros de Paja Toquilla*”.

En los bosques que rodean Manta, Montecristi y Portoviejo nace también la “*Tagua*”, más conocido como marfil vegetal por similitud con el marfil animal, tanto en su forma como en textura. Este producto, que fue por muchos años el preferido para la fabricación de botones de alta calidad hoy es buscado para confeccionar bisutería artesanal. Los abalorios de tagua son ideales para crear joyas exclusivas con un toque exótico.

Las artesanías constituyen una manifestación de nuestro pasado y presente, nos recuerdan las raíces indígenas de nuestro país y reflejan la riqueza y diversidad cultural. (Ecuadorianhands, 2013)





*Camisas bordadas a mano*



*Artesanías de cerámica*



*Sobrerros de paja toquilla*



*Artesanías de tagua*

### 2.2.2.2. Análisis estructural del sector industrial, 5 fuerzas de Porter



### 2.2.3. Análisis FODA.

Matriz FODA			
FACTORES EXTERNOS	<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Producto amigable con el ambiente</li> <li>▪ Producto elaborado manualmente.</li> <li>▪ Diseños atractivos y novedosos.</li> <li>▪ Materia prima accesible y económica</li> </ul>	FACTORES INTERNOS	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desconocimiento del producto.</li> <li>▪ Vida útil variable.</li> <li>▪ Capacidad de producción.</li> <li>▪ Falta de experiencia.</li> </ul>
	<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acuerdos comerciales entre Ecuador y España</li> <li>▪ Aceptación positiva de las artesanías ecuatorianas en Madrid, España.</li> <li>▪ Ferias para impulsar nuevos productos en mercados extranjeros.</li> </ul>		<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Competencia de artes nacionales.</li> <li>▪ Tipo de cambio.</li> <li>▪ Trámites burocráticos.</li> <li>▪ Falta de conocimiento del producto.</li> <li>▪ Marca no posicionada en el mercado</li> </ul>

### 2.2.4. Viabilidad estratégica de invertir.

Este plan de negocio es viable por las siguientes características:

#### VIABILIDAD ESTRATEGICA DE INVERTIR



## **2.3. Planteamiento Estratégico**

### **2.3.1. Misión y Visión**

#### **2.3.1.1. Misión**

Somos una microempresa dedicada a la exportación de artesanías de mate, contamos con personal calificado para la elaboración de nuestros productos y gran servicio al cliente.

#### **2.3.1.2. Visión**

Ser la primera opción en el mercado internacional, en cuanto la venta de artesanías, lograr expandirnos a más mercados de la Unión Europea y Asia.

### **2.3.2. Objetivos Estratégicos.**

#### **2.3.2.1. Financiero.**

- Elaborar un plan financiero que me permita conocer si es factible la ejecución del proyecto.

#### **2.3.2.2. No financieros.**

- Diseñar una diversidad de productos que sean atractivos al cliente.
- Optimizar de los recursos disponibles.
- Identificar lugares estratégicos para la venta de las artesanías.
- Ser eficientes y eficaces en la toma de decisiones.
- Realizar un seguimiento post venta a los clientes, para poder identificar posibles fallas y mejorar nuestras ofertas.
- Ser identificados por nuestro producto, marca, calidad y servicio.

**2.3.3. Estrategias.**

**2.3.3.1. Cartera de productos.**



### 2.3.3.2. Matriz BCG:

	
<b>Productos Estrellas</b>	<b>Interrogación</b>
	
<b>Vacas de dinero</b>	<b>Perros</b>

Nos encontramos en la variable del INTERROGANTE, por ser un producto nuevo en el mercado.

### 2.3.4. Sistema de Valores.

#### 2.3.4.1. Valores organizacionales.

- **Respeto:** En los diferentes ámbitos en los que se desenvuelva, respeto entre trabajadores y consumidores.
- **Puntualidad:** Será parte vital dentro del negocio, puntualidad para entregar pedidos o cumplir con cada uno de los compromisos adquiridos dentro de una negociación será la carta de confianza que adquiriera la empresa con cada uno de sus clientes.

- **Aseguramiento de la calidad:** La empresa empleará como uno de sus principios básicos el aseguramiento de la calidad, desde la planeación, organización, dirección y control de calidad en un sistema de producción con el objetivo de dar al cliente productos garantizados.
- **Responsabilidad Social Empresarial:** La empresa asumirá en cada uno de sus procesos los principios de responsabilidad social empresarial, con la finalidad de contribuir al desarrollo económico sostenible, por medio de la colaboración con sus empleados, la comunidad local y la sociedad en general, a fin de mejorar la calidad de vida.
- **Ética:** Trabajar con transparencia, sinceridad, y compromiso.

#### 2.3.4.2. Valores operacionales.

- **Innovación:** Será una herramienta importante dentro de nuestra organización puesto que la economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa.
- **Liderazgo empresarial:** Dirigir la empresa a fin de encaminarla al desarrollo por medio de la toma correcta de decisiones y la correcta determinación de las oportunidades con las que se cuente.
- **Trabajo en equipo:** Se fomentará entre los trabajadores un ambiente de armonía obteniendo resultados beneficiosos para ambas partes.
- **Calidad:** Asegurar la calidad en cada uno de los procesos del producto así se garantizará un margen significativo de reconocimiento en relación a las empresas de nuestra competencia.

## **CAPÍTULO 3. PLAN COMERCIAL**

### **3.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO**

Establecer un plan comercial que conforme la distribución y comercialización para incursionar en el mercado.

### **3.2. ANÁLISIS DEL MERCADO DE REFERENCIA**

#### **3.2.1. Tipo y estructura de mercado.**

España es uno de los mercados más grandes de la Unión Europea, aparte es un escenario para hacer negocios con la UE, África, Oriente Medio y principalmente con Latinoamérica. Efectivamente, es el país de su medio con más tratados de doble imposición y de protección de las inversiones con los países de América Latina. (Ficha Icx España)

Los principales sectores productivos en los cuales se basa su economía en los productos agrícolas de granos, uvas, verduras, cítricos carne de res, cerdo, productos lácteos; las industrias textiles y prendas de vestir incluyendo el calzado; en cuanto a los principales recursos naturales son el carbón, minerales de hierro, cobre, uranio, yeso, hidroelectricidad, tierra cultivable, entre otros. (Ficha Comercial España)

Salario mínimo de 707.60 euros mensuales, que convertidos serían 751.00 dólares Americanos. (Salario Mínimo)



### 3.2.2. Identificación y análisis de segmentos de mercado objetivos.

➤ **Mercado objetivo:**

Niños.

Adolescentes.

Adultos.

Adultos mayores.

➤ **Consumidores:**

Clase baja, media y alta.

### 3.2.3. Identificación y análisis de la competencia directa.

La competencia directa para Matesanía S.A. serán las empresas radicadas en el mismo mercado ofertando el mismo producto o con similitud.

En las que encontramos:

#### AKLLA EXPORT



PAGINA WEB:

[www.akllaexport.com](http://www.akllaexport.com)

### 3.2.4. Demanda insatisfecha del mercado de referencia.

Tabla n° 7 Demanda y oferta del mercado

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	764 Unidades	40.923 Unidades	40.159 Unidades
2014	666 Unidades	40.610 Unidades	39.944 Unidades
2015	625 Unidades	40.652 Unidades	40.027 Unidades

*Fuente:* (Trademap, 2015)

*Elaboración:* Autoras del proyecto

### 3.2.5. Demanda que atenderá el proyecto.

Teniendo como referencia una demanda de 40.027 unidades manualmente en el mercado de Madrid, se estima atender el 10% de la demanda insatisfecha.

## 3.3. Plan Comercial

### 3.3.1. Objetivos del plan comercial.

- Realizar ferias de incentivar al uso de artesanías de mate.
- Innovar en gustos y preferencias
- Promociones del producto para lograr un posicionamiento en el mercado.

### 3.3.2. Mix de Marketing

#### 3.3.2.1. Auditoría y estrategia de producto.

- Artesanías de Mate.
- Presentación llamativa.
- Diseño Pulcro.
- Máxima duración



### **3.3.2.1.1. Adaptación o modificación requerida**

Como materia prima tenemos el fruto de la planta *lagenaria siceraria*, llamado Mate, el cual se someterá a un proceso de transformación, para obtener diferentes tipos de artesanías.

La modificación se empezara a realizar cuando escojamos bien el fruto (mate) una vez esté listo, y estrictamente escogido, se someterá a diseñar con las diferentes herramientas de buril, para así darles el diseño, y color que escogidos.

### **3.3.2.1.2. Atributos y beneficios del producto.**

Para la transformación del producto únicamente se utilizara el Mate, herramientas de buril y pintura

#### **Beneficios del producto.**

- Producto biodegradable.
- Es un accesorio de decoración novedoso.
- Muy útil en accesorios de la moda.
- Nos aporta cuidado en utensilios para la cocina, ya que aparte de ser duraderos es más aconsejable usarlos remplazando el aluminio, el mismo que a larga duración provoca enfermedades como el cáncer.

### 3.3.2.1.3. Componente de envase.

El envase a utilizar es el siguiente:

#### Cajas de cartón.

Las cajas son realizadas en cartón.



#### Ficha técnica de la caja

- Dimensiones ( largo \* ancho \* alto)
- Material ( carton corrugado )

#### Cantidad por caja

- 16 unidades 60\*40\*10
- 12 unidades 60\*40\*14
- 8 unidades 60\*40\*22

### 3.3.2.1.4. Estrategia de marca.

La marca escogida para el producto ha sido en base al mismo.

**Marca:** *Matesanía*

**Eslogan:** Matesanía se adapta a ti

## ETIQUETA



### 3.3.2.2. Auditoría y estrategia de precio.

#### 3.3.2.2.1. Términos de Venta (INCOTERM).

Para la negociación hemos decidido utilizar el término de venta FOB.

#### 3.3.2.2.2. Partida arancelaria.

La partida arancelaria para las artesanías de Mate es 9602.00. Correspondiente a:

Materiales vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y manufacturas de estas materias; manufacturas moldeadas o talladas de cera, parafina, estearina, goma o resinas naturales o pasta para moldear y demás manufacturas moldeadas o talladas no expresadas ni

comprendidas en otra parte; gelatina sin endurecer trabajadas (excepto la de la partida 3503), y manufacturas de gelatina sin endurecer.

### 3.3.2.2.3. Comparativo de precios con la competencia.

Los precios de nuestra competencia son los siguientes:

**Tabla n° 8** Precios de la competencia

Empresa	Euros		dolares	
	desde	hasta	Desde	hasta
<b>Akla Export</b>	€ 5.61	€ 129	\$6.00	\$138.00

*Elaboración: Autoras del proyecto*

### 3.3.2.2.4. Impacto del tipo de cambio en la fijación del precio.

El cambio de moneda no nos afectará en nuestra negociación, ya que ésta la realizaremos en dólares.

### 3.3.2.2.5. Tipo de Cambio de Moneda:

**Tabla n° 9** Cambio de divisas

US DÓLAR (USD)	EURO (EUR)
<b>1</b>	0,94704

*Fuente: (Oanda, 2017)*

El tipo de cambio a la fecha es de 0,95 céntimos de Euros por cada dólar.

#### **3.3.2.2.6. Precio de venta unitario (de exportación).**

Matesanía S.A. elabora artesanías de diversos tipos por lo tanto cada uno consta de un precio distinto, para la fijación del precio de exportación se ha realizado una ponderación (producto – precio – demanda) sumando los costos se obtiene un precio estimado de \$15.00.

#### **3.3.2.2.7. Métodos de cobro/pago internacional.**

El método de cobro que se utilizará para la exportación será depósitos bancarios, o giros postales mediante las diferentes agencias relacionadas con nuestra empresa.

#### **3.3.2.3. Auditoría y Estrategia de Distribución.**

##### **3.3.2.3.1. Modo de transporte.**

La mercadería será transportada desde las instalaciones de la empresa al puerto de Guayaquil vía terrestre, para ello se contrataran los servicios de transporte nacional de TRAMACOEXPRESS CIA. LTDA.

##### **3.3.2.2.2. Puerto/aeropuerto de origen y destino.**

Se utilizará el puerto de Guayaquil CONTECON para enviar la mercadería. Como puerto destino está el puerto marítimo de Barcelona, luego la mercadería llegara vía terrestre por tierra a la ciudad de Madrid.

##### **3.3.2.2.3. Ruta de exportación**

Para el traslado de las artesanías de mate desde Chone a la ciudad de Madrid se descompone en 3 secciones.

1. La primera sección de la ruta es desde Chone hasta el puerto de Guayaquil vía terrestre.
2. La segunda sección de la ruta es desde el puerto de Guayaquil hasta el puerto de Barcelona – España vía marítima.
3. La tercera sección de la ruta corresponde al traslado de la mercancías desde el puerto de Barcelona a la ciudad de Madrid, vía terrestre.

#### 3.3.2.2.4. Regulaciones de marcas y etiquetas origen/destino.

Todos los artículos deben indicar la siguiente información en la etiqueta, la misma que debe ser visible en la etiqueta del artículo:

- ✓ Nombre (descripción del producto).
- ✓ País de origen.
- ✓ Principales herramientas utilizadas.

##### 3.3.2.2.4.1.Embalaje.

Para la exportación se utilizará cajas de cartón con las siguientes medidas:

**Tabla n° 10**

Medidas del Cartón	
Alto:	10-14-22 cm
Ancho:	0.40 cm
Largo:	0.60 cm

*Elaboración: Autoras del proyecto*



#### **3.3.2.2.4.2.Documentación.**

Los documentos requeridos son:

La factura comercial. (Deberá ir la original acompañada de tres copias, declarando "Factura Original" y firmada a mano por la autoridad responsable de la empresa, aclarando su nombre y cargo. La misma incluye los siguientes datos:

- ✓ Número de factura,
- ✓ Lugar y fecha de emisión;
- ✓ Nombre completo y dirección del exportador;
- ✓ Nombre completo y dirección del consignatario;
- ✓ Denominación y descripción de la mercadería;
- ✓ Cantidad con indicación de la unidad de medida;
- ✓ Precio unitario y total;
- ✓ Moneda e transacción;
- ✓ Condiciones de pago y entrega (Incoterms);
- ✓ País de origen;
- ✓ Puerto de embarque;
- ✓ Medio de transporte;
- ✓ Lugar de entrega; y
- ✓ La siguiente declaración:

"Declaro bajo juramento que los precios consignados en esta factura comercial son los realmente pagados o a pagarse, y que no existe convenio alguno que permita su alteración, y que todos los datos referentes a la calidad, cantidad, valor, precios, etc., y descripción de la

mercadería concuerdan en todas sus partes con lo declarado en la correspondiente shipper's export declaration."

#### **3.3.2.2.4.3. Seguro.**

Contrataremos un seguro interno para transportar del producto desde la empresa hasta el puerto de Guayaquil.

Los requisitos a exigir son:

- Llenar formulario de cliente.
- Copia de la Escritura de Constitución y de sus reformas, (Si existen).
- Copia certificada del nombramiento del Representante Legal o Apoderado.
- Nómina de accionistas o socios, otorgada por el órgano de control o registro competente.
- Certificados de cumplimiento de obligaciones otorgado por el órgano de control competente, de ser aplicable (SRI, IEISS, Superintendencias, etc.,)
- Estados financieros, mínimo un año atrás.
- Copia de recibo de cualquier servicio básico.
- Documentos de la persona que firma autorizada de la empresa.
- Copia de documento de identificación del cónyuge o conviviente del representante legal o apoderado.
- Una vez cumplidos todos los requisitos y aprobados se podrá ser cliente de la compañía de seguros y se podrá contratar una póliza de seguros.
- La movilización deberá ser solo en horas solares.

La compañía de seguros cuenta con el servicio de candado satelital, apoyo y reacción en ruta.

#### **3.3.2.2.4.4. Normas legales, calidad y buenas prácticas.**

El Acuerdo sobre obstáculos técnicos al comercio tiene como objeto asegurar que los reglamentos técnicos y las normas, incluidos los requisitos de envase y embalaje, marcado y etiquetado no constituyan un medio de discriminación arbitrario.

Este es un documento que verifica las condiciones de fabricación, embalaje, calidad y embarque. A través de las Normas de Calidad se certifica el proceso productivo de la empresa.

Los principios generales de higiene de los alimentos son:

- ✓ Diseño de la fábrica, establecimiento, instalaciones y equipos.
- ✓ Control de las operaciones en la fabricación.
- ✓ Mantenimiento y saneamiento.
- ✓ Higiene y capacitación del personal.
- ✓ Transporte.

Los requisitos de buenas prácticas de manufactura son:

- ✓ Riesgo de contaminación y alteración mínimo;
- ✓ Diseño y distribución de las áreas permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiado que minimice las contaminaciones;
- ✓ Superficies y materiales, no sean tóxicas.

### 3.3.2.2.5. Canal de distribución

#### Canal de distribución de las artesanías de Mate

Gráfico n° 13



### 3.3.2.2.6. Proveedores del servicios para la exportación

Para el buen funcionamiento de la empresa se contará con los siguientes proveedores de servicio:

- 1.- Se contratarán los servicios de un Agente Afianzado de Aduanas.
- 2.- Para trasladar nuestro producto a España utilizaremos una Agencia Naviera para que se encargue de todos los trámites de arribo del buque.
- 3.- Por cualquier percance se contratará un Seguro para el traslado del producto desde la empresa al puerto de Guayaquil.

### 3.3.2.2.7. Operativa de comercio exterior: (tramitología).

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que deberá ir acompañada de una factura o

proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

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

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

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

#### **3.3.2.4. Auditoria y Estrategia de Promoción.**

##### **3.3.2.4.1. Concepto de posicionamiento.**

Es una batalla de percepciones entre mi compañía y la de los competidores, el posicionamiento nos lleva a poner en marcha un proceso de análisis tanto interno como externo para conseguir la imagen ideal en la mente del consumidor frente a la competencia.

#### **3.3.2.4.2. Concepto de eslogan.**

Es la palabra o frase corta, que se le da a un producto para recordar. A su vez esta es utilizada en las publicidades, propagandas, etiquetas, etc.

El uso del eslogan con fines publicitarios también corresponde a una guerra entre las empresas disputándose la preferencia del consumidor por sus productos o servicios.

#### **3.3.2.4.3. Medios interactivos (Internet).**

El internet hoy en día es el motor que mueve el mundo y los negocios, es por ello que contaremos con una página web, donde se podrá encontrar información acerca de nosotros, de nuestros productos, siempre brindando el mejor servicio y profesionalismo.

Utilizaremos también redes sociales tales como Facebook, instagram y Messenger las mismas que nos ayudaran a conocer más de cerca las preferencias y necesidad es de los consumidores.

#### **3.3.2.4.4. Ferias comerciales internacionales.**

Al momento de exportar es importante darnos a conocer, tanto a nivel nacional como internacional. Para promocionar nuestro producto participaremos en:

- ✓ La feria mercado de artesanías comunidad de Madrid
- ✓ Pro Ecuador.

De esta manera conoceremos nuevos clientes y abriremos nuevas oportunidades.

## **CAPÍTULO 4: PLAN TÉCNICO-ORGANIZACIONAL**

### **4.1. OBJETIVO DEL CAPITULO.**

Determinar la capacidad de producción de la empresa, sus procesos técnicos y organizacionales para así obtener el mejor funcionamiento.

### **4.2. PLAN TÉCNICO.**

#### **4.2.1. Capacidad de producción.**

La empresa Matesanía S.A será la productora de las artesanías y a la vez la comercializadora de las mismas.

Se pretende diseñar alrededor de 4000 artesanías por año las mismas que serán comercializadas de forma local y de exportación.

#### **4.2.2. Plan de producción.**

Nuestro plan de producción se basará en capacitar a los empleados acerca del producto, atención al cliente, trabajo en equipo entre otras.

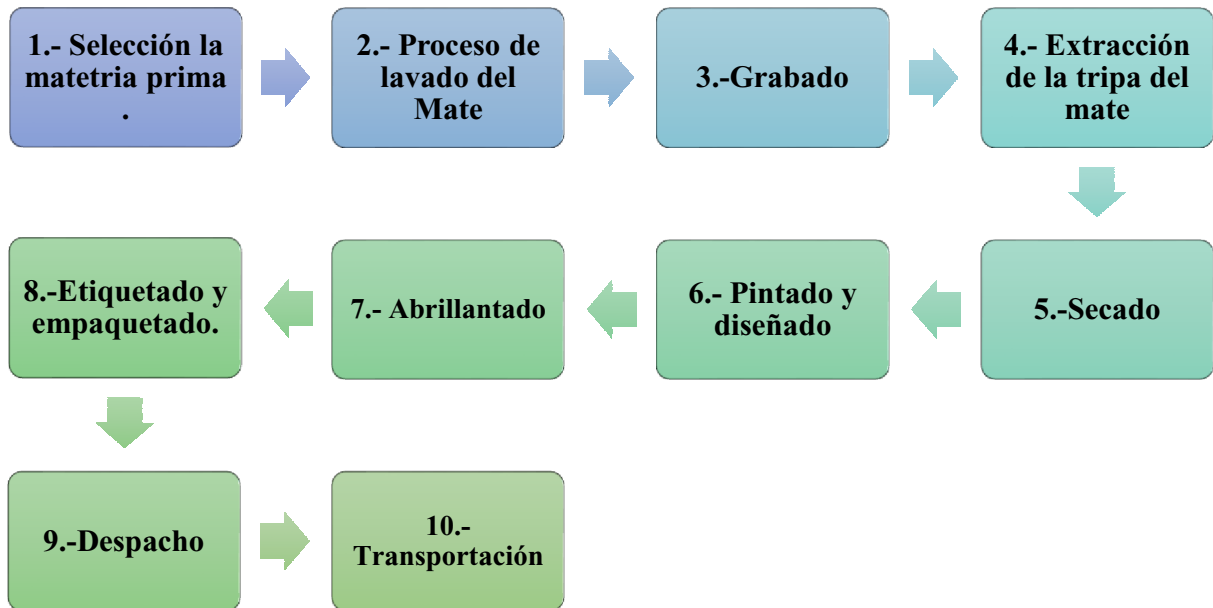
Se laborará 8 horas diarias, aunque por ser una empresa exportadora podría haber días que tendrán que extenderse los horarios de trabajo, las mismas que serán remuneradas como lo indica la ley.

##### **4.2.2.1. Localización.**

La empresa Matesanía S.A se encontrará ubicada en Chone – Manabí lugar estratégico para elaborar el producto que se encuentra cerca de los proveedores de materia prima.

#### 4.2.2.2. Proceso productivo/operacional.

El proceso productivo del producto es el siguiente:





## 4.2.2.3. Instalaciones de la empresa (layout).

MATESANÍA S.A

*Departamento operativo*  
*Planta baja*

*Segunda plana**Garaje**Entrada principal**Almacén 2**Almacén 1**Taller de producción*

*Departamento administrativo*  
*Planta alta*

*Sanitarios**Entrada**Cafetería**Dpto. de Comercio Ext y Financiero**Sala de juntas**Gerencia*

### 4.2.3. Plan de abastecimiento

#### 4.2.3.1. Materia primas.

El plan de abastecimiento contará con dos proveedores principales que son:

**Tabla n° 12** Proveedores de materia prima

PROVEEDORES	DIRECCIÓN	PRECIOS
Mate	Chone	0,10 c/u
Pinturas	Chone	1,00 c/lts

*Elaboración: Autoras del proyecto*

#### 4.2.3.2. Insumos.

Los insumos a requerir son:

**Tabla n° 13** Insumos

Insumos	
Detalle	Cantidad
Etiqueta	4.000
Cartón	1.000
Pallet	223 unidades

*Elaboración: Autoras del proyecto*

#### 4.2.3.3. Mano de obra.

La empresa contratará mano de obra calificada para el debido proceso que se llevarán con las maquinarias.

**Tabla n° 14** Mano de obra

Descripción	Cantidad	Turno
Mano de obra	2	Diurno
Personal administrativo	3	Diurno
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	

*Elaboración: Autoras del proyecto*

#### 4.2.3.4. Tecnología de producción.

La empresa Matesanía S.A solo requerirá utensilios de burilado para el diseño de las artesanías.

Conjuntamente con la técnica de pinturas para darles color y textura a las artesanías.

Las herramientas a utilizar son:



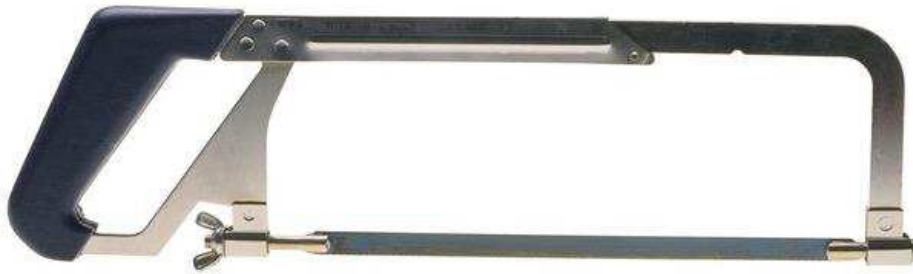
***BURIL TIPO SEGUETA***



**Buriles para diseñar**



**Buriles para grabar**



**Herramienta para cortar**



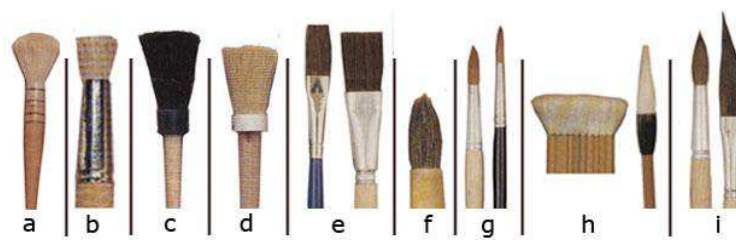
**Herramienta para perforar**



**pinturas para dar color**



**Herramientas para pintar**



#### 4.2.4. Plan Organizacional.

##### 4.2.4.1. Datos generales de la empresa.

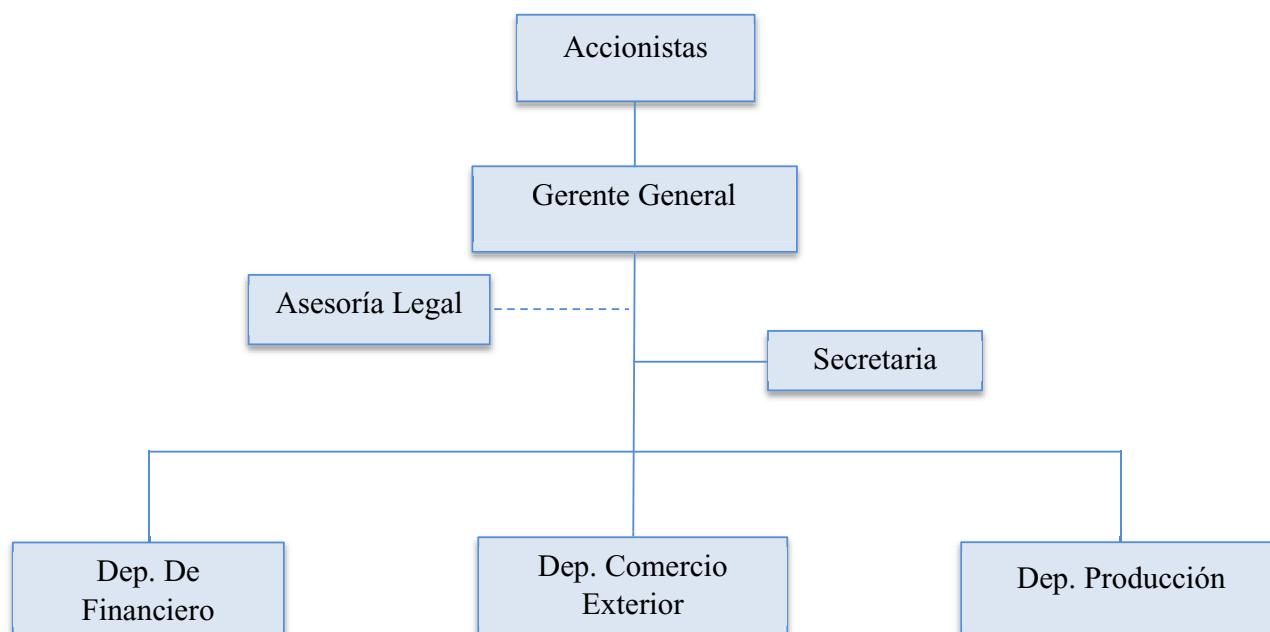
Razón Social.	Matesania S.A
Nombre Comercial.	Artesanías de Mate
Tipo de Empresa.	Sociedad Anónima.
RUC.	1316487291001.
Actividad.	Exportación de “Artesanías de Mate”.
Teléfonos.	2651-623 / 2531-140
Página web.	<a href="http://www.matesanias.com">www.matesanias.com</a>

*Elaboración: Autoras de la tesis*

##### 4.2.4.2. Proceso de toma de decisiones.

La empresa nombrará un representante legal, quien será el Gerente General. Este se encargará de tomar las decisiones para el buen funcionamiento de la empresa. Sin embargo deberán informar a los superiores, en este caso los socios.

#### 4.2.4.3 Estructura organizacional: organigrama.



#### 4.2.4.4 Distribución de funciones y responsabilidades.

##### Gerente General.

- Cargo designado por la junta de accionistas
- Encargado de designar todas las posiciones laborales.
- Realizará las evaluaciones de los jefes de cada departamento para verificar el cumplimiento de sus funciones.
- Planea metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales, las mismas que entrega a sus superiores en este caso los accionistas para su respectiva aprobación.

##### Asesoría Legal.

Brindará la orientación con fines legales necesaria para la empresa cuando esta lo requiera.

**Secretaria.**

- Brindar apoyo a su jefe en las tareas encomendadas.
- Apoyar a todos los departamentos.
- Ser organizada, dinámica, entusiasta, debe tener buenas relaciones interpersonales, habilidad para liderar y tomar decisiones.

**Área Financiero.**

- Administrar de la mejor manera los recursos de la empresa.
- Crear proyectos de inversión, con el objetivo económico de maximizar los beneficios.
- Coordinar y supervisar las acciones que conforman el departamento como el análisis, contabilidad y tesorería.
- Provisionar todos los materiales necesarios para la producción o las operaciones diarias de la empresa.
- Evaluar continuamente si se están recibiendo los materiales al mejor precio posible para así maximizar las ganancias.

**Área de Comercio Exterior.**

- Coordina las negociaciones comerciales.
- Seguimiento, control y gestión de todo el proceso de exportación.
- Conocer las relaciones internacionales con el país de destino, los procedimientos administrativos del comercio exterior y logística aplicada para la distribución adecuada del producto.



**Área de Producción.**

- Control de la producción y de los inventarios.
- Control de Calidad.
- Controlar el material del que se va a trabajar, se determina la secuencia de las operaciones, las inspecciones y los métodos.

**Obreros.**

- Se encarga de contribuir a la fabricación de un producto.
- Que se cumpla con la calidad requerida para entregar.
- Trabajar en conjunto con las máquinas/herramientas necesarias.

#### 4.2.4.5 Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas.

**Tabla n° 15 Muebles de oficina**

<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>V.U.</b>	<b>V. total.</b>
<b>Mesa de juntas</b>	1	200	200,00
<b>Sillas de escritorios</b>	10	20	200,00
<b>Escritorios administrativos</b>	5	100	500,00
<b>Archivadores</b>	3	50	150,00
<b>Enseres de oficina</b>			150,00
<b>TOTAL</b>			<b>1200,00</b>

**Tabla n° 16 Equipos de oficina**

<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>V.U.</b>	<b>V. Total</b>
<b>Teléfonos</b>	3	25	75,00
<b>Aires acondicionados</b>	3	450	1350,00
<b>TOTAL</b>			<b>1475,00</b>

**Tabla n° 17 Equipos de computación**

Descripción	Cant.	V.U.	V. Total
Computadoras de escritorio	4	300	1200
Laptos	2	350	700
Impresoras multifunciones	2		560
<b>TOTAL</b>			<b>2.460</b>

*Elaboración: Autoras de la tesis.*

**Tabla n° 18 Herramientas y maquinarias**

Descripción	V. Total
Herramientas de buril	60
Herramienta para pintar	40
Herramienta para cortar	120
Herramientas para perforar	200
Utensilios de limpieza de materia prima	80
<b>Total</b>	<b>\$ 500</b>

#### 4.2.4.6. Requerimiento de personal para áreas administrativas.

**Tabla n° 19 Personal Administrativo**

<b>PERONAL ADMINISTTIVO</b>	
Gerente General	1
Secretaria	1
Jefe Financiero/ Comercio Exterior	1
Jefe de Producción	1
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>

#### 4.2.4.7. Marco legal relacionado a la operación de la empresa.

La empresa será constituida como sociedad anónima, para esto se seguirán los siguientes pasos:

- 1.- Tener la estructura legal de la empresa, se conformará con un mínimo de 2 socios y un máximo de 15.
- 2.- Reservar el nombre escogido. Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y demora aproximadamente 30 minutos. En este organismo se revisará que no haya ninguna compañía con el mismo nombre.
- 3.- Elaborar los estatutos que son validados, a través de una minuta respaldada por un abogado y cuyo tiempo de elaboración es de tres horas.
- 4.- Abrir una cuenta de integración de capital en cualquier banco del país, con \$800,00 dólares para compañía anónima; una carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno, copias de cédula y papeleta de votación de cada socio.

5.- Elevar a escritura pública en una notaría, donde se llevará los documentos obtenidos anteriormente.

6.- La aprobación del estatuto. Para esto se debe presentar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías en donde se la revisará y aprobará mediante una resolución.

7.- El organismo de control deberá entregar cuatro copias de la resolución y un extracto para publicarlo en un diario de circulación nacional.

8.- Los permisos municipales son imprescindibles para funcionar, por lo que se deberá pagar la patente municipal

9.- Luego de todos estos trámites se podrá realizar la Junta General de Accionistas, esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa.

10.- Finalmente, la superintendencia de Compañías entregará los documentos para abrir el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la empresa.

11.- Como último paso deberá inscribirse el nombramiento del administrador de la empresa, designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación, lo que debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.

#### 4.2.5. Plan de implementación.

*Tabla n° 20 Plan de Implementación.*

Actividades	Periodo 2017 – 2018											
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Constitución de la empresa												
Infraestructura												
Activos administrativos												
Insumos de producción												
Contratación de personal												
Capacitación del personal												
Inauguración de la empresa												

*Elaboración: Autoras de la tesis*

Una vez ejecutado el plan de implementación, realizaremos las debidas evaluación al proyecto para conocer la factibilidad que genera la empresa, esto realizara anualmente.

##### 4.2.5.1. Puesta en marcha.

Una vez aprobado el proyecto se dará inicio a las actividades de la empresa.

Al ejecutar el proyecto pueden existir riesgos que afecten directamente a la empresa como:

- ✓ Ingresos menores a los previstos,
- ✓ Una alza de precio inesperada en nuestro proveedor principal,
- ✓ Falta de interés del consumidor por el producto.
- ✓ Competidores fuertes.

A estos riesgos se deben incluir medidas que hagan frente, de esta manera se podrá tener alternativas para la empresa.

#### **4.2.5.2. Plan de Salida.**

La empresa ha diseñado varias alternativas como plan de salida, de esta manera se podrá rescatar algo en el caso que esta quiebre, como:

- ✓ Modificar el producto, dándole otro valor agregado.
- ✓ Asociarnos con la competencia.
- ✓ Venta total de la compañía.

## **CAPITULO 5: PLAN FINANCIERO.**

### **5.1. OBJETIVO DEL CAPITULO.**

Realizar el estudio financiero e identificar si es factible la ejecución del proyecto.

### **5.2. HORIZONTE DE TIEMPO DEL PLAN FINANCIERO (5 AÑOS).**

El tiempo horizonte para este plan de negocios es por el lapso de 5 años.

### **5.3. Plan de Inversión.**

#### **5.3.1. Inversiones en activos fijos.**

La empresa Matesanía S.A. va a requerir de los siguientes activos fijos.

Tabla n° 21 Activos Fijos

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V. TOTAL</b>
Muebles y Enseres	<b>1200,00</b>
Equipos de Oficina	<b>1475,00</b>
Equipos de Computación	<b>2460,00</b>
Maquinarias y Equipos	<b>500,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5635,00</b>

*Elaboración: Autoras del proyecto*



### 5.3.2. Inversiones en activos diferidos e intangibles.

**Tabla n° 22 Activos Diferidos**

<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b>	
<b>Gastos Legales y de Constitución</b>	<b>VALOR</b>
Trámites SRI	100,00
Patente Producto	116,00
Permiso Municipal	200,00
Adecuaciones Lugar	4000,00
<b>Total Inversiones Diferidas</b>	<b>4416,00</b>

*Elaboración: Autoras del proyecto.*

### 5.3.3. Inversiones en capital de operación.

La inversión en capital de operación inicial será por la suma de \$. 15,000.00 aportados por los socios de la empresa.

### 5.3.4. Flujo de depreciaciones de activos fijos.

A continuación se muestra el siguiente cuadro de depreciación de los activos fijos de Matesanía S.A.

**Tabla n° 23** Depreciación de Activos.

Activo	valor contable	valor Residual	años	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	depreciación acumulada	valor en libros
Muebles de oficina y enseres	1200,00	144,00	10	105,60	105,60	105,60	105,60	105,60	105,60	105,60	105,60	105,60	105,60	1056,00	1200,00
equipos de oficina	1475,00	177,00	10	129,80	129,80	129,80	129,80	129,80	129,80	129,80	129,80	129,80	129,80	1298,00	1475,00
equipos de Computación	2460,00	295,20	3	721,60	721,60	721,60								2164,80	2164,80
Maquinarias	500,00	60,00	10	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	44,00	440,00	500,00
inversión intangible	4416,00	-	5	883,20	883,20	883,20	883,20	883,20						4416,00	\$0,00
<b>DEPRECIACION ANUAL</b>				1884,20	1884,20	1884,20	1162,60	1162,60	279,40	279,40	279,40	279,40	279,40		5339,80

*Elaboración: Autoras del proyecto*

## 5.4. Plan de Financiamiento.

### 5.4.1. Estrategia de financiamiento.

El plan de financiamiento será de 30% aportado por los socios y el restante a través de un préstamo a la corporación financiera nacional representando este un 70%.

**Tabla n° 24** Financiación

Plan de Financiamiento	
70,00%	30,00%
Préstamo	Capital Propio
<b>\$ 35000,00</b>	<b>\$ 15000,00</b>

*Elaboración: Autoras del proyecto*

### 5.4.2 Tabla de amortización (de parte financiada con crédito).

A continuación se muestra como serán desglosados los pagos del crédito a la Corporación Financiera Nacional:

Préstamo	<b>\$ 35000,00</b>
Tasa	12,00%
Periodo (Años)	5

*Elaboración: Autoras del proyecto*

Tabla n° 25 Amortización de la Deuda

Períodos	Inicial	Interés	Amortización	Cuota	Final
<b>0</b>					\$35.000,00
<b>1</b>	\$35.000,00	\$4.200,00	\$5.509,34	\$9.709,34	\$29.490,66
<b>2</b>	\$29.490,66	\$3.538,88	\$6.170,46	\$9.709,34	\$23.320,20
<b>3</b>	\$23.320,20	\$2.798,42	\$6.910,92	\$9.709,34	\$16.409,28
<b>4</b>	\$16.409,28	\$1.969,11	\$7.740,23	\$9.709,34	\$8.669,05
<b>5</b>	\$8.669,05	\$1.040,29	\$8.669,05	\$9.709,34	\$0,00

*Elaboración: Autoras del proyecto*

Mensualmente se deberá cancelar la suma de \$ 809.11

### 5.4.3. Tasa de descuento o costo promedio ponderado de capital (WACC).

**FORMULA:**  $(TMAR * We) + (Ti * (1-i) * WD)$ .

**Table n° 26 WACC**

WACC	
TMAR	11,12%
Ti	12%
We	30%
Wd	70%
I	33,70%
<b>Ko = WACC</b>	<b>8,93%</b>

*Elaboración: Autoras del proyecto*

- KO = Costo Ponderado de Capital o WACC.
- TMAR = Tmar del Accionista.
- Ti = Costo de la Deuda (con el banco).
- We = Proporción de Capitales Propios.
- WD = Proporción de la Deuda.
- i = Tasa de impuestos (participación de trabajadores + Impuesto a la renta).

**Tabla n° 27 TMAR de accionistas**

Prima Riesgo País	5,83 %
Tasa sin Riesgo	4,17 %
Inflación Anual	1,12 %
<b>TMAR del Accionista</b>	<b>11,12%</b>

*Elaboración: Autoras del proyecto*

La TMAR del accionista es la suma de las variables *Prima Riesgo País*, *Tasa sin Riesgo*, *Inflación Anual*, datos que son proporcionados por el BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

## 5.5. Proyecciones de Ingresos Operacionales.

### 5.5.1. Proyección de las ventas (unidades).

Se espera tener un aumento del 5% cada año. En el primer año se exportaran 4000 unidades.

Tabla n° 28 proyección de ventas

<i>Detalle</i>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
	<b>Unidades</b>	<b>Unidades</b>	<b>Unidades</b>	<b>Unidades</b>	<b>Unidades</b>
<i>Cantidad Vendida</i>	4000	4200	4410	463.50	4862.03

*Elaboración:* Autoras del proyecto.

### 5.5.2. Proyección de los precios.

Se estima tener un precio de exportación de \$15.00

### 5.5.3. Proyección de los ingresos.

Con una proyección anual del 5% de incremento, se detalla a continuación el crecimiento que tendría la empresa:

Tabla n° 29 Proyección de ingresos

<i>Detalle</i>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
	<b>Unidades</b>	<b>Unidades</b>	<b>Unidades</b>	<b>Unidades</b>	<b>Unidades</b>
<i>Cantidad Vendida</i>	4000	4200	4410	4630.50	4862.03
<i>Ingreso Anual</i>	60000,00	63000,00	66150,00	69457,50	72930,38

*Elaboración:* Autoras del proyecto.

## 5.6. Proyecciones de costos y gastos operacionales.

### 5.6.1. Proyección de costos operacionales.

#### 5.6.1.1. Materia prima directa.

La materia prima directa e indirecta para la ejecución de este plan de negocios es la siguiente:

**Tabla n° 30 Costos Directos de Producción**  
**Costos Directos de Producción**

Detalle	cantidad	V. unit	Valor Anual
Mate	4000	0,10	400,00
Etiqueta	4000	0,07	280,00
Cartón	1000	0,22	220,00
Mano de Obra			10.458,00
Pallets (6M)	223	2,50	557,50
	Total		<b>\$ 11.915,50</b>

*Elaboración: Autoras del proyecto.*

#### 5.6.1.2. Mano de obra directa.

Se contará con la siguiente mano de obra.

Tabla n° 31 Mano de obra directa

Cargo	Salario mensual	D.T.S	D.C.S	Operarios	Salario Anual
Obreros	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 354,00	2	\$ 10.458,00

*Elaboración: Autoras del proyecto.*

### 5.6.1.3. Gastos indirectos de fabricación.

A continuación se detallan los siguientes costos indirectos de fabricación.

Tabla n° 32 Gatos Básicos

#### Gastos Básicos

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Energía eléctrica	60,00	720
Agua Potable	15,00	180
Teléfono e Internet	60,00	720
<b>Total</b>	<b>\$ 135,00</b>	<b>\$ 1620</b>

*Elaboración:* Autoras del proyecto.

Tabla n° 33 Suministros de Oficina

#### Suministros de Oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
<b>Resmas de Hojas Tamaño A4</b>	3	4,00	12,00	144,00
<b>Tinta para impresoras</b>	2	24,00	48,00	576,00
<b>Cajas de Grapa</b>	2	2,00	4,00	48,00
<b>Suministros varios</b>			100,00	1200,00
<b>Total</b>		<b>\$ 44,00</b>	<b>\$164</b>	<b>1968,00</b>

*Elaboración:* Autoras del proyecto.

Tabla n° 34 Costos de Exportación

*Costo de Exportación*

<i>Detalle</i>	<b>V. unitario</b>	<b>Valor Anual</b>
<b><i>Flete interno</i></b>	120,00	480,00
<b><i>THC</i></b>	90,00	360,00
<b><i>Certificado de origen</i></b>	14,00	56,00
<b><i>Porteo CONTECON</i></b>	90,00	360,00
<b><i>Antinarcótico</i></b>	150,00	600,000
<b><i>Agente de aduanas</i></b>	190,00	760,00
<b><i>Envió DHL</i></b>	50,00	200,00
<b><i>Alquiler de contenedor</i></b>	800.00	3200,00
<b><i>Otros gastos</i></b>	150,00	600.00
<b><i>TOTAL</i></b>	<b>1654.00</b>	<b>6616,00</b>

*Elaboración: Autoras del proyecto.*

Tabla n° 35 Gatos de Arrendamiento

*Gasto de Arrendamiento*

<i>Detalle</i>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
<b><i>Costo de Arrendamiento</i></b>	200.00	2400,00
<b><i>TOTAL</i></b>		<b>2400,00</b>

*Elaboración: Autoras del proyecto.*



## 5.6.2. Proyección de gastos operacionales.

### 5.6.2.1. Gastos administrativos.

La empresa Matesania s.a. contará con el siguiente personal:

**Tabla n° 36 Gatos Administrativos**

<b>Cargo</b>	<b>Salario</b>	<b>Décimo</b>	<b>Décimo</b>	<b>Número de empleados</b>	<b>Salario</b>
	<b>Mensual</b>	<b>Tercer Sueldo</b>	<b>Cuarto Sueldo</b>		<b>anual</b>
<b>Gerente General</b>	700,00	700,00	375,00	1	9475,00
<b>Asesoría Legal</b>	500,00			1	500,00
<b>Secretaria</b>	375,00	375,00	375,00	1	5250,00
<b>Jefe de Financiero/ Comercio Exterior</b>	400,00	400,00	375,00	1	5575,00
<b>Total</b>	<b>1975,00</b>	<b>1475,00</b>	<b>1125,00</b>	<b>4</b>	<b>20800,00</b>

*Elaboración: Autoras del proyecto.*

### 5.6.2.2. Gastos de marketing y ventas.

Para dar a conocer nuestro producto realizaremos publicidad en periódicos, radio, revistas. Asimismo participaremos en ferias nacionales como internacionales a fin de expandirnos.

**Tabla n° 37 Gatos de Publicidad**

#### **Gasto de Publicidad y Ferias**

<b>Detalle</b>	<b>Valor Anual</b>
<b>Publicidad en exteriores</b>	500,00
<b>Gastos en Ferias</b>	1000,00
<b>TOTAL</b>	<b>1500,00</b>

*Elaboración: Autoras del proyect*

### 5.7. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectados.

El estado de pérdidas y ganancias refleja los ingresos y egresos de la empresa.

**Tabla n° 38 Estado de Pérdidas y Ganancias**

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		60000,00	63000,00	66150,00	69457,50	72930,38
Costos de venta		11915,50	12511,28	13136,84	13793,68	14483,36
Margen bruto		48084,50	50488,73	53013,16	55663,82	58447,01
Gastos Operativos						
Gastos Administrativos		20800	21320,00	21853,00	22399,33	22959,31
Depreciación		1884,20	1884,20	1884,20	1162,60	1162,60
Gastos de Oficinas		1968,00	1968,00	1968,00	1968,00	1968,00
Gastos Básicos		1620,00	1620,00	1620,00	1620,00	1620,00
Gastos Varios		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Gasto de Exportación		6616,00	6616,00	6616,00	6616,00	6616,00
Gasto de Publicidad		1 500,00	2 500,00	3 500,00	4 500,00	5 500,00
Gasto de Arriendo		2400,00	2400,00	2400,00	2400,00	2400,00
Total Gastos Operativos		35788,20	36308,20	36841,20	36665,93	37225,91
Utilidad Operacional		12296,30	14180,53	16171,96	18997,89	21221,10
Gastos Financieros						
Intereses sobre prestamos		4200,00	3538,88	2798,42	1969,11	1040,29
Utilidad antes de Partcip. Impto.		8096,30	10641,65	13373,54	17028,78	20180,81

15% Participación de Trabajadores		1214,45	1596,25	2006,03	2554,32	3027,12
Utilidad antes de Impuestos		6881,86	9045,40	11367,51	14474,47	17153,69
Impuesto a la Renta (22%)		1514,01	1989,99	2500,85	3184,38	3773,81
Utilidad Neta		5367,85	7055,41	8866,66	11290,08	13379,88
(+) Depreciación y amortización intg.		1884,20	1884,20	1884,20	1162,60	1162,60
(-) Amortización		5509,34	6170,46	6910,92	7740,23	8669,05
Flujo del Inversionista		1742,71	2769,15	3839,94	4712,45	5873,43
(-) Capital de Trabajo	15000,00					
(-) Inversion inicial	11641,00					
(+) Prestamos bancarios	35000,00					
(+) Valor de desecho						6489,20
Flujo Total	8359,00	1742,71	2769,15	3839,94	4712,45	12362,63

### 5.8. Evaluación financiera del proyecto

Tabla n° 39 Evaluación financiera del proyecto

TMAR	8,93
TIR	36%
VAN	\$ 9.953,15
RBC	\$ 2,19

Tabla n° 40 Flujo de caja Projectados

	<i>Año 0</i>	<i>Año 1</i>	<i>Año 2</i>	<i>Año 3</i>	<i>Año 4</i>	<i>Año 5</i>
Flujo de Efectivo	-8359	1742,71	2769,15	3839,94	4712,45	12362,63
Flujo de Efectivo Descontado	-8359	1599,84	2333,74	2970,86	3347,01	8060,71
<i>Flujo de Efectivo Dscetado. Acumulado</i>	-8359	1599,84	3933,58	6904,43	10251,44	18312,15

Como se puede observar en el 3 año se empieza a recuperar el capital.

### 5.9. Punto de equilibrio.

Tabla n° 41 Punto de equilibrio

Costo variable unitario	3,12
Precio	15.00
Costo Fijo	29.148,00
<b>Q (cantidad) <math>Q = CF/P - C_{vu}</math></b>	<b><math>E = CF / P - C_{vs} / P</math></b>
$Q = 29.148,00 / (15.00 - 3.95)$	$E: 29.148,00 / (15.00 - 3.95) / 15.00$
$Q = 2.453,53$	$E: 36.803,03$

*Elaboración: Autoras del proyecto.*

### **5.10. Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera**

Al realizar este plan financiero se obtuvieron los siguientes resultados.

1. Matesanía S.A. se financiará mediante un crédito que representa el 70% de inversión, por lo tanto el 30% será el porcentaje aportado por los socios.
2. Una vez concluido el análisis financiero, los datos arrojaron una viabilidad del proyecto quedando reflejado el TIR, TMAR y el VAN de la siguiente manera:

**TMAR:** 11,12%    **TIR:** 36%    **VAN:** \$ 9.953,15

## CONCLUSIONES.

En la elaboración de este proyecto se ha concluido en lo siguiente:

- Este proyecto se desarrolló para dar a conocer un producto creativo que es amigable con el ambiente y de múltiples usos.
- La investigación de mercado arrojó resultados positivos para comercializar las artesanías de mate, tomando en cuenta el alto índice de demanda insatisfecha en el país de destino.
- Mediante el plan de marketing impulsaremos el producto participando de ferias internacionales que impulsan el desarrollo de las artesanías.
- En el plan técnico y organizacional se determinó la capacidad de producción anual, la logística necesaria para que el producto llegue al país de destino, el personal requerido para la ejecución de la empresa.
- El plan financiero obtuvo resultados positivos que indican que la ejecución del proyecto sería rentable, viable y factible.

**RECOMENDACIONES.**

- ❖ Realizar ferias internacionales de artesanías para dar a conocer toda la información referente al producto, y así facilitar el acceso a otros mercados.
  
- ❖ Captar el mercado europeo, una vez que Matesanía logre un posicionamiento en el mercado de Madrid, España. Ya que países como Francia, Alemania, Reino Unido, entre otros, son los mayores importadores de artesanías del mundo, que puede resultar una buena alternativa en la diversificación de las exportaciones.
  
- ❖ Mantener los niveles de producción estimados por cada año para así contar como lo ingresos proyectados y alcanzar los rendimientos esperados, la que permitirá invertir en maquinarias que agilicen la producción de las artesanías.

## Bibliografía

- Actividades economicas. (12 de 2012). Obtenido de <http://www.actividadeseconomicas.org/2012/12/actividades-economicas-de-espana.html>
- Banco Central de Ecuador. (2016). [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec).
- Comercio . (2016). Obtenido de [http://www.comercio.gob.es/es-es/noticias/Paginas/comex\\_201608.aspx?nav=/es-es/noticias&titulo=Las%20exportaciones%20crecen%20un%201,3%%20y%20el%20d%C3%A9ficit%20retrocede%20un%2031,6%%20en%20el%20acumulado%20enero-agosto%202016](http://www.comercio.gob.es/es-es/noticias/Paginas/comex_201608.aspx?nav=/es-es/noticias&titulo=Las%20exportaciones%20crecen%20un%201,3%%20y%20el%20d%C3%A9ficit%20retrocede%20un%2031,6%%20en%20el%20acumulado%20enero-agosto%202016)
- Datos Macro . (2016). Obtenido de <http://www.datosmacro.com/comercio/balanza/espana>
- Datos Macro. (2016). Obtenido de <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/espana>
- Ecuadorianhands. (02 de 07 de 2013). Obtenido de <http://www.ecuatorianhands.com/blog-es/2013/07/02/ecuador-pais-de-artesantias/>
- Instituto Nacional de Estadísticas España. (s.f.).
- Locuraviajes. (s.f.). Obtenido de <http://locuraviajes.com/mapa-politico-espana/>
- Mapsforworld. (s.f.). Obtenido de [www.mapsofworld.com](http://www.mapsofworld.com)
- Mequieroir. (s.f.). Obtenido de <http://www.mequieroir.com/paises/espana/emigrar/descripcion/gobierno/>
- Monografías. (s.f.). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos36/el-ecuador/el-ecuador.shtml>
- Oanda. (2017). Obtenido de [www.oanda.com/lang/es/currency/convert/](http://www.oanda.com/lang/es/currency/convert/)
- Portal Santander Trade. (s.f.). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/politica-y-economia>
- Portal Santander Trade. (s.f.).
- PROECUADOR. (s.f.).
- Proecuador. (2015). *Ficha Técnica de España*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/Ficha-T%C3%A9cnica-Espa%C3%B1a-FEB-2016-nuevo-formato.pdf>
- Proecuador.gob.ec. (s.f.). [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec). Obtenido de [www.proecuador.gob.ec](http://www.proecuador.gob.ec): <https://www.proecuador.gob.ec>
- Red2000. (s.f.). Obtenido de <http://www.red2000.com/spain/madrid/1madrid.html>



Trademap. (2015). Obtenido de [www.trademap.com](http://www.trademap.com)

wikipedia. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Madrid>

Wikipedia. (s.f.). Obtenido de  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Ciencia\\_y\\_tecnolog%C3%ADa\\_en\\_Espa%C3%B1a](https://es.wikipedia.org/wiki/Ciencia_y_tecnolog%C3%ADa_en_Espa%C3%B1a)

Wikipedia. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Madrid>

World Bank. (2016). Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/politica-y-economia>

<http://repositorio.espe.edu.ec:8080/bitstream/21000/3359/3/T-ESPE-031189.pdf>

<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=4BE70AEA-5EC4-44D6-8FDA-E5F1A1B35F18.PDF>

[file:///C:/Users/HP/Downloads/DAX2016651755%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/DAX2016651755%20(1).pdf)

<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/03/Ficha-Comercial-Espa%C3%B1a-Mar-2014.pdf>

<http://www.salariominimo.es/>

<http://repositorio.espe.edu.ec:8080/bitstream/21000/3359/3/T-ESPE-031189.pdf>

<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=4BE70AEA-5EC4-44D6-8FDA-E5F1A1B35F18.PDF>

<http://www.trademap.org/Index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>

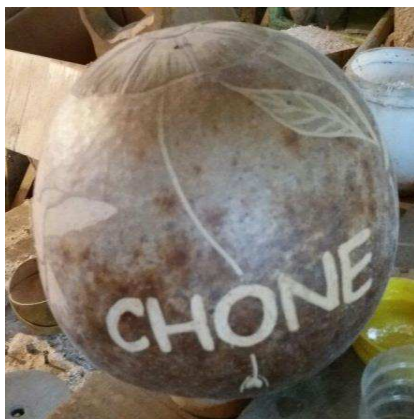
*Arqueólogo Boris Zambrano Cabrera (Arte-Nuestro)*

Anexos



Arqueólogo Boris Zambrano  
Cabrera (Arte-Nuestro)

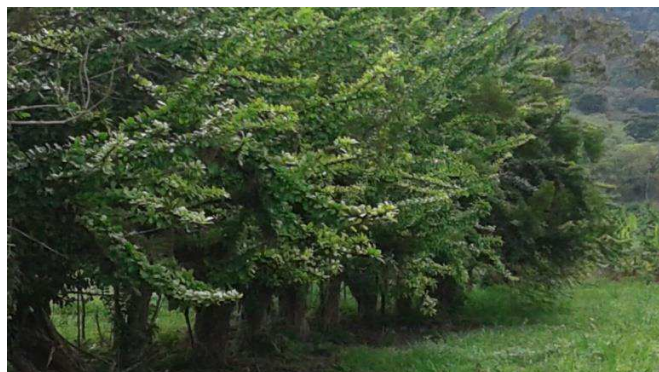
Chone – Manabí





*Feria de artesanías*  
*Arqueólogo Boris Zambrano*  
*Cabrera (Arte-Nuestro)*  
*Chone – Manabí*





*Lagenaria Sicerania - Crescentia Cujete*

*Chone – Manabí*



