



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**TEMA:**

**Estudio de Factibilidad para la Exportación de Sombreros de Paja Toquilla a  
los Emiratos Árabes Unidos - Dubái**

**AUTORAS:**

**Andrade Fernández, Laura Cristhina  
Quille Vanegas, Vanessa Laura**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES  
BILINGUE**

**TUTOR:**

**Coello Cazar David, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**27 de agosto del 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Andrade Fernández Laura Cristhina y Quille Vanegas Vanessa Laura**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera en comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

**TUTOR**

f. \_\_\_\_\_  
**Coello Cazar David, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_  
**Knezevich Pilay Teresa, Mgs.**

**Guayaquil, 27 del mes de agosto 2018**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Andrade Fernández Laura Cristhina**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Estudio de Factibilidad para la Exportación de Sombreros de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos – Dubái** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 27 de Agosto del 2018**

**AUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Andrade Fernández Laura Cristhina**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Quille Vanegas Vanessa Laura**

#### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Estudio de Factibilidad para la Exportación de Sombreros de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos – Dubái** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 27 de Agosto del 2018**

**AUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Quille Vanegas Vanessa Laura**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

### **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Andrade Fernández Laura Cristhina**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de Factibilidad para la Exportación de Sombreros de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos – Dubái**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 27 de Agosto del 2018**

**AUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Andrade Fernández Laura Cristhina**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

### **AUTORIZACIÓN**

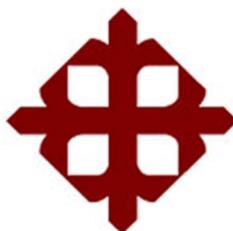
**Yo, Quille Vanegas Vanessa Laura**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de Factibilidad para la Exportación de Sombreros de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos – Dubái**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 27 de Agosto del 2018**

**AUTORA**

f. \_\_\_\_\_  
**Quille Vanegas Vanessa Laura**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**Knezevich Pilay Teresa, Mgs.**  
DIRECTORA DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

**Coello Cazar David, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA

f. \_\_\_\_\_

**Echeverría Bucheli Mónica Patricia**  
OPONENTE

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Trabajo de Titulación Andrade - Quille.docx (D41035224)  
**Submitted:** 8/29/2018 6:19:00 PM  
**Submitted By:** david.coello@cu.ucsg.edu.ec  
**Significance:** 3 %

### Sources included in the report:

TESIS DE LOURDES Y DIANA FINAL.docx (D15063009)  
Trabajo Titulacion.docx (D25910566)  
Trabajo Titulacion.docx (D25915033)

### Instances where selected sources appear:

10

## **Agradecimiento**

A Dios por darme vida para culminar ésta meta con alegría.

A mi madre por su amor incondicional, por su rotundo apoyo, por ser mi fuente principal de energía y por todo su esfuerzo para que hoy me convierta en una profesional.

A mi padre por sus consejos, su motivación constante, por enseñarme a creer en mi misma y por dedicarme lo más valioso, su tiempo en educarme y hacer de mi la persona que hoy soy.

A mi hermano por su amor infinito, por su entrega total, por siempre ayudarme en lo que necesito, por darle solución a mis problemas y por haber sido el nexo para desarrollar investigaciones en estos años de estudio.

A mi compañera de tesis por su amistad, esfuerzo, paciencia y compromiso, sin ella este camino no hubiese sido el mismo, gracias Vanessa, eres un ángel terrenal.

A mis compañeros de aula por siempre ayudarme y tenderme una mano cuando lo necesité, gané grandes amigos.

A mis profesores por su significativo aporte en estos años, por haber hecho del aula de clases no solo un lugar de aprendizaje sino también de crecimiento personal.

A mi tutor de tesis Ec. David Coello Cazar, gracias por su inmensurable aporte en éste trabajo de titulación, por su entusiasmo, por su compromiso e infinita paciencia. Ha sido un privilegio contar con la dirección del mejor.

## **Dedicatoria**

A Dios y a mi familia en especial a mi abuelito Heráclito Andrade Díaz, quien hoy fuese el ser más feliz con éste logro y a mis sobrinos Heráclito y Nohelia que me inspiran a ser mejor

Laura Cristhina Andrade Fernández.

## **Agradecimiento**

No existe forma de expresar la inmensidad de mi agradecimiento primero a Dios por tenerme con vida hasta el día de hoy y luego a mis padres por enseñarme y direccionarme por el camino correcto, el estudio es lo más importante y valioso que los padres pueden inculcar a sus hijos y es gracias a ellos que hoy puedo culminar con tanta felicidad esta meta y honrarlos con orgullo de saber que soy una profesional. Gracias a mis profesores de clase que han dedicado su tiempo a la enseñanza y formación de la nueva generación, sin ellos no existiría una entidad educativa. Gracias a mi tutor quien estuvo compartiendo sus conocimientos y direccionándonos en todo este trabajo de titulación. Gracias a mis compañeros de clase con quienes disfrute cada semestre y conocí grandes amistades como Daniela y Laurita a las cuales quiero muchísimo, agradezco también a mi novio por el apoyo incondicional y a su familiar que aportó bastante para que éste trabajo de titulación se realizara con éxito.

## **Dedicatoria**

Dios en primer lugar por sobre todas las cosas, a mi padre por estar apoyándome en los estudios y a mi madre por darlo todo desde que nací, a mi hermana por ser ejemplo, a mi familia y a mi futura generación.

## ÍNDICE

Capítulo I: Aspectos Generales del Trabajo de Titulación .....	3
Antecedentes .....	3
Justificación .....	5
Planteamiento y Formulación del Problema .....	6
Planteamiento del problema.....	6
Formulación del problema.....	7
Objetivo General y Objetivos Específicos.....	7
Objetivo general.....	7
Objetivos específicos.....	7
Delimitación.....	7
Limitaciones.....	8
Capítulo II: Marco Conceptual, Referencial y Metodológico del Trabajo de Titulación .....	9
Marco Conceptual.....	9
Teorías sobre las que se basa el trabajo.....	9
Definición de términos.....	10
Marco Referencial.....	11
Marco Metodológico .....	14
Enfoque.....	14
Alcance.....	14
Diseño.....	15
Metodología para obtener y procesar información secundaria.....	15

Población .....	16
Instrumentos de recogida de información. ....	17
Herramientas para procesar información de campo. ....	18
Capítulo III: Factibilidad de Mercado .....	19
Análisis PESTA del mercado de Sombreros de Paja Toquilla .....	19
Político-Legal. ....	19
Económico. ....	20
Tecnológico. ....	23
Ambiental.....	23
Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter de la Industria de Sombreros de Paja Toquilla .....	23
Amenaza de nuevos entrantes. ....	23
Poder de negociación de proveedores. ....	24
Poder de negociación de consumidores. ....	24
Amenaza de productos sustitutos.....	25
Nivel de rivalidad de competidores directos. ....	25
Análisis del Comercio Internacional de Sombreros de Paja Toquilla y Productos Similares.....	26
Estudio del segmento de mercado.....	33
Capítulo IV: Factibilidad del Estudio Organizacional y Técnico .....	34
Estudio Organizacional.....	34
Análisis de la Cadena de Valor de la Empresa.....	37
Estudio Técnico .....	38

Estudio Financiero.....	41
Conclusiones y Recomendaciones .....	60
Conclusiones .....	60
Recomendaciones .....	61
Referencias .....	62
Apéndices.....	68

## RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como propósito determinar la factibilidad para la exportación de sombreros de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos-Dubái. Bajo la premisa de cumplir con el propósito de este proyecto se decide elaborar cinco capítulos en los cuales se analizan aspectos generales, marco conceptual, referencial y metodológico, factibilidad de mercado, factibilidad del estudio organizacional y técnico y factibilidad del estudio financiero. La metodología empleada para este trabajo tuvo un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo lo cual se aplicó para investigar y analizar datos estadísticos, entrevistas exhaustivas y revisión de archivos oficiales. Por otra parte, la información era escasa y se aplicó un alcance exploratorio para de ésta manera conocer las posibilidades de inmersión de los sombreros de Paja Toquilla en Emiratos Árabes Unidos-Dubái. Por el límite de tiempo establecido no se pudo poner en marcha el presente proyecto por lo cual se denominó un diseño no experimental. Se concluye que el proyecto es factible porque en el ámbito cultural el mercado no tiene ninguna costumbre que prohíba el uso de sombreros de paja toquilla, existe poder adquisitivo para comprar el bien, el proveedor cuenta con capacidad de producción para satisfacer la demanda y en lo que a factibilidad financiera se refiere el retorno cumple con la expectativa.

*Palabras Claves: Sombrero, paja toquilla, cultura, factibilidad, exportación, calidad.*

## **ABSTRACT**

The purpose of this Project is to determine the feasibility of exporting Toquilla Straw Hats to the United Arab Emirates- Dubái. Under this premise of achieve the purpose of this project, it is decided to elaborate five chapters in which it is analyzed the general aspect, conceptual, referential and methodological framework, market feasibility, feasibility of the organizational and technical study and feasibility of the financial study. The methodology used in this work had a mixed approach, it means, qualitative and quantitative was applied to investigate and analyze statistical data, exhaustive interviews and review of official files. On the other hand, as this topic is not a priority in terms of acceptance level in the Emirati market, the information wasn't available so it was applied an exploratory scope in order to know the possibilities to introduce the toquilla straw hats in this market. Due to the limit time established, the present project could not be implemented so that's why it was determined as a non-experimental design. The reliability and validity of this study is based on the instruments used through the investigation and linked with a good contact as the commercial director of PROECUADOR in Dubái that helped with the information needed based on the descriptive- analytical methodology to conclude the project and confirm that it is feasible.

*Palabras Claves: Hats, Toquilla Straw, Culture, feasible, exportation, quality.*

## INTRODUCCIÓN

En el siguiente proyecto se dará a conocer la factibilidad para la Exportación de Sombreros de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos – Dubái. Éste estudio tiene proyecciones a cinco años para lo cual se procederá a analizar datos históricos publicados por diferentes entidades como Corporación Nacional Financiera, Banco Central del Ecuador y agrupaciones dedicadas a la actividad de producción y comercialización de sombreros de paja toquilla.

Asimismo, se llevará a cabo un estudio técnico de mercado para conocer el comportamiento del cliente, su entorno y poder adquisitivo, para de esta manera satisfacer eficazmente sus exigencias y posicionar el producto en el país destino.

En la actualidad el Ecuador se encuentra impulsando al sector exportador a realizar ésta actividad potencialmente mediante asesoría para el proceso y facilidad en el financiamiento todo esto por medio de entidades públicas que favorecen el comercio internacional con programas ágiles.

Históricamente, Ecuador ha presentado déficit en la Balanza Comercial, esto se debe a que los productos tradicionales exportados como el banano, café, cacao no poseen ningún tipo de valor agregado y en lo que a importaciones se refiere, las cifras son totalmente elevadas porque ingresan productos transformados, elaborados con importante valor agregado entre lo más notable está; tecnología, por este motivo éste trabajo de titulación se enfoca en la visión de promover la exportación de productos no tradicionales como el sombrero de Paja Toquilla que por ser Patrimonio Cultural Inmaterial de la humanidad, tener un toque de elegancia y plus por ser elaborado a mano puede ser comercializado exitosamente y causar un impacto positivo en la Balanza Comercial.

## **Capítulo I: Aspectos Generales del Trabajo de Titulación**

### **Antecedentes**

Los sombreros de Paja Toquilla son reconocidos por su textura, calidad y elegancia que adoptaron con el pasar de los años. Es importante conocer que el origen de estos sombreros se da en la costa ecuatoriana, donde sus principales cultivos son en las provincias del Guayas, Manabí y Santa Elena, sitios que gracias a su ambiente húmedo favorecen el crecimiento de la *Carludovica Palmata*, más conocida como paja toquilla (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, 2018).

La confección y uso del sombrero se remonta en los antepasados en donde las culturas precolombinas como: la cultura Manteña, Huancavilca, Chorrera, Jama Coaque, Caras y entre otras tuvieron pericia para tejer este fino accesorio. Tanto así que llegó a extenderse hasta una parte de la región Sierra, en las provincias de Azuay y Azogues en el año 1835. En ese año se crea la visión de un proyecto ambicioso de dar a conocer el sombrero de Paja Toquilla al exterior, conformado por María Natividad Delgado y Manuel Alfaro quienes luego de haber sido socios, contrajeron matrimonio y concibieron a Eloy Alfaro, expresidente de la República del Ecuador. El proyecto de exportar los sombreros toma forma a partir de la época en la que se empezó a construir el canal de Panamá, mismo que se enfrentó a muchas adversidades y una de ellas fue la evidente molestia que causaba a los obreros incomodidad debido a los intensos rayos ultravioletas en la que se requería protección para que la vista y la piel no se irriten. Este plan de negocio pudo llevarse a cabo por la relación que tenía Manuel Alfaro y el francés Ferdinand de Lesseps, creador del canal de Panamá (Ministerio de Turismo, 2014).

Anterior a la exportación al canal de Panamá, en el año 1855 en París se inauguró una importante exhibición de los sombreros de Paja Toquilla realizada por el francés Philippe Raimondi, que estuvo presente en Panamá con una colección de sombreros de paja toquilla, producidos en Manabí. Este producto tuvo un impacto especial en los europeos debido a la elegancia del sombrero. Además, el emperador de Francia Napoleón III recibió como obsequio un fino sombrero que lo lució en la feria, y creó expectativa a las personas a tal punto de aspirar la obtención del mismo. Sin duda Napoleón III fue un canal de publicidad amplio ya que al ser un personaje público y utilizar el sombrero que se le obsequió, le dio realce al mismo, en el cual causó total

interés en los presentes de tal manera que no hubo quien no preguntase la proveniencia de éste notorio accesorio (Ministerio de Turismo, 2014).

Luego de varios años el sombrero vuelve a mostrarse en una celebridad muy importante como lo fue el presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, Teodoro Roosevelt quien en 1906 visita Panamá para realizar una inspección del canal que se estaba construyendo, su visita la realizó usando un sombrero de Paja Toquilla obsequiado por Manuel Alfaro y desde ese entonces el nombre “Panamá Hat” en los sombreros ecuatorianos quedó plasmado erróneamente (Ministerio de Turismo, 2014).

Como se mencionó en la parte superior, el sombrero tomó fama por las celebridades quienes lucieron este lujoso accesorio provocando la adquisición del mismo por las personas, la demanda se incrementó a tal punto que el sombrero de Paja Toquilla llegó a ser el número uno en productos exportados del Ecuador entre el año 1940 y 1953 (Ministerio de Turismo, 2014).

Luego de ese auge, la exportación comenzó a decaer porque se empezó a dejar a un lado la moda del sombrero y se empezó a perder la costumbre, sin embargo la producción no se detuvo, más bien, se conservó y se transmitió de generación en generación hasta la actualidad.

El cinco de diciembre del 2012 ocurre un hecho trascendental en la historia del sombrero de paja toquilla, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura [UNESCO], reconoció a ésta prenda de vestir como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por tejerse con fibras de una palmera (UNESCO, 2012).

En la actualidad las exportaciones del sombrero de Paja Toquilla han ido fluctuando de manera volátil, a lo largo del proyecto se muestran las figuras en las que se registran los resultados de los últimos ocho años. Una de las ventajas para el estudio de factibilidad de exportación de sombreros de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos- Dubái es que el gobierno ha estado trabajando en los últimos años en una serie de programas para construir la marca país en el mercado exterior la cual le da representatividad a los productos ecuatorianos y crea la oportunidad de cumplir los cuatro objetivos que son: incrementar las exportaciones, crear nuevos exportadores, diversificar las exportaciones, contar con mayor número de empresas exportadoras en diferentes espacios (Meléndez, 2016).

## **Justificación**

El presente proyecto busca la oportunidad de ingresar al mercado de los Emiratos Árabes Unidos [EAU] - Dubái, en donde se crea una idea visionaria para hacer reconocer a Ecuador como la principal y única matriz productiva del sombrero de Paja Toquilla que confecciona los mejores sombreros finos en el mundo. De concretarse el estudio en una fase de implementación, se contribuye a formar fuentes de trabajo estables, impulsar la producción del sombrero en los ecuatorianos para que estén inmersos en todo el proceso desde la producción hasta la exportación.

Una de las oportunidades que se busca para el país, es de abrir lazos de negocios a otros países, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras [PRO ECUADOR], estableció una alianza con la Compañía Bait Al Arab en la que el director mencionó que se encuentra agradecido con Pro Ecuador por abrir las puertas a exportadores del Sombrero de Paja Toquilla. (Armendariz, 2015)

En EAU- Dubái, mercado de destino, se encuentra la compañía Bait Al Arab, que es un grupo empresarial que ofrece múltiples productos. Uno de ellos son las artesanías hechas a mano y en una entrevista el director de la compañía expresó ante la oficina comercial de Ecuador en Dubái que el interés en establecer lazos de negociación con Ecuador es de gran estima y de esta forma se incentiva la compra-venta de sombreros de Paja Toquilla en un mercado que es plataforma y puerta de entrada a llamativas negociaciones con diferentes consumidores que estarán atraídos en adquirir esta distinguida prenda de vestir tanto para su propio uso o venta del mismo (Dunia, 2018).

Un aspecto que se debe resaltar sobre la importancia a desarrollar en este trabajo de titulación es que, además de la historia de exportación de productos como petróleo, banano, camarón, flores, café y cacao, existe una variedad de materia prima no tradicional como la Paja Toquilla con la que se elaboran diferentes productos como sombreros. Al comercializarlos internacionalmente en gran volumen, se logrará aportar con una de las metas establecidas según el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 que indica que se debe “Aumentar el valor de las exportaciones no tradicionales de USD 295 a USD 375 per cápita al 2021” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p.83).

Finalmente, se resalta la importancia de establecer relaciones comerciales en diferentes partes del mundo, de manera que se diversifican los lugares de destino de exportación para que no exista dependencia de una sola economía. Como mencionó

Alejandro Hernández Sotelo “Las ganancias de unos pueden compensar las pérdidas de otros” (Sotelo, 2013).

## **Planteamiento y Formulación del Problema**

### **Planteamiento del problema.**

El sombrero de Paja Toquilla es considerado como un accesorio fino por quienes tienen conocimiento de sus raíces y por parte de personas en la actualidad que conocen de los diferentes tipos de calidad de sombreros de Paja Toquilla que se pueden encontrar a partir de precios bajos o sumamente elevados, el valor de esta prenda de vestir depende de muchos factores que intervienen en el proceso de la confección del sombrero.

Este accesorio no solo genera la satisfacción de un deseo al usarlo sino también cubrir una necesidad como por ejemplo: proteger la cabeza y el rostro de los rayos ultravioleta. El material con el que está elaborado proviene de una planta llamada *Carludovica Palmata*, la cual genera frescura al momento de usar el sombrero; sea en días cálidos, húmedos, secos o templados.

El presente proyecto busca determinar la factibilidad de la exportación del sombrero de Paja Toquilla a los EAU enfocado en una de las principales ciudades como es Dubái, sitio en el cual se recibe millones de turistas anualmente, lo que pone éste tipo de artesanía como un foco de atención para los visitantes; no solo por su atractivo de confección a mano en los que se observan diferentes estilos y colores sino también porque en el clima caliente que ellos manejan, las personas que les gusta vestir bien buscan algo que los mantenga frescos, cómodos y a su vez los proteja del sol.

Las características antes mencionadas del sombrero son poco conocidas en lugares como los EAU-Dubái, pero lejos de ser una desventaja, se analiza la oportunidad de exportar los sombreros de Paja Toquilla hacia una gran potencia, si se toma en cuenta que se tiene el apoyo del personal que trabaja en las oficinas de Dubái según Mario Vallejo, el cual es el actual director comercial de PROECUADOR (Pérez, 2017).

Se considera al sombrero de Paja Toquilla como un lujo ecuatoriano y por otro lado a los EAU-Dubái, como una ciudad de lujo establecida como principal opción para insertar en su mercado productos artesanales que destacan las diferentes habilidades manuales y artísticas que desarrollan países que no cuentan con la misma potencialidad de los EAU pero que va acorde al concepto que mantiene del buen gusto y elegancia.

Las exportaciones de sombreros de Paja Toquilla de Ecuador a otras partes del mundo han ido decreciendo con los años. Según datos de Trade Map en el 2017 se exportó USD 7.208.000 desde enero a diciembre, en comparación al año 2016 que fue de USD 9.492.000 bajo la partida arancelaria 65040000 (International Trade Centre, 2018).

Las cifras mencionadas en los años han disminuido por lo que se necesita incentivar más el comercio exterior en este rubro y de esa manera recuperar el crecimiento continuo de la exportación de sombreros de Paja Toquilla que existió entre el año 2013 y el año 2016.

### **Formulación del problema.**

En base al Planteamiento del Problema desarrollado en el punto anterior se formula la siguiente pregunta ¿Qué factores influyen en el estudio de factibilidad para la exportación de sombreros de Paja Toquilla a los EAU-Dubái?

### **Objetivo General y Objetivos Específicos**

#### **Objetivo general.**

Determinar la factibilidad para la exportación de sombreros de Paja Toquilla a los EAU- Dubái.

#### **Objetivos específicos.**

- Desarrollar el marco conceptual referencial y metodológico para exportación de sombreros de paja toquilla.
- Realizar el estudio de mercado para exportación de sombreros de paja toquilla.
- Desarrollar la factibilidad del estudio organizacional.
- Analizar la factibilidad financiera del proyecto.

### **Delimitación**

El presente proyecto se realizó en algunos sitios del país ya que la procedencia, elaboración y exportación son propios de Montecristi, Cuenca y Guayaquil por lo cual no es posible hacerlo desde un punto en específico. Se consideró la experiencia y conocimiento de los vendedores de sombreros de Paja Toquilla a las PYMES que se visitó.

Se realizó los siguientes estudios para conocer los factores que determinan la factibilidad para la exportación de sombreros de Paja Toquilla a EAU-Dubái:

- Estudio Legal.
- Estudio Comercial.

- Estudio Logístico.
- Estudio Financiero.

El producto se dirige a hombres y mujeres mayores a 16 años, los cuales poseen un concepto más amplio en confección, gustos y preferencias, para un mercado medio alto y alto que tenga el poder adquisitivo para comprar el bien ofrecido.

La investigación que se llevó a cabo, enmarca los tiempos que se toma en la producción del sombrero de Paja Toquilla hasta el momento en que se realiza la exportación del producto. Con respecto al mercado al cual va a ingresar el sombrero, hay un empresario que se encarga de importar el producto y comercializarlo en el área.

### **Limitaciones**

Una de las principales limitaciones es la concordancia de la información publicada o disponible. Varias fuentes oficiales, registran y presentan diferente información de la historia del sombrero de paja toquilla.

Las entrevistas realizadas a los representantes de Ecuador en oficina comercial de Dubái fueron complicadas debido a zonas horarias.

Obtener más de un comprador fijo para los sombreros de paja toquilla.

## **Capítulo II: Marco Conceptual, Referencial y Metodológico del Trabajo de Titulación**

### **Marco Conceptual**

#### **Teorías sobre las que se basa el trabajo.**

La siguiente investigación se basa en varias teorías que se han analizado y a su vez elegido para desarrollar el estudio de factibilidad para la exportación de sombreros de Paja Toquilla a EAU-Dubái.

#### ***Teoría de la Firma.***

En la Teoría de la Firma Pindyck y Rubinfeld (2009) explicaron lo siguiente con respecto al comportamiento de las empresas y sus supuestos:

Las empresas tratan de maximizar los beneficios, sujeto a variables como la cantidad de producción, los costos, el precio del producto y el tipo de mercado en el que se desempeña la firma. La teoría utiliza este supuesto para explicar cómo eligen las empresas las cantidades de trabajo, capital y materias primas que utilizan para producir, así como la cantidad de producción que obtienen. También explica por qué dependen estas elecciones de los precios de los factores, como el trabajo, el capital y las materias primas, y de los precios que pueden cobrar las empresas por sus productos. Las teorías económicas también sirven de base para realizar predicciones. Así, la teoría de la empresa nos dice si el nivel de producción de una empresa aumentará o disminuirá si suben los salarios o si baja el precio de las materias primas. (p.42).

#### ***Teoría de la Conducta de los Consumidores.***

Esta teoría se basa en tres elementos básicos que ayudó a comprender mejor la conducta de los consumidores y explicó cómo asignan estos la renta al momento de comprar bienes y servicios para maximizar su bienestar. A continuación, los tres elementos básicos son: las preferencias de los consumidores, que consiste en explicar las razones por las cuales las personas deciden comprar un bien o servicio, las restricciones presupuestarias en la que el consumidor considera los precios al momento de comprar ya que tienen una renta limitada que restringe las cantidades de bienes o servicios a comprar y las elecciones de los consumidores, dadas las preferencias y las

restricciones presupuestarias. Con estos tres elementos se puede averiguar cómo elige cada consumidor la cantidad que va a comprar de cada bien para maximizar su satisfacción con el presupuesto limitado que cuenta (Pindyck & Rubinfeld, 2009).

### ***Teoría de la Ventaja Absoluta.***

Esta teoría se basa en que los países tomen ventaja de los recursos con los que cuentan y de esa manera tengan un crecimiento en su economía. Según Adam Smith citado por Fernando Larrea (2013) sostuvo que:

El mercado es el único mecanismo de regulación económica y que en lo relativo del comercio internacional elabora la teoría de ventaja absoluta la cual establece que un país debe especializarse en producir la mercancía en la que cuente con ventaja absoluta frente a otros países, es decir, debe dedicarse a producir aquellos bienes cuyo costo promedio de producción sea menor en el país respecto a los demás potenciales oferentes.

Cada teoría ayuda al desarrollo del proyecto, en el capítulo IV la teoría de la firma se toma en cuenta al inicio de la creación de la empresa y la internacionalización, Además, se consideran los tiempos en que se producen los sombreros y su exportación, la teoría de consumidor en cambio se direcciona al cliente que está en la capacidad de comprar un sombrero fino y la teoría de la ventaja absoluta también aporta en todo el proyecto por ser un producto único del país y exportarlo a EAU- Dubái de manera que al final del proyecto se alcance una respuesta óptima y concluir si es factible la exportación de los sombreros de Paja Toquilla al mercado mencionado.

### **Definición de términos.**

**Carludovica Palmata**, es una especie neo-tropical generalizada sin amenazas conocidas y una ecología robusta, encontrándose a menudo en vegetación degradada o secundaria; También se cultiva extensivamente en plantaciones comerciales para su uso en la fabricación de sombreros de Panamá y no está bajo ninguna amenaza de la extinción (Brummitt, 2013).

**Tongo**: se refiere a la agrupación de 112 tallos de Paja Toquilla seca (trabajadores de la zona).

**Cogollo**, es la parte exterior de las hojas tiernas de la Paja Toquilla que es de color verde y su centro de color marfil o blanco perla y es la parte de la que se obtiene la fibra (Jiménez, 2004).

**Desvenado**, la palabra se debe a la acción de retirar los bordes gruesos externos de la fibra y dejar solo la parte interior de color ligero y más tierno (Bedón, Benavides, & Sigcha, 2014).

**Tarja**, son agujas adheridas a un mango de madera, esto es un instrumento de trabajo que usan los artesanos para realizar el desvenado de la palma (trabajadores de la zona).

**Sahumado**, es cuando la paja pasa por el proceso de blanqueado el cual lo hacen dentro de un cuarto y ubican un recipiente de azufre y carbón (Bedón, Benavides, & Sigcha, 2014).

**Exportación**, es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2017).

**Ecuapass**, es el sistema con el cual el Servicio Nacional de Aduanas facilita los procesos de comercio exterior, refuerza y asegura el control aduanero del país ahorrando tiempo en los trámites de importación y exportación (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2018).

**Incoterms**, son los términos comerciales internacionales que definen y reparten claramente las obligaciones, los gastos y los riesgos del transporte internacional y del seguro, entre el exportador y el importador (PRO ECUADOR, 2017).

### **Marco Referencial**

**El Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones [MCEI]**, es el organismo que regula y controla todas las entradas y salidas de productos que se realizan en el país, aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo público encargado de todos los asuntos y procesos vinculados en el comercio exterior (Ministerio de Comercio Exterior , 2018).

**Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador [SENAE]**, es una entidad pública que ayuda de manera eficiente el control en el comercio internacional y nacional, promueve el comercio justo entre los comerciantes y brinda un servicio de calidad para facilitar todos los procesos y actividades a los usuarios (Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador, 2018).

**Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI]**, es expedido por el Plan Nacional del Buen Vivir con el objetivo de regular el proceso

productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2015).

**Corporación de Promoción de exportaciones e Inversiones [CORPEI]** es una agencia privada, sin fines de lucro, orientada a brindar servicios que promuevan la competitividad productiva y la mejor inserción del país y de sus empresas en los mercados internacionales (Corporación de Promoción de exportaciones e Inversiones, 2018).

**Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones [PROECUADOR]** es el encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2018).

**Ley de Defensa del Artesano**, Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieron posteriormente (Junta Nacional de defensa del Artesano, 2008).

**Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]**, es un organismo especializado del Sistema de las Naciones Unidas [ONU] que obra por crear condiciones propicias para un diálogo entre las civilizaciones, las culturas y los pueblos fundando el respeto de los valores comunes (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2009).

Esta organización crea una convención para la salvaguardia del Patrimonio cultural inmaterial y los Ministerios de la Cultura y Patrimonio; Turismo; de Industrias

y productividad; de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; de Inclusión económica y social; de Comercio Exterior; del Ambiente y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural constituyen el Comité Interinstitucional de Salvaguardia del tejido del Sombrero de Paja Toquilla en la que especifica que:

Que el numeral uno del artículo 16 de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, determina que, para dar a conocer mejor el patrimonio cultural inmaterial, se debe lograr que se tome mayor conciencia de su importancia y propiciar formas de diálogo que respeten la diversidad cultural, el comité (intergubernamental para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial), a propuesta de los Estados Partes interesados, creará, mantendrá al día y hará pública una lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad; también, en virtud a lo dispuesto en los artículos 11, 12, 13, 14 y 15 de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, referente a las funciones de los Estados Partes de la misma, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural ha diseñado la versión preliminar del “Plan de salvaguardia del tejido tradicional del sombrero de paja toquilla”; con los siguientes objetivos específicos: a) Investigar los aspectos históricos, socio-culturales y económicos en torno a la producción de materia prima, tejido del sombrero y su comercialización; b) Dinamizar, revitalizar e incentivar la transmisión de saberes y conocimientos sobre el tejido del sombrero de paja toquilla; c) Difundir el tejido tradicional del sombrero de Paja Toquilla a nivel nacional e internacional como artesanía emblemática del Ecuador; y, d) Promocionar, fomentar y proteger la producción de Paja Toquilla y la comercialización del sombrero de paja toquilla;

Vista la VII Reunión del Comité Intergubernamental para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, de cinco de diciembre de 2012, durante la cual se incluyó al “tejido tradicional del sombrero de Paja Toquilla ecuatoriano” dentro de la lista representativa del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad (Registro Oficial Ecuador, 2017).

**Ley Orgánica para el fomento productivo, atracción de inversiones, generación de empleo, y estabilidad y equilibrio fiscal**, en el capítulo II art. 20 menciona los incentivos específicos para la atracción de inversiones privadas:

Artículo 20. Exoneración del impuesto a la renta para las nuevas inversiones productivas en sectores priorizados.- Las nuevas inversiones productivas en los sectores priorizados establecidos en el artículo 9.1 de la Ley de Régimen Tributario Interno, tendrán derecho a la exoneración del impuesto a la renta por diez años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión, y que se encuentren fuera de las jurisdicciones urbanas de los cantones de Quito y Guayaquil.

Las inversiones realizadas en estos sectores en las áreas urbanas de Quito y Guayaquil podrán acogerse a la misma exoneración por 8 años. En el caso de sociedades constituidas previo a la vigencia de esta norma, la exoneración aplicará de manera proporcional al total de la utilidad del ejercicio menos la participación de trabajadores, proporcionalmente al valor de las nuevas inversiones productivas.

La mera transferencia de activos entre partes relacionadas no será considerada como nueva inversión (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2018).

## **Marco Metodológico**

### **Enfoque.**

El enfoque con el cual se desarrollará el Estudio de Factibilidad para la Exportación de Sombreros de Paja Toquilla a EAU-Dubái será mixto, lo que implica una combinación de enfoque cualitativo y cuantitativo para lo cual es necesario basar la investigación en la recolección de datos estadísticos, entrevistas exhaustivas y revisión de archivos oficiales.

### **Alcance.**

El alcance a utilizar será, por una parte, Exploratorio porque la información es escasa por lo que se tendrá que explorar mucho más sobre el tema ya que no existe una investigación precedente. Y por otra, el alcance es Descriptivo por que detalla la situación de las exportaciones de sombreros de paja toquilla.

Los estudios exploratorios se realizan cuando un tema o un problema de investigación no se ha planteado anteriormente o es poco estudiado, entonces se aplica

el estudio para obtener información más completa sobre algo (Hérrnandez, Fernández, & Baptista, 2014).

### **Diseño.**

El diseño No Experimental es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos (Hérrnandez, Fernández, & Baptista, 2014). Este diseño no influye en las personas en cuanto a sus gustos y preferencias ya que se dan en su naturaleza, depende de las personas que decidan lucir un sombrero fino de paja toquilla. A su vez hace relación con la no puesta en marcha del proyecto.

### **Metodología para obtener y procesar información secundaria.**

Es importante mencionar que la investigación que se realizó a continuación es para conocer si la exportación de los sombreros de Paja Toquilla posee buena acogida en el mercado elegido, es por eso que la metodología que se uso es descriptiva analítica ya que describe sistemáticamente los procesos de elaboración del sombrero de Paja Toquilla y a su vez ayudó a conocer la situación actual del mercado al que se va a ingresar.

El método descriptivo consiste en examinar minuciosamente una serie de variables, datos proporcionados a través de las fuentes confiables de la investigación para obtener datos precisos que sirven al desarrollo del proyecto.

Se procedió a utilizar fuentes primarias que son aquellas que llegan a la instancia inicial por medio de libros, periódicos, documentos oficiales de instituciones nacionales, informe e investigaciones de organizaciones públicas y privadas, artículos científicos o historiadores que puedan proporcionar información pertinente del tema. También de fuentes secundarias, que son las que a partir de terceras personas que no son testigos presenciales de lo ocurrido, proveen datos oportunos.

La autenticidad de la información de un proyecto se basa en qué instrumentos se utiliza a lo largo de la investigación, de eso depende la confiabilidad y validez del mismo, es por eso que se realizó entrevistas a personas que están actualmente laborando en el campo de estudio, con respecto al mercado en donde se incursionó, la información que se obtuvo, vino del director comercial de Dubái quien ayudó con datos necesarios sobre el mercado y también con la ayuda de la Oficina de PROECUADOR en Dubái.

Es así como la fuente primaria y secundaria aportan con información relevante para el presente estudio de factibilidad para la exportación de sombreros de Paja Toquilla a EAU-Dubái.

### **Población**

EAU-Dubái está ubicado en el Medio Oriente. Limita con el Golfo de Omán y el Golfo Pérsico entre Omán y Arabia Saudita. Ubicación estratégica a lo largo de los accesos meridionales al estrecho de Ormuz, un punto de tránsito vital para el petróleo crudo mundial. A continuación, se presenta información relacionada con la población de destino (Central Intelligence Agency, 2018):

**Población:** 6.072.475. La mayor parte de la población se encuentra concentrada al Noreste en la península de Musandam; los tres emiratos más grandes, Abu Dhabi, Dubái y Sharjah, acogen al 85 % de la población.

**Grupos Étnicos:** Emiratos Árabes Unidos 11.6 %, Asia meridional 59.4 % (incluye India 38.2 %, Bangladesh 9.5 %, Pakistán 9.4 %, otro 2.3%), Egipto 10.2 %, Filipinas 6.1 %, otros 12.8 %.

**Tasa de crecimiento de la población:** 2.37 %

**Tasa de natalidad:** 15.1 nacimientos / 1,000 habitantes.

**Índice de mortalidad:** 1.9 muertes / 1,000 población.

**Áreas mayormente pobladas:** Dubái 2.415 millones; Sharjah 1.279 millones; Abu Dhabi (capital) 1.145 millones.

En lo que a consumo se refiere, la Oficina Comercial de Chile-Dubái (2014) determinó que:

EAU, es un mercado relativamente pequeño, de alrededor de 6 millones de habitantes resulta muy interesante debido al alto nivel adquisitivo de buena parte de la población, al haberse convertido en el centro de compras del Golfo y por ser el más importante centro de reexportaciones y distribución de todo Oriente Medio, donde el 30 % del consumo de marcas de lujo se lleva a cabo en los malls de Dubái. Cabe destacar que EAU, y especialmente Dubái, han intensificado durante los últimos años la diversificación de su economía y la dependencia del petróleo, que intenta hacer del país un centro neurálgico a nivel árabe y mundial de las finanzas, del turismo y muchas otras más y es tal el efecto que esto ha generado que Dubái cuenta con la

mejor oferta turística de todo Medio Oriente con más 120 hoteles de cinco estrellas, además de los innumerables proyectos de arquitectura y construcción que se desarrollarán dentro de los próximos siete años, cercanos a la celebración de la expo 2020. La construcción de una infinidad de malls, de inmensas superficies, con una diversidad de tiendas y entretenimientos incluidas como es el caso del Dubái mall, considerado uno de los más grandes a nivel mundial, demuestra la importancia del consumo en el shopping. Es más, el uso de prendas de vestir y artículos relacionados se ve muy incrementada durante los meses de rebajas, denominadas Dubái Shopping Festival, este evento es organizado por el Departamento Económico de Dubái [DED] quien posee un departamento encargado de este tipo de eventos que cada día se torna más popular y con más tiendas adheridas. Finalmente, cabe mencionar que Dubái no se encuentra sometido al sistema de cuotas que limita las importaciones de textiles y confecciones, convirtiéndose en un destino de compras. Por tal motivo, dicho emirato se ha convertido en uno de los principales centros re-exportadores de mercancías procedentes de China, India e Indonesia hacia Europa, Estados Unidos e Irán (Oficina Comercial de Chile-Dubái, 2014).

#### **Instrumentos de recogida de información.**

El instrumento que se usó en el proyecto fue: entrevista a personas que actualmente viven en los EAU- Dubái, uno de ellos fue el Señor Mario Vallejo, actual director de la oficina de PROECUADOR en Dubái y luego se realizó cinco entrevistas más a personas que importan productos no tradicionales, ellos son un aporte importante para el estudio ya que se comprendió un poco el mercado de los EAU-Dubái. El número de entrevistas se determinó por el criterio conocido como Saturación. Esto quiere decir, que por cada nuevo entrevistado se comprobó si los temas fueron abordados en su totalidad. Por lo tanto, el número de entrevistados garantiza que no hay ningún otro aporte que un experto pueda hacer.

Las preguntas que se han realizado están direccionadas al ámbito comercial, técnico y productivo que son los más interesantes para el estudio de factibilidad de la

exportación del sombrero de paja toquilla, el tiempo que tomó cada entrevista fue de ocho minutos con un número de diez preguntas por persona, se aprovechó la Macrorueda de Negocios 2018 en el Centro de Convenciones de Guayaquil para realizar las respectivas entrevistas. Para conocer las preguntas que se realizaron, se adjunta un audio con los entrevistados. Ver apéndice E para sustentar la validez de la información. A continuación, los nombres de los entrevistados.

- Mario Vallejo Director de la Oficina Comercial en Dubái. (Ver apéndice D)
- Imram Khan Gerente Logístico de la compañía Black Tulip ( Flores y Plantas)
- Amit Nihalchandani comprador de la compañía Choithrams (Alimentos Procesados, Agroindustria).
- Vijay Vasnani propietario de la compañía Jaipur Star (Alimentos Procesados).

#### **Herramientas para procesar información de campo.**

Las herramientas que se utilizarán para procesar la información de campo de este proyecto será a través de:

- Análisis PEST
- Análisis PORTER
- Histogramas
- Gráficas de Barra

### **Capítulo III: Factibilidad de Mercado**

#### **Análisis PESTA del mercado de Sombreros de Paja Toquilla**

##### **Político-Legal.**

Para Ecuador, realizar convenios con Emiratos Árabes Unidos- Dubái es un gran potencial por el extraordinario poder adquisitivo y por ser un estado con bastante afluencia de personas, lo que permite al Ecuador mostrarse en diferentes regiones como Medio Oriente, África y la zona del Océano Índico (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, 2016).

La estabilidad política de EAU-Dubái ayuda a que Ecuador logre ingresar al mercado y aprovechar oportunidades con el fin de incrementar las exportaciones de productos al mercado emirato. Según mencionó Sami Al-Qamzi, el gobierno de Emiratos Árabes Unidos está interesado en abrir sus puertas a las empresas ecuatorianas para apoyarlas y facilitar los negocios entre las mismas además de hacer crecer el comercio bilateral en conjunto (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, 2016).

Hasta el momento Ecuador y Dubái han firmado dos acuerdos y un convenio que ayudan al impulso de las exportaciones:

El primer acuerdo de cooperación se firmó el nueve de noviembre del 2016 para evitar la doble tributación y evasión fiscal del impuesto a la renta con la finalidad de fortalecer las buenas prácticas y promover el intercambio económico y comercial entre ambas naciones (Ministerio de Economía y Finanzas, 2016). En el segundo acuerdo, la Aerolínea TAME EP, con el fin de expandir la capacidad del Ecuador, tuvo como iniciativa la negociación de un Acuerdo Interlineal de Pasajeros con la Aerolínea Emirates Airlines, una de las más grandes del mundo. Este acuerdo promueve el comercio para ambos países y el turismo en todo el mundo (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, 2014).

Finalmente, se ha firmado un convenio con Dubai Ports World [DP World] para obtener tarifas preferenciales en donde se brinda descuentos desde el 1 % al 56 % en el uso de las instalaciones del Puerto Jebel Ali en Dubái y asimismo puedan participar empresas ecuatorianas en importantes ferias internacionales como Gulfood, Seafex, Yummex Middle East y Global Village (PRO ECUADOR, 2017).

De igual forma, con el nuevo proyecto del puerto de Aguas Profundas en Posorja, se colocará al Ecuador como uno de los principales puertos de la Costa Oeste

de Sur América, potenciando la competitividad del país con el comercio mundial (DP World Posorja, 2018).

De acuerdo a los convenios y acuerdos que se han firmado con EAU-Dubái, para exportar los sombreros de Paja Toquilla a ese mercado, no hay barreras arancelarias que bloqueen el comercio mas bien las relaciones que se tienen entre ambas naciones son muy productivas por la cooperación que proporcionan.

### **Económico.**

EAU-Dubái posee una economía abierta con un importante superávit comercial anual y un elevado ingreso per cápita. El desempeño por la diversificación económica tiene de su lado el éxito, tanto así que es notoria la reducción de la porción del Producto Interno Bruto [PIB] del sector del petróleo y gas (Central Intelligence Agency, 2018).

Según el Banco Mundial en los datos históricos con actualización al 2016 el PIB de EAU-Dubái es de UDS 348.657, la renta per cápita de la Paridad del Poder Adquisitivo [PPA] es de USD 69.788 y la inflación es de 1.8 %. En lo que a la tasa de desempleo de la población activa total se refiere al 2017 el porcentaje es de 1,72 % y al año mencionado la balanza comercial fue de USD 8.304.969.366,92 (Banco Mundial, 2016).

En el importante desarrollo económico cabe recalcar que la creación de zonas francas ha sido de gran beneficio ya que Dubái es el emirato en el cual existen la mayor cantidad de ellas, las cuales se encargan de albergar un gran número de empresas que representan aproximadamente 21 mil USD, entonces más allá de considerar las zonas francas como un trato favorable, es la visión de evolucionar en sectores como el financiero, educación, tecnología, entre otros.

En lo relativo a la política de tipo de cambio, EAU-Dubái mantiene un tipo de cambio fijo del dirham con respecto del dólar de 1 USD equivale a 3,67 AED dirhams. Al ser una economía abierta al comercio exterior, dependiente del petróleo y parcialmente pequeña posee la ventaja de un entorno con gran certidumbre, en lo cual un cambio parece poco probable.

En lo que al comercio exterior concierne, las exportaciones para el 2017 fueron de USD 314.7 billones, es decir un 2,63 % más que el 2016 que obtuvo un total de USD 298.6 billones en exportaciones. Los principales compradores de EAU-Dubái para el año 2016, fueron India con un 9,9 %, Irán con 8,9 %, Japón con 8,8 %, Suiza con 8,5 %, Omán 5,4 % y China con un 5,1 %. Por otro lado, las importaciones han mantenido un comportamiento similar al de las exportaciones con un total de USD

241.3 billones al 2017, un 2,33 % más que el 2016 en el cual logró USD 230.3 billones en el total de importaciones. Para el periodo 2016, último dato actualizado, los principales oferentes fueron China con un 7,4 %, Estados Unidos de Norteamérica con 6,9 %, India 6,8 % y Alemania con 4,4 % (Central Intelligence Agency, 2018).

Con respecto a la relación comercial entre EAU-Dubái y Ecuador, en el 2016 se registró importaciones por un monto de USD 44.364 millones frente al 2015 que fue de USD 20.012 millones, lo que muestra un visible aumento entre ambos periodos, específicamente de un 37,83 %, lo que crea una alta expectativa para realizar la exportación de sombreros de Paja Toquilla a EAU-Dubái. Por otro lado, las exportaciones realizadas desde EAU-Dubái a Ecuador muestran en el histórico de datos que en el 2015 la cifra fue de USD 12.684 y en el 2016 de USD 7.355, una notable reducción en la cuota de importaciones de productos emiratíes. En los datos actualizados al 2017 se evidencia que existió una recuperación formidable, el valor fue de USD 13.673 (International Trade Centre, 2018).

### **Social.**

EAU- Dubái cuida de la gente primero. Es por eso que se ha implementado un Plan Estratégico para Dubái 2021 conocido por sus siglas en inglés como [DSP 2021]. Este plan visiona un futuro para que Dubái se posicione como una ciudad holística que garantiza el desarrollo integrado y completo del emirato. El plan está formado por seis temas estratégicos, que se muestran a continuación (Government of Dubai, 2018):

- La gente: Una ciudad feliz, creativa y empoderada.
  - Gente Sana, educada y culta
  - Variedad de campos productivos e innovadores
  - Gente feliz, orgullosa de la cultura
  - Piedra angular de desarrollo de Dubái en todos los campos
- La sociedad: Una sociedad inclusiva y cohesiva.
  - Una sociedad multicultural, vibrante y sostenible.
  - Una sociedad tolerante e inclusiva que abraza los valores cívicos de Dubái.
  - Familias cohesivas y comunidades que forman la base de la sociedad.
- La experiencia: el lugar preferido para vivir, trabajar y visitar.
  - Una ciudad con el mejor servicio de educación, salud y vivienda.

- Lugares de entretenimiento globalmente distintivo con una rica experiencia cultural, vibrante y activo.
  - Lugar seguro.
- El lugar: una ciudad inteligente y sostenible.
  - Proactivo y creativo
  - Sostenible e innovador en la gestión de sus recursos.
  - Transparente y confiable.
- La economía: un eje fundamental en la economía global.
  - Crecimiento económico sostenible.
  - Centro de negocios líderes en el mundo.
  - La ciudad más favorable a los negocios y un destino de inversión preferido.
- El gobierno: un gobierno pionero y excelente.
  - Ciudad inteligente, integrada y conectada.
  - Sostenible con sus recursos.
  - Los elementos ambientales son limpios, saludables y sostenibles.
  - Un entorno construido seguro y resistente.

Con respecto al reporte de Global Competitiveness 2017-2018 de la página World Economic Forum Dubái se encuentra en el ranking 33 de 137 países, en salud y educación primaria y en la puntuación seis punto tres de siete, es decir qué; Dubái se preocupa por su gente ya que mantener al personal saludable es vital para una labor eficiente así mismo como la educación básica ayuda a un excelente desenvolvimiento, con respecto a la educación superior y capacitación está en el ranking 36 y la puntuación es de cinco de siete, lo que se interpreta que la calidad de la educación y la formación profesional es muy prominente (World Economic Forum, 2017).

En el ámbito social hay que tomar en cuenta la religión, la que más predomina en los EAU es el Islam con un porcentaje del 76 %, el cristianismo 9 % entre las otras religiones como Hindú, Budismo, Judío con un 15 %. Por otro lado, la lengua oficial de la región es el árabe, seguido del persa, inglés, hindi y urdu. En lo que a las edades de la población se refiere, el porcentaje del rango más elevado esta entre la edad de 25-64 años con un 61,14 % que representado en números por géneros es 2.828.731 en hombre y en mujeres 884.233 (Central Intelligence Agency, 2018).

### **Tecnológico.**

El World Economic Forum en el artículo de cómo la tecnología digital está transformando Dubái mencionó que a partir del año 1999 Dubái comenzó su travesía con el anuncio de la primera Tecnología de Información y Comunicación [TIC], luego de la cual siguió el lanzamiento de Dubái Internet City, el gobierno electrónico de Dubái, el gobierno inteligente de Dubái y para el 2014, la iniciativa inteligente Dubái.

En la actualidad Dubái es el Emirato con el nivel más alto de adaptación de las TIC en los EAU y el objetivo impuesto para el 2021 es convertirse en una ciudad exitosa e inteligente mediante el aprovechamiento de la innovación digital.

Según el Índice de Competitividad Global Edición 2017-2018, EAU-Dubái cuenta con un elevado nivel tecnológico ya que en el ranking de 137 países se encuentra en el puesto número veinte y cuatro y sobre una puntuación de siete obtuvo cinco punto ocho lo que representa la importancia y la fuerte inversión para que EAU-Dubái a corto plazo se coloque entre los países tecnológicamente más representativos.

### **Ambiental.**

EAU-Dubái ha implementado un plan estratégico para reducir la contaminación ambiental ya que, por ser un país desarrollado con grandes estructuras y consumo de energía y agua, ha presentado una huella ecológica que afecta negativamente al ambiente. Es por eso que pretende cuidar el planeta y tomar acciones. Los sombreros son totalmente naturales que no contaminan el ambiente y en ese aspecto son una contribución al cuidado del planeta.

## **Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter de la Industria de Sombreros de Paja Toquilla**

### **Amenaza de nuevos entrantes.**

Los interesados en ésta línea de negocio para comercializar el sombrero de Paja Toquilla necesitan acercarse a las principales zonas en las cuales se confecciona y vende al por mayor éste tipo de accesorio, lo cual es totalmente simple y accesible en cuanto se tenga el capital necesario para realizar la inversión ya que la materia prima que es la carludovica palmata, planta que se siembra y crece con mayor facilidad en Manabí, específicamente Montecristi, Pile se la encuentra todo el año y en lo que a exigencias y permisos se refiere para exportar es mínimo el tiempo y el gasto. La amenaza es alta, no hay restricciones en cuanto al desarrollo de la actividad dentro del sector productivo y en la comercialización internacional.

### **Poder de negociación de proveedores.**

Ecuador es el único productor de sombreros de paja toquilla, lo cual lo denomina ícono en la exportación del producto mencionado por lo tanto debe ser el único proveedor a nivel mundial, no obstante, existen sombreros con la misma fisionomía, pero distinto acabado y materia prima que se convierten en sustitutos y provienen principalmente de países como China, Viet Nam, India, Taipei Chino, Italia. Productos que son tomados en cuenta dentro de la partida arancelaria 6504.00.00 (International Trade Centre, 2018).

Los proveedores son vendedores de sombreros de Paja Toquilla elaborados en Cuenca ya que cuentan con el mejor acabado del país. Su poder de negociación es medio-alto porque de la ciudad mencionada existe la mayor parte de comerciantes y exportadores del producto como ARTEPAT, TESSA, ASOCIACIÓN DE TOQUILLERAS y PAMAR Y COMPAÑÍA.

En lo que a forma de pago se refiere cabe recalcar que el poder es alto porque el proveedor tiene establecida ya la política interna de cobros, en este caso para que pueda empezar la producción debe estar cancelado el 50 %. A diferencia de la cantidad de sombreros a solicitar, existe flexibilidad, puede el proveedor encargarse de producir lo que el cliente necesite, claro está informando con tiempo para que pueda organizar el equipo de trabajo.

Un detalle importante a mencionar es que la elaboración de un sombrero de Paja Toquilla puede tener una duración de hasta siete meses, dependiendo de la finura del mismo, dato importante a tener en cuenta al momento de realizar una negociación con los posibles compradores.

### **Poder de negociación de consumidores.**

Entre los principales países que actualmente importan sombreros de Paja Toquilla desde Ecuador están Alemania, Estados Unidos de América, Francia, Japón, España. El poder de negociación de los clientes emiratíes con países como China es alto ya que como proveedor se encuentra más cerca del destino en comparación a Ecuador y aunque a simple vista se ve la diferencia entre los productos, el tiempo y lugar son referencias que cuentan. Sin embargo, al ser EAU-Dubái un lugar de personas que se enfocan en la calidad, elegancia y finura de los productos es muy posible que estas características destaquen al ser vistas y experimentadas (International Trade Centre, 2018).

El poder de negociación es medio alto, ya que al ser el consumidor emiratíe exquisito y exigente va a establecer ciertos parámetros en la negociación del sombrero de paja toquilla, que si bien es un accesorio de lujo y tiene establecido el precio por el tiempo y dedicación de producción al tener potenciales sustitutos, la calidad debe sobresalir. El mercado elegido para el sombrero de Paja Toquilla es EAU-Dubái enfocado a la clase social media-alta y alta, la cual tiene un poder adquisitivo superior por lo que se puede calificar como un mercado exigente en cuanto a la calidad de lo que compra.

#### **Amenaza de productos sustitutos.**

La amenaza de los sustitutos es alta, ya que si bien existen sombreros en el mercado que poseen la misma fisionomía e incluso brindan igual protección son de baja calidad e incluso sintéticos, caso específico del mayor proveedor de EAU-Dubái, China, a diferencia del sombrero de Paja Toquilla ecuatoriano que al ser elaborado de forma natural, por un proceso a mano no solo se percibe su finura sino que es referente de comodidad, cabe recalcar que el sombrero de Paja Toquilla que se ofrece tiene como característica principal la calidad, cultura y el fino acabado, con el valor agregado de su durabilidad que como mínimo, la vida útil es de cinco años (PROECUADOR, 2018).

#### **Nivel de rivalidad de competidores directos.**

El nivel de rivalidad en cuanto a la exportación de sombreros de Paja Toquilla a EAU-Dubái es baja porque no hay un producto que se iguale al sombrero de Paja Toquilla y por el momento no hay una empresa específica que realice exportaciones a ese mercado.

## Análisis del Comercio Internacional de Sombreros de Paja Toquilla y Productos Similares

Exportaciones. Mayores exportadores a nivel mundial.

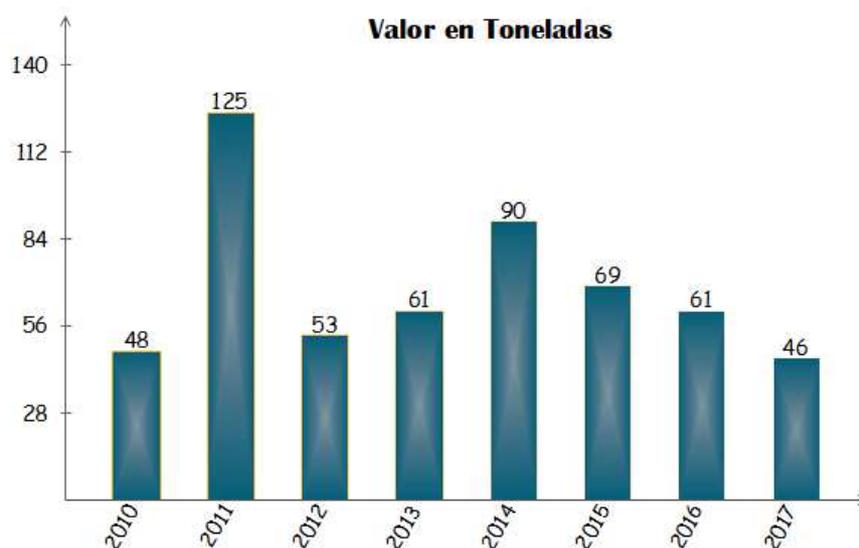


Figura 1. Comportamiento de las cantidades en toneladas exportadas del Ecuador en los últimos ocho años al resto del mundo. Tomado de “Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador”, por International Trade Centre, 2018.

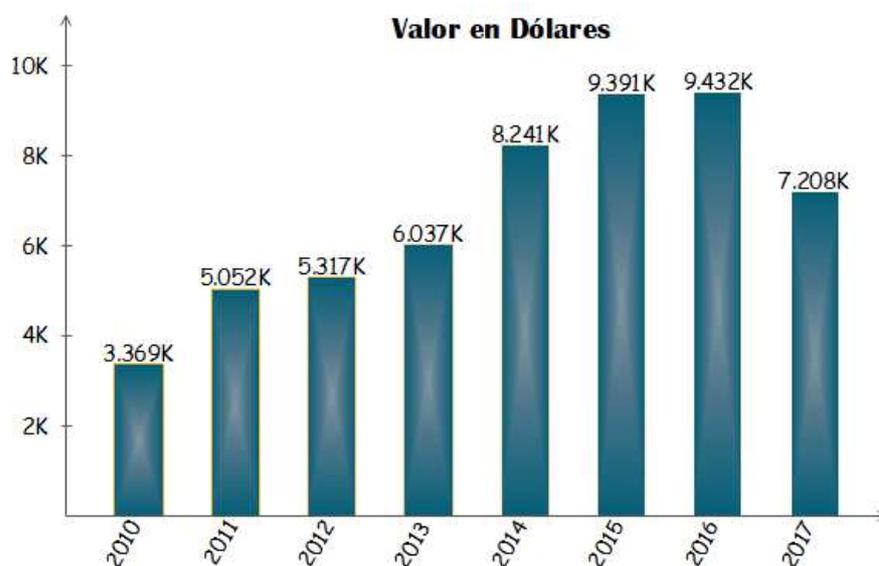


Figura 2. Comportamiento de las exportaciones de sombreros de Paja Toquilla en miles de dólares en los últimos ocho años. Tomado de “Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador”, por International Trade Centre, 2018.

### Importaciones. Mayores importadores a nivel mundial.

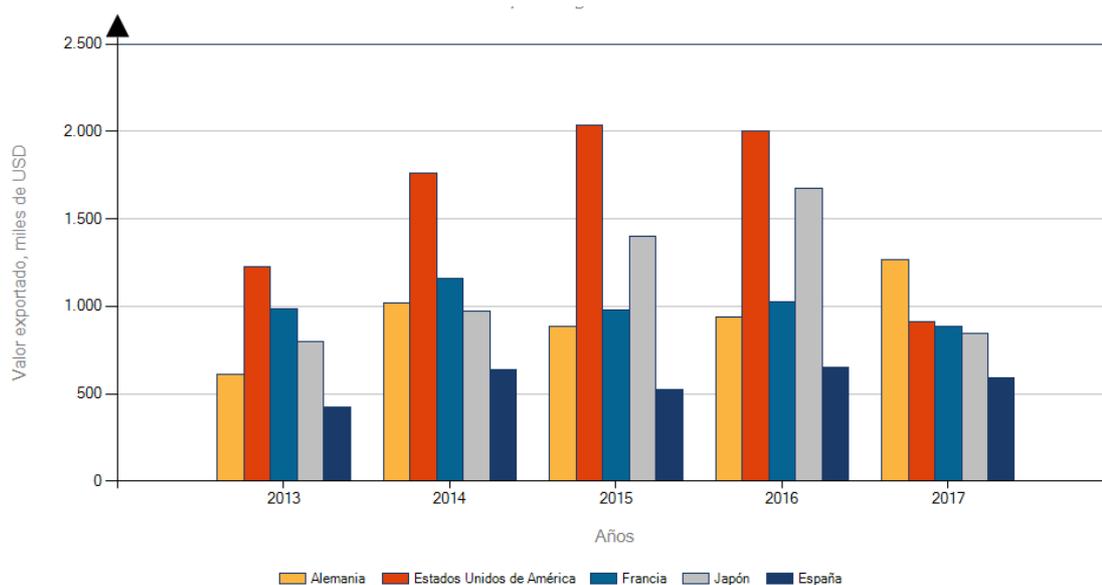


Figura 3. Comportamiento de las importaciones de sombreros de Paja Toquilla en miles de dólares en los últimos cinco años. Tomado de “Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador bajo la partida 6504 sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incluido guarnecidos”, por International Trade Centre, 2018.

La figura 3 muestra los cinco países que exportaron más productos bajo la partida 6504.00.00 en los últimos cinco años. En el año 2013 Alemania importó 608 miles de USD, Estados Unidos 1.225 miles de USD, Francia 985 miles de USD, Japón 800 miles de USD y España 423 miles de USD. En el 2014 todos los países incrementaron su importación, Alemania con 1022 miles de USD, Estados Unidos 1763 miles de USD, Francia 1163 miles de USD, Japón 974 miles de USD y España 639 miles de USD. En el 2015, Alemania con 887 miles de USD, Estados Unidos 2036 miles de USD, Francia 979 miles de USD, Japón 1400 miles de USD y España 525 miles de USD. En el 2016, Alemania con 938 miles de USD, Estados Unidos 2004 miles de USD, Francia 1029 miles de USD, Japón 1673 miles de USD y España 652 miles de USD y en el año 2017 los países dejaron de importar excepto Alemania que compró 1266 miles de USD, Estados Unidos 911 miles de USD, Francia 886 miles de USD, Japón 843 miles de USD y España 590 miles de USD.

#### Posición de Ecuador en la partida seleccionada.

La partida arancelaria de los sombreros de Paja Toquilla es 6504.00.00, la cual tiene por descripción “Sombreros y demás tocados, trenzados o fabricados por unión de tiras de cualquier materia, incl. Guarnecidos”. Es importante mencionar que no existe una subpartida que se dirija solo a los sombreros de paja toquilla. Sin

embargo, bajo esta partida se realiza intercambio de bienes elaborados no solo con Paja Toquilla sino diferente material. En un cuadro tomado por Trade Map se indica que China está en primer lugar en las exportaciones bajo esta partida y a continuación Italia, México, Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia y Ecuador que ocupa el octavo lugar. Sin embargo, Ecuador es el único país que exporta sombreros de materia prima carludovica palmata al resto del mundo, de no ser por la amplia descripción de la partida Ecuador ocuparía el primer lugar (International Trade Centre, 2018).

### **Análisis del mercado de Destino: Dubái**

La Mezcla del Marketing para Sombreros de Paja Toquilla

#### **Producto (especificaciones del producto, modelos, presentación, empaque, garantía).**

El producto que se planea exportar a los EAU-Dubái es el sombrero clásico blanco con cinta de color negro. Los centímetros del ala del sombrero son proporcionales a la talla, por lo general suele ser seis cm y el grado es de 10-11 en tejido llano, su peso por unidad es de 0.05 kg y se encuentra disponible en diferentes tallas como XS, S, M, L y XL. Es importante mencionar que la calidad del sombrero depende de los grados que contenga y la vida útil es mínimo de cinco años. Se usan 22 fibras de paja para tejer este fino accesorio de vestir y su tiempo de confección y armado es de siete días. En la parte inferior se detallan los grados del tejido para conocimiento del lector. Luego de la primera exportación se observará la aceptación del producto para luego ofrecer sombreros de diferentes colores y diseños.



*Figura 4.* Muestra de un sombrero tomado del local Fusion Hats.

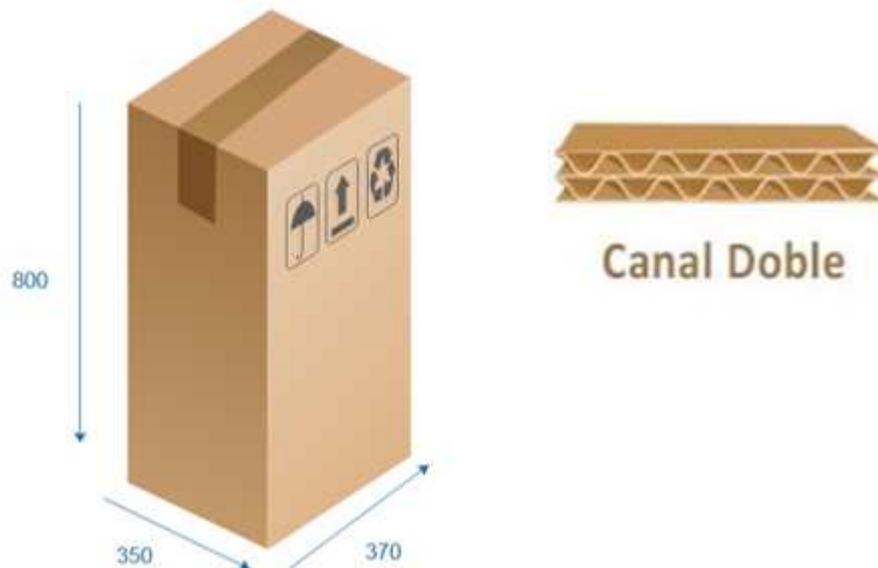


Grado 10-11

*Figura 5.* Muestra del tejido de un sombrero de grado 10-11 tomado de la empresa Pamar y Compañía.

***Empaque.***

Se entrega el producto en una caja de cartón con canal doble para mayor resistencia y seguridad del producto para que no sea afectado en el transcurso del envío hacia el lugar de destino. En cuanto a normativas de empaque, el mercado no tiene exigencias al momento de la entrega, pero para prevenir cualquier accidente se envía el producto en un empaque resistente. El empaque lleva la información de la empresa en donde se va a comercializar el sombrero. Para el importador resulta mejor que no se ponga la marca nacional ya que prefieren poner su propia marca. Dentro de una caja con las medidas establecidas en la Figura 6 se pueden colocar 100 sombreros apilados por caja. Peso del cartón: 1.25.



*Figura 6.* Modelo de la Caja de Cartón

**Precio (política de precios).**

Para determinar el precio de un sombrero fino de Paja Toquilla con las características mencionadas en la parte superior, se considera la calidad, tiempo, cultura, empaque y transporte. Los consumidores al momento de comprar un bien son exigentes en el producto y a su vez exclusivos por lo que analizan la calidad, la innovación y que el precio del producto este a la altura de su satisfacción.

Como el producto es un sombrero fino de 10-11 grados, el precio estimado al distribuidor de EUA-Dubái es de USD 155,00 por unidad, sin embargo, se sugiere al distribuidor que lo venda al público según sea su conveniencia. El precio incluye el margen de ganancia y los costos en los que se incurre en la operación. Para el cálculo del precio se toma el precio que se vende en el mercado. Por una estrategia de introducción al mercado, se establece que este precio se mantendrá los primeros dos años y según datos históricos de los valores exportados bajo esa partida, desde el año 2001 hasta el año 2017, el precio se incrementará en un 21,64% anual. Ver apéndice B. Luego de ese periodo, cada año se realizarán reuniones para una oportunidad de mejora y modificación en el precio, si es necesario.

### Plaza.

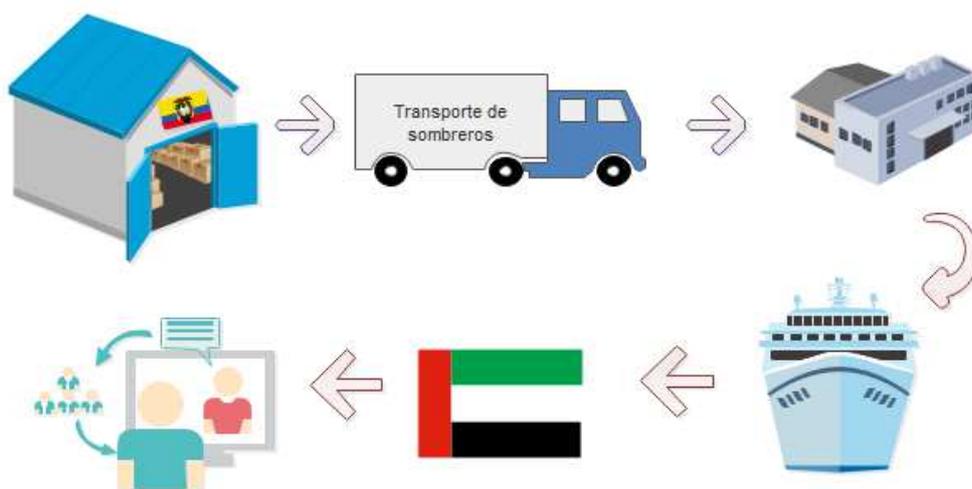


Figura 7. Cadena de valor de comercialización de sombreros de paja toquilla

En la cadena de comercialización de la exportación del sombrero se observa que la mercadería sale desde la bodega de Guayaquil, es transportado hasta el puerto de carga acordado con el importador donde se entrega toda la información para que se realice la gestión de envío por medio marítimo. Una vez arribada la mercadería al lugar de destino, el importador se responsabiliza de retirar la mercadería y notificar al exportador que la mercadería llegó en buenas condiciones. Así mismo el importador se encarga de distribuir los sombreros dentro de la región.

Para realizar una actividad comercial internacional desde el sitio del exportador es necesario cumplir los siguientes tres requisitos (Ministerio de Comercio Exterior, 2018): 1) Obtener el Registro Único del Contribuyente [RUC] proporcionado por el

Servicio de Rentas Internas [SRI], 2) Contar con el certificado de firma digital, emitido por el Registro Civil o Security Data, 3) Registrarse como exportador en la página del Ecuapass.

En el punto tres arriba mencionado, se puede: actualizar información en la base de datos, crear usuario y contraseña, aceptar las políticas de uso y registrar la firma electrónica. Por otra parte, los datos del exportador que van a aparecer en la documentación son los siguientes:

- Exportador: Fusion Hats
- Mercancía: Sombreros de Paja Toquilla
- Partida Arancelaria: 650400
- Empaque: Caja de cartón (800x350x370)
- Incoterm: FOB

PROECUADOR, mediante la guía del exportador (Ministerio de Comercio Exterior, 2018), proporciona la lista de documentos necesarios para realizar el pre embarque, que se muestra a continuación:

1.-Declaración Aduanera de Exportación [DAE], la cual debe contener los siguientes datos:

- Exportador o declarante
- Descripción de la mercancía por cada ítem de la factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso
- Demás datos relativos a la mercancía

2.-Y los documentos que acompañan a la DAE, que deben subirse digitalmente por el Ecuapass son:

1. Factura Comercial Original.
2. Lista de empaque.
3. Autorizaciones previas (de ser necesarias)

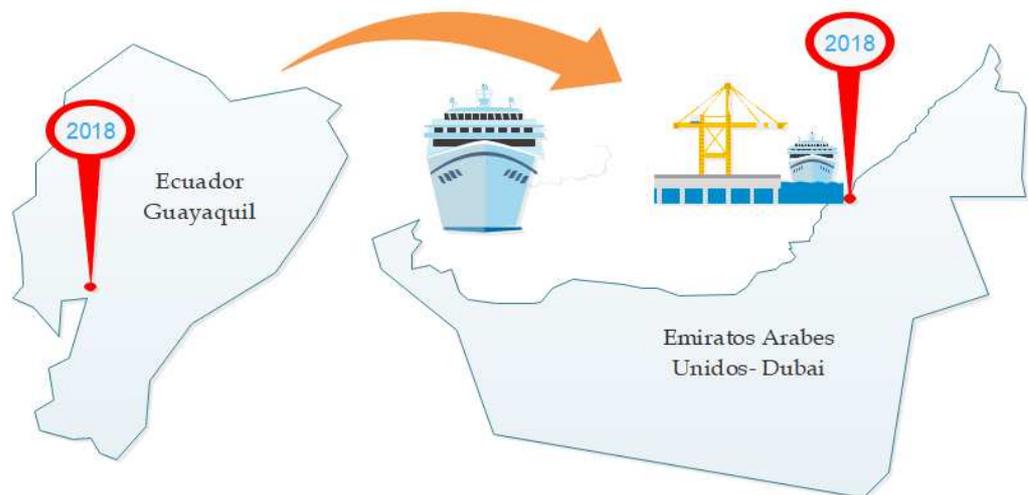
Los Incoterms son reglas internacionales que determinan lo siguiente:

- El costo del transporte
- Dónde se transfiere el riesgo de pérdida de vendedor a comprador.
- La parte que toma responsabilidad de las formalidades aduaneras.

- Quien asume los derechos de aduana.
- La parte que se encarga de la cobertura del seguro.

En el caso de Fusion Hats, el término comercial internacional a utilizarse es FOB, Franco a bordo, el cual tiene como característica principal la responsabilidad por parte del exportador hasta el ingreso de la mercancía al buque, puesto que es uno de los más usados a nivel internacional. Para este proceso el vendedor se encarga de organizar la mercancía para que esté en el estado adecuado para realizar la exportación con el respectivo empaque, embalaje y acoplamiento, el transporte local y la documentación necesaria para la exportación y como última parte del proceso, entregar la carga al puerto para el envío. El buque es designado por el comprador y la carga se encontrará en estado de entregado una vez que el vendedor entregue la carga en el puerto de carga establecido por ambas partes (PRO ECUADOR, 2017).

El tipo de contenedor a utilizar es el de media altura diseñada para cargas generales, con tamaños diferentes y su cobertura puede ser descubierta, con techo rígido o lona, existen diversos tamaños, 10', 20' y 30'. La naviera se encargará de direccionar la carga de sombreros junto a otras para completar el contenedor y el pago será de acuerdo al espacio ocupado (PRO ECUADOR, 2017).



*Figura 8.* Imagen de lugar de origen y destino para la exportación del sombrero

El lugar en donde se realiza la exportación es Dubái. La mercadería llegará al puerto de Jebel Ali en Dubái, que es uno de los tres puertos principales en EAU.

### **Promoción (propuesta comercial para penetrar en el mercado y posicionar el sombrero en Dubái)**

El producto necesita la atención de los clientes y de los consumidores, por tal motivo será promocionado de dos maneras, una de ellas es hacia el importador y la segunda hacia el consumidor final para convencer a ambas partes de que el producto es de alta calidad y de esa forma exista demanda e interés en importar los sombreros de paja toquilla.

Cada vez que se realice un envío, dependiendo del volumen solicitado por el importador, recibirá la cantidad de 50 llaveros con sombreros pequeños de Paja Toquilla para entregar a su conveniencia a sus distribuidores.

Por otro lado, junto con el sombrero se encontrará un folleto que contiene información sobre su historia, proceso de producción, su valor cultural y las medidas de protección para mantener el mayor tiempo posible este fino accesorio. La publicidad será de alto alcance y se realiza a través de redes sociales ya que es el medio en el que más interacción hay en el mercado objetivo que son personas desde los 16 años con un poder adquisitivo alto. La información a publicarse girará en torno a los beneficios, autenticidad, y proceso de elaboración del sombrero de Paja Toquilla.

Finalmente, una estrategia para promocionar los sombreros de Paja Toquilla es la participación en la feria de más renombre en Dubái, que tiene una duración de aproximadamente 158 días, cuyo nombre es “Global Village”. Según en la entrevista personal con Mario Vallejo, ProEcuador establece nexos con este tipo de programas y promueve en el Ecuador la asistencia de cinco empresas las cuales, al ser seleccionadas entre todas las postulantes, tienen el beneficio de que realizan el viaje con todos los gastos cubiertos por el estado. Lo único en lo cual el participante debe incurrir es en los gastos de mejoras y decoración del stand asignado.

#### **Estudio del segmento de mercado.**

El segmento de mercado objetivo va dirigido a consumidores que tengan un poder adquisitivo alto y medio alto que tenga la capacidad de comprar un sombrero fino. De los siete emiratos, Dubái es el más atractivo, no solo por su infraestructura sino también por ser el centro de la moda que intenta transmitir exclusividad y lujo. En la entrevista con Mario Vallejo, indicó que Dubái es un mercado flexible y se tendría éxito al iniciar las exportaciones a este destino por ser una de las ciudades más ricas del emirato y además que es un centro importante de re exportación a países vecinos y a su vez la afluencia del turismo que se enfoca en las compras.

## **Capítulo IV: Factibilidad del Estudio Organizacional y Técnico**

### **Estudio Organizacional**

#### Tipo de empresa

Para poder realizar la exportación de sombreros de paja toquilla, es necesario constituir una empresa, por lo que se ha decidido la apertura de una entidad bajo la estructura legal de Sociedad Anónima, el nombre comercial de la empresa será FUSION HATS y la razón social será DACO S.A.

Las características que deben cumplirse para la constitución de una Sociedad Anónima es (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2018):

- Tener dos o más accionistas.
- Capital mínimo de USD 800.
- Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas y pueden ser negociadas libremente.

Las autoras del presente proyecto son las accionistas de la Compañía, aportando con un capital de USD 4.231,74 cada una. La actividad comercial de la compañía es exportación de sombrero de paja toquilla.

#### **Ubicación**

La empresa está situada en el centro de la ciudad de Guayaquil, en la calle Numa Pompilio Llona, casa Rocafuerte del barrio las Peñas, este lugar es alquilado para ejercer la actividad comercial. Se necesita de permisos de funcionamientos como: Permiso de Funcionamiento otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos; Permiso de Suelo; Patente; Tasa de Habilitación; y Registro de Marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual [IEPI].

#### **Número de empleados.**

La empresa tendrá cuatro colaboradores: 1) Gerente General, 2) Jefe de Adquisición, 3) Jefe de Exportación/ Logística, y 4) Asistente de Administración e Inventario.

## Cargo y funciones del personal de la empresa.

A continuación se muestra en la Tabla 1

**Tabla 1**

*Cargo y Funciones del personal*

Cargo	Descripción de Funciones
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representante Legal de la compañía</li> <li>• Planea, toma decisiones y acciones</li> <li>• Apoyo en la gestión de Cobranza</li> <li>• Encargado de revisión de documentos</li> <li>• Autorización para pagos a colaboradores y proveedores</li> <li>• Establecer relaciones Públicas</li> </ul>
Jefe de Adquisiciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso de Compra de Sombreros</li> <li>• Pago a Proveedores</li> <li>• Control de ingreso de mercadería a Bodega</li> <li>• Contacto con Proveedor</li> </ul>
Jefe de Exportación/Logística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso de Exportación</li> <li>• Documentación Logística</li> <li>• Supervisión de salida de mercancía de bodega hasta su ingreso al contenedor</li> <li>• Contacto con Cliente</li> </ul>

Adicional al personal de la nómina, se necesitará servicios prestados externos para que aporten en la parte contable de la compañía.

En la Figura 9 se presenta el plano del lugar en donde se van a realizar las actividades.



Figura 9. Imagen de la oficina de la empresa

## Cadena de Comercialización y Operaciones de la Empresa

La cadena de valor de la empresa se muestra en la Figura 10 en donde se explica la secuencia de las actividades.

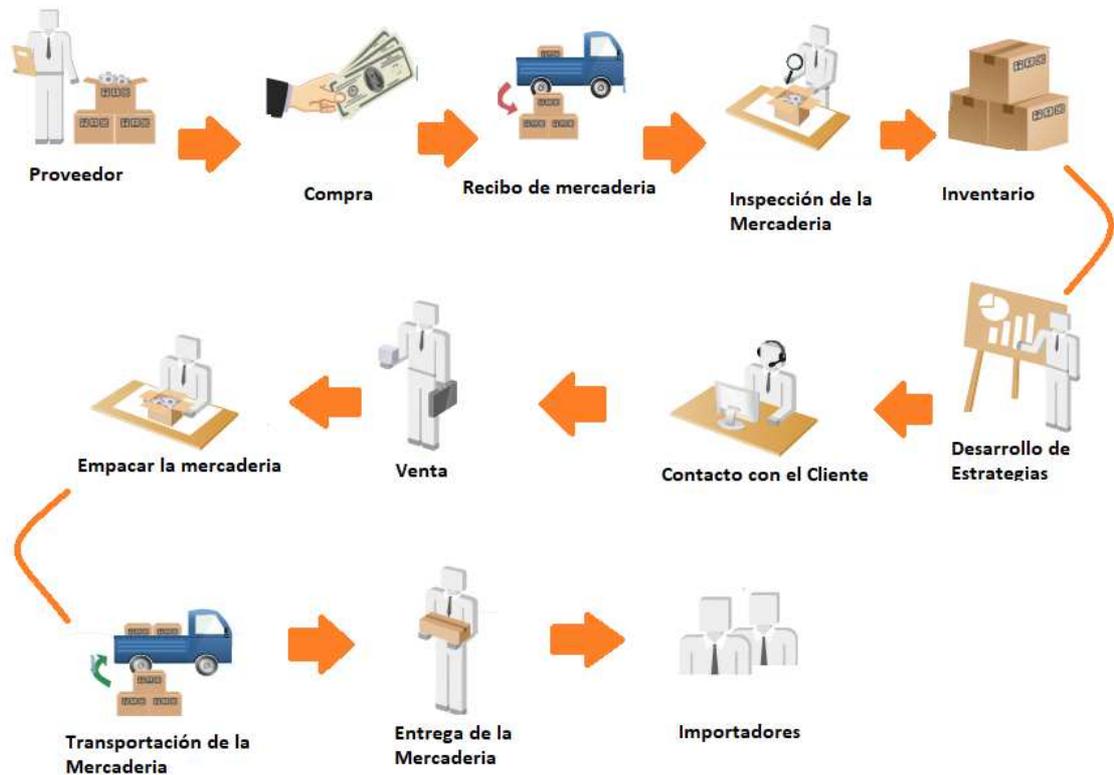


Figura 10. Cadena de valor de la operación de la empresa

### Plan Estratégico: Misión Visión y Objetivos Estratégicos.

#### Misión.

Incentivar el uso del sombrero de Paja Toquilla en los mercados internacionales para dar a conocer parte de la cultura ecuatoriana por medio de éste elegante y fino accesorio de vestir.

#### Visión.

Lograr para el 2022 la compañía se convierta en la primera exportadora de sombreros finos de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos- Dubái.

#### Objetivos estratégicos.

- Analizar los grados de satisfacción en la pre-venta y post-venta
- Mantener el importador actual y captar nuevos mercados
- Innovar los sombreros de Paja Toquilla en estilos y colores hacia ese mercado.

## Análisis de la Cadena de Valor de la Empresa

La cadena de valor de una empresa es una herramienta que ayuda al análisis de las ventajas competitivas de una compañía y se dividen en actividades primarias y actividades de soporte. En las actividades de soporte se encuentra la planificación y finanzas de la empresa, el gerente general se ubica en esta sección de la cadena. En Gestión de Recursos humanos, no existe un departamento específico pero el asistente administrativo se encarga de realizar las funciones del mismo junto con el Gerente General. En la actividad de Desarrollo de tecnología se contrata un proveedor de Internet para mantener contacto y realizar negociaciones más eficientes. Para compras, el jefe de adquisiciones se encarga de gestionar los pedidos y pagos a proveedores. Por otro lado, están las actividades primarias en las que el jefe de Adquisiciones se encuentra en la parte de logística interna y el jefe de exportaciones en logística externa, como se mencionó en la parte superior cada uno tiene sus respectivas funciones. Con respecto a Operaciones, no hay un departamento ya que la actividad que se realiza no es de fabricación sino de comercialización. Marketing y Ventas lo maneja una empresa externa por el cual se paga un servicio bajo la supervisión del jefe de exportaciones. En Servicio post venta se encarga el Gerente General quien concreta los negocios y a su vez se cerciora de la satisfacción de los clientes, luego de un tiempo estimado de acuerdo al crecimiento de la cartera de clientes y volumen de ventas, se considera la posibilidad de contratar más personal para distribuir mejor las funciones. En la Figura 11 se muestra la cadena de valor.



Figura 11. Cadena de valor de una compañía. Tomado de “La cadena de valor: Una herramienta de pensamiento estratégico”, por Quintero y Sánchez, 2006.

## **Estudio Técnico**

Para el proyecto presente se va a comprar el producto terminado, la empresa no va a producir. La fábrica se encuentra en Cuenca por que las personas que tejen el sombrero radican en los alrededores de la ciudad y a su vez por tener un vínculo que permite obtener beneficios en costos. Es importante mencionar que la capacidad efectiva de la empresa proveedora es de 250 sombreros finos de grado 10-11 al mes. Sin embargo, al momento que la demanda aumente esta producción puede incrementar con la condición de aviso previo.

A continuación, se detalla el proceso de elaboración de un sombrero de paja toquilla, que lo realiza el proveedor que abastecerá del producto para exportación.

### **Procesos de producción.**

Los procesos se dividen en tres etapas; la primera etapa es donde se cosecha y se siembra la paja toquilla, la segunda etapa el tejedor comienza con la confección del sombrero y en la tercera etapa se finaliza el sombrero con sus respectivos detalles para el consumidor (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural , 2010)

#### **1) Selección de la paja**

Es necesario para la elaboración de sombreros finos tener en cuenta la maduración requerida es decir, no muy tierna y no muy madura y el tiempo adecuado que es con la luna en cuarto menguante. De no ser realizada la selección de esta manera se corren riesgos como coloración rojiza o negra en el tejido.

#### **2) Desprendido**

Debe desprenderse cada paja por la que se golpea y sacude cogollo por cogollo.

#### **3) Despichado**

Es el paso en el cual se quita las orilleras es decir las pajas que no sirven y el corazón que es una parte dura que está ubicada en el centro.

#### **4) Rajado**

Se procede a sacar las brechas con una aguja, las mismas se encuentran al filo de cada paja, al desecharlas queda libre la parte color marfil que es la que se utiliza para los sombreros.

## **5) Cocinado**

Se debe poner agua a hervir y cuando este en ebullición se coloca los cogollos cantidad a considerarse por la persona dependiendo del tamaño de la olla. Si la paja es tierna necesita más tiempo y si es madura menos tiempo.

## **6) Venteado y Despegado**

Para este proceso utilizan azufre el cual lo absorbe el cogollo durante la noche y este proceso es repetido de 2 a 3 veces para lograr el color deseado.

## **7) Secado**

Este proceso depende del clima, puede durar entre ocho horas o más, se tiende el cogollo en un cordel.

## **8) Blanqueado o Sahumado**

Para que el sombrero tome el color blanco, se deja durante toda la noche el cogollo en el interior de un cuarto cerrado con leña y azufre. Al siguiente día se retira la paja del cuarto para ponerla a secar.

## **9) Lavado**

Se lava la paja y luego se la vuelve a secar para tenerla lista en el siguiente proceso que es el del tejido.

## **10) Escogido de la paja y rajado**

En este proceso la tejedora selecciona las pajitas con las que elaborará un sombrero, por lo general se elige un solo color para que el sombrero salga uniforme y luego se divide la paja según la calidad de sombrero que iniciará a tejer, esto puede ser fino, súper fino o extra fino.

## **11) Armado del sombrero**

Se inicia desde la corona y se teje la plantilla que es la que da la forma al sombrero. Luego de haber tejido la copa se comienza a tejer la parte del ala dándole el rematado y azocado al sombrero. Después de ese proceso se continúa con el despeluzado que significa sacar todas las pajitas sobresalientes del sombrero y luego

se lo apalea, este proceso se da para corregir cualquier falla. El planchado y hormado viene después, este proceso es el final porque ya le dan la forma al sombrero para venderlo al público.

## Estudio Financiero

### Estructuración financiera del proyecto

#### Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento (tomado de estudio técnico)

Para conocer si un proyecto es factible o no, se requiere analizar la parte financiera, es por eso que se ha realizado un plan de inversión. En el siguiente cuadro se puede observar que las fuentes de financiamiento provienen de aportes propios y un préstamo a la Corporación Financiera Nacional [CFN]

La inversión total incluye la compra de activo fijo, capital de trabajo y gastos de constitución, para lo cual se necesita un valor total de \$ 28.211,59 por lo que se procede a realizar un préstamo bancario del 70 % a la CFN y el restante que es el 30 % es un aporte de 50 % que hacen los dos socios. La tasa asignada para el tipo de proyecto es de 9,98 % (Corporación Financiera Nacional, 2018). Para más detalle, ver Tabla 2.

Tabla 2

#### *Inversión Inicial y Financiamiento*

<b>Activo Fijo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Equipo de Oficina			\$78,00
Muebles de Oficina			\$3.015,15
Equipos Cómputo			\$2.950,00
<b>Total Activos</b>			<b>\$6.043,15</b>
<b>Constitución de la empresa y permisos</b>			
Gastos de Constitución			\$500,00
Permisos y patentes			\$69,24
<b>Total Constitución y permisos</b>			<b>\$569,24</b>
<b>Capital de Trabajo</b>			
Cajas para sombreros	30	\$3,06	\$91,80
Sueldos	3	\$3.768,70	\$11.306,11
Suministros de Oficina	1	\$185,04	\$185,04
Alquiler de oficina/bodega	6	\$1.200,00	\$7.200,00
Servicios Generales	3	\$485,00	\$1.455,00
Gastos de Publicidad	3	\$453,75	\$1.361,25
<b>Total Capital de Trabajo</b>			<b>\$21.599,20</b>
<b>Inversión Total</b>			<b>\$28.211,59</b>
<b>Financiamiento</b>			
Aporte Propio		\$8.463,48	
Préstamo Bancario		\$19.748,11	
<b>Total Financiamiento</b>		<b>\$28.211,59</b>	

A continuación, se detalla las tablas de los activos

Tabla 3

*Muebles de Oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Escritorio	5	\$ 151,37	\$ 756,85
Sillas de escritorio	5	\$ 81,66	\$ 408,30
Sofá para oficinas	2	\$ 450,00	\$ 900,00
dispensador de agua	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Repisa para sombreros	4	\$ 120,00	\$ 480,00
Mesa para sombreros	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Archivadores	2	\$ 125,00	\$ 250,00
<b>Total Muebles de Oficina</b>			<b>\$ 3.015,15</b>

Tabla 4

*Equipos de Computo*

**EQUIPOS DE COMPUTO**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Computadoras	5	\$ 450,00	\$ 2.250,00
impresora - copiadora - scanner	1	\$ 700,00	\$ 700,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.950,00</b>

Tabla 5

*Suministros de Oficina*

**SUMINISTROS DE OFICINA**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Esferos caja de 24 unidades	2	\$ 6,20	\$ 12,40
Lápices caja de 24 unidades	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Borradores 24 unidades	1	\$ 3,60	\$ 3,60
Grapadoras	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Grapas 5000 unidades	4	\$ 1,50	\$ 6,00
Perforadoras	4	\$ 4,50	\$ 18,00
Agendas	4	\$ 6,00	\$ 24,00
Folders	4	\$ 7,50	\$ 30,00
Caja de Clics	4	\$ 1,80	\$ 7,20
Paquete de sobres manila	8	\$ 4,00	\$ 32,00
resaltadores caja de 6 unidades	4	\$ 7,96	\$ 31,84
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 185,04</b>

Para empezar la actividad, dentro de la inversión inicial es necesario adquirir todos los muebles de oficina detallados en la parte superior y además los suministros de oficina. Con respecto a los suministros, se realizará una compra en el año.

Tabla 6

*Equipos de Oficina*

<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
teléfonos	4	\$ 19,50	\$ 78,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 78,00</b>

**Depreciaciones de activos**

Según el reglamento de la Ley de Régimen Tributario Interno (2017, p.19) la depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes (Servicio de Rentas Internas, 2018):

- (I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual. (II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual. (III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual. (IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

En base a las Normas Internacionales de Información Financiera, la vida útil de un activo se determina en base al criterio y la experiencia de la entidad.

Tabla 7

*Depreciación de muebles de oficina*

<b>AÑO</b>	<b>VALOR DE LA ADQUISICIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
0	\$ 3.015,15		
1		\$ 603,03	\$ 603,03
2		\$ 603,03	\$ 1.206,06
3		\$ 603,03	\$ 1.809,09
4		\$ 603,03	\$ 2.412,12
5		\$ 603,03	\$ 3.015,15

Tabla 8

*Depreciación de equipos de oficina*

<b>AÑO</b>	<b>VALOR DE LA ADQUISICIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
0	\$ 3.028,00		
1		\$ 1.009,33	\$ 1.009,33
2		\$ 1.009,33	\$ 2.018,67
3		\$ 1.009,33	\$ 3.028,00

Tabla 9

*Depreciación total anual*

<b>Años</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Depreciación Muebles de Oficina</b>	\$ 603,03	\$ 603,03	\$ 603,03	\$ 603,03	\$ 603,03
<b>Depreciación Equipos de Oficina</b>	\$ 1.009,33	\$ 1.009,33	\$ 1.009,33		
<b>Depreciaciones</b>	<b>\$ 1.612,36</b>	<b>\$ 1.612,36</b>	<b>\$ 1.612,36</b>	<b>\$ 603,03</b>	<b>\$ 603,03</b>

**Préstamo**

Para proceder con la actividad comercial se calculó que la inversión total es de \$28.211,59 para lo cual el aporte de los socios es del 30% con un valor de \$8.463,48 y el 70% restante se obtiene mediante la adquisición de un crédito a través de la CFN por \$19.748,11 con una tasa de 9,98% semestral con pagos semestrales, para la cual se realizó la siguiente tabla de amortización:

Tabla 10

*Datos para el cálculo de pago de intereses semestral.*

<b>Capital</b>	\$19.748,11
<b>Tasa</b>	9,98%
<b>Forma de Pago</b>	Semestral
<b>Plazo Máximo</b>	5
<b>Número de cuotas</b>	10
<b>Cuotas</b>	\$2.541,52

Tabla 11

*Amortización semestral*

<b>Periodo</b>	<b>Pago</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización</b>	<b>Saldo</b>
0				\$19.748,11
1	\$2.541,52	\$962,00	1579,5179	\$18.168,60
2	\$2.541,52	\$885,06	1656,46174	\$16.512,14
3	\$2.541,52	\$804,36	1737,15379	\$14.774,98
4	\$2.541,52	\$719,74	1821,77662	\$12.953,20
5	\$2.541,52	\$631,00	1910,52173	\$11.042,68
6	\$2.541,52	\$537,93	2003,58993	\$9.039,09
7	\$2.541,52	\$440,33	2101,1918	\$6.937,90
8	\$2.541,52	\$337,97	2203,5482	\$4.734,35
9	\$2.541,52	\$230,63	2310,89074	\$2.423,46
10	\$2.541,52	\$118,06	2423,46232	\$0,00

Tabla 12

*Amortización e intereses anuales*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Interés	\$1.847,06	\$1.524,10	\$1.168,92	\$778,30	\$348,68
capital	\$3.235,98	\$3.558,93	\$3.914,11	\$4.304,74	\$4.734,35

A continuación, se detallan los gastos en los que incurre la empresa:

Se realizó la proyección de gastos para el personal de apoyo de las actividades a desarrollar mensual y anual. El sueldo base mensual es por el primer año, luego de eso irá incrementando según el porcentaje calculado en los últimos 6 años, ver apéndice A. En siguiente tabla se detallan los valores:

Tabla 13

*Rol de pago personal*

<b>Cargo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Sueldo Base Mensual</b>	<b>Aporte personal IESS 9,35%</b>	<b>Décimo Tercer Sueldo</b>	<b>Décimo Cuarto Sueldo</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Aporte patronal IESS 11,15%</b>	<b>Fondo de Reserva 8,33%</b>	<b>SUELDO MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>
Gerente General	1	\$ 1.000,00	\$ 94,50	\$ 83,33	\$ 32,17	\$ 41,67	\$ 111,50	\$ 83,30	\$ 1.257,47	\$ 15.089,60
Jefe de Adquisiciones	1	\$ 800,00	\$ 75,60	\$ 66,67	\$ 32,17	\$ 33,33	\$ 89,20	\$ 6,30	\$ 952,07	\$ 11.424,80
Jefe de Exportaciones	1	\$ 800,00	\$ 75,60	\$ 66,67	\$ 32,17	\$ 33,33	\$ 89,20	\$ 6,30	\$ 952,07	\$ 11.424,80
Asistente de Adquisiciones	1	\$ 500,00	\$ 47,25	\$ 41,67	\$ 32,17	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 3,94	\$ 607,10	\$ 7.285,25
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.100,00</b>	<b>\$ 292,95</b>	<b>\$ 258,33</b>	<b>\$ 128,67</b>	<b>\$ 129,17</b>	<b>\$ 345,65</b>	<b>\$ 99,84</b>	<b>\$ 3.768,70</b>	<b>\$ 45.224,45</b>

Tabla 14

*Servicios Generales*

<b>Rubro</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Servicios contables	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Suministro de Luz	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Suministro Telefonía Fija	\$ 55,00	\$ 660,00
Suministro de Agua	\$ 30,00	\$ 360,00
Suministro de Internet	\$ 50,00	\$ 600,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 485,00</b>	<b>\$ 5.820,00</b>

Tabla 15

*Gastos de Publicidad*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Misión comercial	2	\$10.000,00		
Sombrecitos llaveros	50	\$1,50	\$75,00	900
Folletos	225	\$0,35	\$78,75	945
Community Manager	1	\$300,00	\$300,00	3600
<b>TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD</b>			<b>\$453,75</b>	<b>\$5.445,00</b>

Luego de haber calculado la inversión inicial para comenzar la operación, se elabora el estado de Situación Inicial con el que se empieza la operación de la empresa.

Tabla 16

*Estado de Situación Inicial*

<b>ACTIVOS</b>	<b>\$22.168,44</b>	<b>PASIVOS</b>	<b>\$ 19.748,11</b>
<b>Activo Corriente</b>		<b>Pasivos Corrientes</b>	
Caja –		Deuda bancaria	\$ 19.748,11
Banco	\$22.168,44		
<b>Activo No</b>		<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 8.463,48</b>
<b>Corriente</b>	<b>\$6.043,15</b>	Capital Social	\$ 8.463,48
Propiedad Planta y			
Equipo			
Equipos Cómputo	\$2.950,00		
Muebles de			
Oficina	\$3.015,15		
Equipo de Oficina	\$78,00		
<b>Total</b>		<b>TOTAL</b>	
<b>Activos</b>	<b>\$28.211,59</b>	<b>PATRIMONIO +</b>	
		<b>PASIVO</b>	<b>\$ 28.211,59</b>

Tabla 17

*Flujo de Caja Mensual (primera parte)*

<b>Ingresos</b>	<b>Mes 0</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>
Cantidad de Sombreros			500		500		500
Precio \$155,00		\$38.750,00	\$38.750,00	\$38.750,00	\$38.750,00	\$38.750,00	\$38.750,00
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$38.750,00</b>	<b>\$38.750,00</b>	<b>\$38.750,00</b>	<b>\$38.750,00</b>	<b>\$38.750,00</b>	<b>\$38.750,00</b>
<b>Egresos</b>							
Sombreros		\$31.250,00	\$31.250,00	\$31.250,00	\$31.250,00	\$31.250,00	\$31.250,00
Cajas para sombreros		\$91,80					
Sueldos		\$3.768,70	\$3.768,70	\$3.768,70	\$3.768,70	\$3.768,70	\$3.768,70
Suministros de Oficina		\$185,04					
Alquiler de oficina/bodega		\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00
Servicios Generales		\$485,00	\$485,00	\$485,00	\$485,00	\$485,00	\$485,00
Gastos de Publicidad		\$453,75	\$453,75	\$453,75	\$453,75	\$453,75	\$453,75
Transporte interno		\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00
Transporte externo			\$20,00		\$20,00		\$20,00
Gastos Financieros							\$962,00
Amortización							\$1.579,52
<b>Total Egresos</b>		<b>\$37.454,29</b>	<b>\$37.197,45</b>	<b>\$37.177,45</b>	<b>\$37.197,45</b>	<b>\$37.177,45</b>	<b>\$39.738,97</b>
Flujo de Caja Neto Mensual	\$28.211,59	\$1.295,71	\$1.552,55	\$1.572,55	\$1.552,55	\$1.572,55	-\$988,97
Flujo de Caja Acumulado		\$1.295,71	\$2.848,25	\$4.420,80	\$5.973,34	\$7.545,89	\$6.556,92

Tabla 18

*Flujo de Caja Mensual (segunda parte)*

<b>Ingresos</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>	<b>Año 1</b>
Cantidad de Sombreros		500		500		500	3000
Precio	\$155,00	\$38.750,00	\$38.750,00	\$38.750,00	\$38.750,00	\$38.750,00	\$38.750,00
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$38.750,00</b>	<b>\$38.750,00</b>	<b>\$38.750,00</b>	<b>\$38.750,00</b>	<b>\$38.750,00</b>	<b>\$38.750,00</b>	<b>\$465.000,00</b>
<b>Egresos</b>							
Sombreros	\$31.250,00	\$31.250,00	\$31.250,00	\$31.250,00	\$31.250,00	\$31.250,00	\$375.000,00
Cajas para sombreros							\$91,80
Sueldos	\$3.768,70	\$3.768,70	\$3.768,70	\$3.768,70	\$3.768,70	\$3.768,70	\$45.224,45
Suministros de Oficina							\$185,04
Alquiler de oficina/bodega	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$1.200,00	\$14.400,00
Servicios Generales	\$485,00	\$485,00	\$485,00	\$485,00	\$485,00	\$485,00	\$5.820,00
Gastos de Publicidad	\$453,75	\$453,75	\$453,75	\$453,75	\$453,75	\$453,75	\$5.445,00
Transporte interno	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$20,00	\$240,00
Transporte externo		\$20,00		\$20,00		\$20,00	\$120,00
Gastos Financieros						\$885,06	\$1.847,06
Amortización						\$1.656,46	\$3.235,98
<b>Total Egresos</b>	<b>\$37.177,45</b>	<b>\$37.197,45</b>	<b>\$37.177,45</b>	<b>\$37.197,45</b>	<b>\$37.177,45</b>	<b>\$39.738,97</b>	<b>\$451.609,33</b>
Flujo de Caja Neto Mensual	\$1.572,55	\$1.552,55	\$1.572,55	\$1.552,55	\$1.572,55	-\$988,97	<b>\$13.390,67</b>
Flujo de Caja Acumulado	\$8.129,46	\$9.682,01	\$11.254,55	\$12.807,10	\$14.379,65	\$13.390,67	

### **Programa de ventas (tomado de estudio técnico)**

Al momento de realizar los envíos, se toma en cuenta la capacidad de producción del proveedor que es de 250 unidades mensuales, y la demanda estimada es de 3000 sombreros finos al año, se realizan envíos bimestrales; el primero es en el mes de febrero y el último es en diciembre, con una forma de pago en dos partes: el 50 % anticipado para asegurar el pedido y la otra mitad a la fecha en que se entrega el pedido, es importante mencionar que el costo de transporte lo cubre la empresa externa, desde el puerto de embarque hasta la bodega del importador.

El precio del primer año se fija en USD 155,00 con un costo de USD 125,00, al proveedor se le cancela la mercadería con la misma forma de pago mencionada. Con respecto a los suministros de oficina, solo se compra una vez al año todo y se distribuye para el personal.

### **Flujo de Caja Anual y Análisis de Sensibilidad**

Para las proyecciones del flujo de caja anual se estimaron cinco años en la cual se tomaron los siguientes supuestos para dos escenarios; el optimista y pesimista:

- Para proyectar los ingresos en el Flujo de Caja Anual Optimista se usó la información de Trade Map de datos históricos del año 2002 al 2017 y se lo aplicó en el tercer año ya que los dos primeros se llegó a un acuerdo de mantener el mismo precio. El porcentaje de crecimiento anual calculado fue de 21,64 % (ver apéndice B). En el caso del escenario pesimista se usó una tasa del 13,81 %, bajo el criterio del promedio de toneladas exportadas de la partida 650400 de los últimos siete años (ver apéndice B).
- Para ambos escenarios, según cada año, la inflación varia por lo que se calculó una inflación promedio para los siguientes cinco años. Ver apéndice C. Este porcentaje se aplica en cajas, suministros, servicios generales, gastos de publicidad y transporte.
- En el alquiler, se estipula en un contrato que cada dos años se aumenta el 5 %.
- En gastos de venta se planea viajar en el año tres y cuatro para buscar nuevos mercados.

Tabla 19

*Flujo de Caja Anual Optimista*

<b>Ingresos</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Cantidad de Sombreros		\$465.000,00	\$465.000,00	\$565.639,68	\$688.060,76	\$836.977,35
Precio	\$155,00					
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$465.000,00</b>	<b>\$465.000,00</b>	<b>\$565.639,68</b>	<b>\$688.060,76</b>	<b>\$836.977,35</b>
		3,67%				
<b>Egresos</b>						
Sombreros	\$125,00	\$375.000,00	\$405.000,00	\$437.400,00	\$472.392,00	\$510.183,36
Cajas para sombreros	30	\$91,80	\$95,17	\$98,66	\$102,29	\$106,04
Sueldos		\$45.224,45	\$47.389,36	\$49.657,90	\$52.035,04	\$54.525,97
Suministros de Oficina		\$185,04	\$191,83	\$198,88	\$206,18	\$213,74
Alquiler de oficina/bodega		\$14.400,00	\$14.400,00	\$15.120,00	\$15.120,00	\$15.876,00
Servicios Generales		\$5.820,00	\$6.033,65	\$6.255,15	\$6.484,77	\$6.722,83
Gastos de Publicidad		\$5.445,00	\$5.644,89	\$5.852,11	\$6.066,94	\$6.289,66
Gastos de Venta				\$10.000,00	\$10.000,00	
Transporte interno		\$240,00	\$248,81	\$257,94	\$267,41	\$277,23
Transporte externo		\$120,00	\$124,41	\$128,97	\$133,71	\$138,62
Gastos Financieros		\$1.847,06	\$1.524,10	\$1.168,92	\$778,30	\$348,68
Amortización del préstamo		\$3.235,98	\$3.558,93	\$3.914,11	\$4.304,74	\$4.734,35
<b>Total Egresos</b>		<b>\$451.609,33</b>	<b>\$484.211,15</b>	<b>\$530.052,65</b>	<b>\$567.891,37</b>	<b>\$599.416,48</b>
Inversión Inicial	-\$28.211,59					
Flujo de Caja Neto Mensual	-\$28.211,59	\$13.390,67	-\$19.211,15	\$35.587,04	\$120.169,39	\$237.560,87
Flujo de Caja Acumulado		\$13.390,67	-\$5.820,48	\$29.766,56	\$149.935,95	\$387.496,81

Tabla 20

*Flujo de Caja Anual Pesimista*

<b>Ingresos</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Cantidad de Sombreros		\$465.000,00	\$465.000,00	\$529.234,58	\$602.342,44	\$685.549,35
Precio	\$155,00					
<b>Total Ingresos</b>		<b>\$465.000,00</b>	<b>\$465.000,00</b>	<b>\$529.234,58</b>	<b>\$602.342,44</b>	<b>\$685.549,35</b>
<b>Egresos</b>			3,67%			
Sombreros	\$125,00	\$375.000,00	\$405.000,00	\$437.400,00	\$472.392,00	\$510.183,36
Cajas para sombreros	30	\$91,80	\$95,17	\$98,66	\$102,29	\$106,04
Sueldos		\$45.224,45	\$47.389,36	\$49.657,90	\$52.035,04	\$54.525,97
Suministros de Oficina		\$185,04	\$191,83	\$198,88	\$206,18	\$213,74
Alquiler de oficina/bodega		\$14.400,00	\$14.400,00	\$15.120,00	\$15.120,00	\$15.876,00
Servicios Generales		\$5.820,00	\$6.033,65	\$6.255,15	\$6.484,77	\$6.722,83
Gastos de Publicidad		\$5.445,00	\$5.644,89	\$5.852,11	\$6.066,94	\$6.289,66
Gastos de Venta				\$10.000,00	\$10.000,00	
Transporte interno		\$240,00	\$248,81	\$257,94	\$267,41	\$277,23
Transporte externo		\$120,00	\$124,41	\$128,97	\$133,71	\$138,62
Gastos Financieros		\$1.847,06	\$1.524,10	\$1.168,92	\$778,30	\$348,68
Amortización del préstamo		\$3.235,98	\$3.558,93	\$3.914,11	\$4.304,74	\$4.734,35
<b>Total Egresos</b>		<b>\$451.609,33</b>	<b>\$484.211,15</b>	<b>\$530.052,65</b>	<b>\$567.891,37</b>	<b>\$599.416,48</b>
Inversión Inicial	-\$28.211,59					
Flujo de Caja Neto Mensual	-\$28.211,59	\$13.390,67	-\$19.211,15	-\$818,07	\$34.451,07	\$86.132,86
Flujo de Caja Acumulado		\$13.390,67	-\$5.820,48	-\$6.638,55	\$27.812,52	\$113.945,39

Tabla 21

*Estado de Pérdidas y Ganancias Optimista*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>					
Venta	<b>\$465.000,00</b>	<b>\$465.000,00</b>	<b>\$565.639,68</b>	<b>\$688.060,76</b>	<b>\$836.977,35</b>
<b>Egresos</b>					
Sombreros	\$ 375.000,00	\$ 405.000,00	\$ 437.400,00	\$ 472.392,00	\$ 510.183,36
Cajas para sombreros	\$ 91,80	\$ 95,17	\$ 98,66	\$ 102,29	\$ 106,04
<b>Total Costos</b>	<b>\$ 375.091,80</b>	<b>\$ 405.095,17</b>	<b>\$ 437.498,66</b>	<b>\$ 472.494,29</b>	<b>\$ 510.289,40</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 89.908,20</b>	<b>\$ 59.904,83</b>	<b>\$ 128.141,02</b>	<b>\$ 215.566,47</b>	<b>\$ 326.687,95</b>
<b>Gastos de Administración</b>					
Sueldos	\$ 45.224,45	\$ 47.389,36	\$ 49.657,90	\$ 52.035,04	\$ 54.525,97
Suministros de Oficina	\$ 185,04	\$ 191,83	\$ 198,88	\$ 206,18	\$ 213,74
Alquiler de oficina/bodega	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.876,00
Servicios Generales	\$ 5.820,00	\$ 6.033,65	\$ 6.255,15	\$ 6.484,77	\$ 6.722,83
<b>Total Gastos de Administración</b>	<b>\$ 65.629,49</b>	<b>\$ 68.014,84</b>	<b>\$ 71.231,92</b>	<b>\$ 73.845,99</b>	<b>\$ 77.338,55</b>
<b>Gastos de Venta &amp; Marketing</b>					
Gastos de Publicidad	\$ 5.445,00	\$ 5.644,89	\$ 5.852,11	\$ 6.066,94	\$ 6.289,66
Gastos de Venta	\$ -	\$ -	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ -
<b>Total Gastos de Venta &amp; Marketing</b>	<b>\$ 5.445,00</b>	<b>\$ 5.644,89</b>	<b>\$ 15.852,11</b>	<b>\$ 16.066,94</b>	<b>\$ 6.289,66</b>
<b>Gastos Operacionales</b>					
Transporte interno	\$ 240,00	\$ 248,81	\$ 257,94	\$ 267,41	\$ 277,23
Transporte externo	\$ 120,00	\$ 124,41	\$ 128,97	\$ 133,71	\$ 138,62
Depreciaciones	\$ 1.612,36	\$ 1.612,36	\$ 1.612,36	\$ 603,03	\$ 603,03
<b>Total de Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 1.972,36</b>	<b>\$ 1.985,58</b>	<b>\$ 1.999,28</b>	<b>\$ 1.004,15</b>	<b>\$ 1.018,88</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 16.861,35</b>	<b>\$ -15.740,48</b>	<b>\$ 39.057,71</b>	<b>\$ 124.649,39</b>	<b>\$ 242.040,87</b>
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 1.847,06	\$ 1.524,10	\$ 1.168,92	\$ 778,30	\$ 348,68
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 15.014,29</b>	<b>\$ -17.264,58</b>	<b>\$ 37.888,78</b>	<b>\$ 123.871,10</b>	<b>\$ 241.692,19</b>
Pago Part. Trab.	\$ 2.252,14	\$ -2.589,69	\$ 5.683,32	\$ 18.580,66	\$ 36.253,83
Pago de IR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 12.762,15</b>	<b>\$ -14.674,90</b>	<b>\$ 32.205,47</b>	<b>\$ 105.290,43</b>	<b>\$ 205.438,36</b>

Tabla 22

*Estado de Pérdidas y Ganancias Pesimista*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>					
Venta	<b>\$465.000,00</b>	<b>\$465.000,00</b>	<b>\$529.234,58</b>	<b>\$602.342,44</b>	<b>\$685.549,35</b>
<b>Egresos</b>					
Sombreros	\$ 375.000,00	\$ 405.000,00	\$ 437.400,00	\$ 472.392,00	\$ 510.183,36
Cajas para sombreros	\$ 91,80	\$ 95,17	\$ 98,66	\$ 102,29	\$ 106,04
<b>Total Costos</b>	<b>\$ 375.091,80</b>	<b>\$ 405.095,17</b>	<b>\$ 437.498,66</b>	<b>\$ 472.494,29</b>	<b>\$ 510.289,40</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 89.908,20</b>	<b>\$ 59.904,83</b>	<b>\$ 91.735,91</b>	<b>\$ 129.848,16</b>	<b>\$ 175.259,95</b>
<b>Gastos de Administración</b>					
Sueldos	\$ 45.224,45	\$ 47.389,36	\$ 49.657,90	\$ 52.035,04	\$ 54.525,97
Suministros de Oficina	\$ 185,04	\$ 191,83	\$ 198,88	\$ 206,18	\$ 213,74
Alquiler de oficina/bodega	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 15.120,00	\$ 15.120,00	\$ 15.876,00
Servicios Generales	\$ 5.820,00	\$ 6.033,65	\$ 6.255,15	\$ 6.484,77	\$ 6.722,83
<b>Total Gastos de Administración</b>	<b>\$ 65.629,49</b>	<b>\$ 68.014,84</b>	<b>\$ 71.231,92</b>	<b>\$ 73.845,99</b>	<b>\$ 77.338,55</b>
<b>Gastos de Venta &amp; Marketing</b>					
Gastos de Publicidad	\$ 5.445,00	\$ 5.644,89	\$ 5.852,11	\$ 6.066,94	\$ 6.289,66
Gastos de Venta	\$ -	\$ -	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	\$ -
<b>Total Gastos de Venta &amp; Marketing</b>	<b>\$ 5.445,00</b>	<b>\$ 5.644,89</b>	<b>\$ 15.852,11</b>	<b>\$ 16.066,94</b>	<b>\$ 6.289,66</b>
<b>Gastos Operacionales</b>					
Transporte interno	\$ 240,00	\$ 248,81	\$ 257,94	\$ 267,41	\$ 277,23
Transporte externo	\$ 120,00	\$ 124,41	\$ 128,97	\$ 133,71	\$ 138,62
Depreciaciones	\$ 1.612,36	\$ 1.612,36	\$ 1.612,36	\$ 603,03	\$ 603,03
<b>Total de Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 1.972,36</b>	<b>\$ 1.985,58</b>	<b>\$ 1.999,28</b>	<b>\$ 1.004,15</b>	<b>\$ 1.018,88</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 16.861,35</b>	<b>\$ -15.740,48</b>	<b>\$ 2.652,60</b>	<b>\$ 38.931,08</b>	<b>\$ 90.612,87</b>
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 1.847,06	\$ 1.524,10	\$ 1.168,92	\$ 778,30	\$ 348,68
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 15.014,29</b>	<b>\$ -17.264,58</b>	<b>\$ 1.483,68</b>	<b>\$ 38.152,78</b>	<b>\$ 90.264,19</b>
Pago Part. Trab.	\$ 2.252,14	\$ -2.589,69	\$ 222,55	\$ 5.722,92	\$ 13.539,63
Pago de IR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 12.762,15</b>	<b>\$ -14.674,90</b>	<b>\$ 1.261,12</b>	<b>\$ 32.429,86</b>	<b>\$ 76.724,56</b>

## Retorno (VAN, TIR, ROE)

Tabla 23

*Índices Financieros*

	<b>Optimista</b>	<b>Pesimista</b>
<b>TIR</b>	85,44%	35,45%
<b>VAN</b>	\$139.977,55	\$19.288,43
<b>Liquidez</b>	1,12255994	1,12255994

Para calcular la Tasa Mínima Atractiva de Retorno [TMAR], primero se tomó el Retorno sobre la Inversión, ROE por sus siglas en inglés, del negocio actual con ventas locales. Luego se calculó la TMAR con el método del Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC por sus siglas en inglés) para considerar el nivel de endeudamiento con la CFN que aporta el 70 % a una tasa de 9.98 %. El resultado de la Tasa Mínima fue de 20,59 %.

Tabla 24

*Datos del Negocio actual para calcular el ROE.*

	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>	<b>TOTAL</b>
<b>VENTAS</b>	\$1.490,00	\$1.764,00	\$2.427,50	\$1.177,00	\$1.409,00	\$1.103,00	\$1.443,50	<b>\$10.814,00</b>
<b>PAGO</b>								
<b>PROVEEDORES</b>	\$312,00	\$412,00	\$810,00	\$550,00	\$424,00	\$290,00	\$300,00	\$3.098,00
<b>ARRIENDO</b>	\$375,20	\$375,20	\$375,20	\$375,20	\$375,20	\$375,20	\$375,20	\$2.626,40
<b>LUZ</b>	\$0,00	\$13,00	\$13,00	\$13,00	\$13,00	\$13,00	\$13,00	\$78,00
<b>VARIOS</b>	\$39,93	\$90,50	\$105,50	\$27,00	\$35,00	\$68,00	\$112,00	\$477,93
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$762,87</b>	<b>\$873,30</b>	<b>\$1.123,80</b>	<b>\$211,80</b>	<b>\$561,80</b>	<b>\$356,80</b>	<b>\$643,30</b>	<b>\$4.533,67</b>

**PATRIMONIO** \$ 10.000,00

**ROE** 45,34 %

**WACC** = 45,34 % \* 30 % + 9,98 % \* 70 % = 20, 59

Tabla 25

Análisis Vertical

	Año 0	Año 1	%	Año 2	%	Año 3	%	Año 4	%	Año 5	%
<b>Ingresos</b>											
Venta	\$465.000,00	100%		\$465.000,00	100%	\$565.639,68	100%	\$688.060,76	100%	\$836.977,35	100%
<b>Egresos</b>											
Sombreros	\$375.000,00	80,65%		\$405.000,00	87,10%	\$437.400,00	77,33%	\$472.392,00	69%	\$510.183,36	61%
Cajas para sombreros	\$ 91,80	0,02%		\$ 95,17	0,02%	\$ 98,66	0,02%	\$ 102,29	0%	\$ 106,04	0%
<b>Total Costos</b>	<b>\$375.091,80</b>	<b>80,66%</b>		<b>\$405.095,17</b>	<b>87,12%</b>	<b>\$437.498,66</b>	<b>77,35%</b>	<b>\$472.494,29</b>	<b>69%</b>	<b>\$510.289,40</b>	<b>61%</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 89.908,20</b>	<b>\$ 0,19</b>		<b>\$ 59.904,83</b>	<b>\$ 0,13</b>	<b>\$128.141,02</b>	<b>\$ 0,23</b>	<b>\$215.566,47</b>	<b>\$ 0,31</b>	<b>\$326.687,95</b>	<b>\$ 0,39</b>
<b>Gastos de Administración</b>											
Sueldos	\$ 45.224,45	9,73%		\$ 47.389,36	10,19%	\$ 49.657,90	8,78%	\$ 52.035,04	8%	\$ 54.525,97	7%
Suministros de Oficina	\$ 185,04	0,04%		\$ 191,83	0,04%	\$ 198,88	0,04%	\$ 206,18	0%	\$ 213,74	0%
Alquiler de oficina/bodega	\$ 14.400,00	3,10%		\$ 14.400,00	3,10%	\$ 15.120,00	2,67%	\$ 15.120,00	2%	\$ 15.876,00	2%
Servicios Generales	\$ 5.820,00	1,25%		\$ 6.033,65	1,30%	\$ 6.255,15	1,11%	\$ 6.484,77	1%	\$ 6.722,83	1%
<b>Total Gastos de Administración</b>	<b>\$ 65.629,49</b>	<b>14,11%</b>		<b>\$ 68.014,84</b>	<b>14,63%</b>	<b>\$ 71.231,92</b>	<b>12,59%</b>	<b>\$ 73.845,99</b>	<b>11%</b>	<b>\$ 77.338,55</b>	<b>9%</b>
<b>Gastos de Venta &amp; Marketing</b>											
Gastos de Publicidad	\$ 5.445,00	1,17%		\$ 5.644,89	1,21%	\$ 5.852,11	1,03%	\$ 6.066,94	1%	\$ 6.289,66	1%
Gastos de Venta	\$ -			\$ -	0,00%	\$ 10.000,00	1,77%	\$ 10.000,00	1%	\$ -	0%
<b>Total Gastos de Venta &amp; Marketing</b>	<b>\$ 5.445,00</b>	<b>1,17%</b>		<b>\$ 5.644,89</b>	<b>1,21%</b>	<b>\$ 15.852,11</b>	<b>2,80%</b>	<b>\$ 16.066,94</b>	<b>2%</b>	<b>\$ 6.289,66</b>	<b>1%</b>
<b>Gastos Operacionales</b>											
Transporte interno	\$ 240,00	0,05%		\$ 248,81	0,05%	\$ 257,94	0,05%	\$ 267,41	0%	\$ 277,23	0%
Transporte externo	\$ 120,00	0,03%		\$ 124,41	0,03%	\$ 128,97	0,02%	\$ 133,71	0%	\$ 138,62	0%
Depreciaciones	\$ 1.612,36	0,35%		\$ 1.612,36	0,35%	\$ 1.612,36	0,29%	\$ 603,03	0%	\$ 603,03	0%
<b>Total de Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 1.972,36</b>	<b>0,42%</b>		<b>\$ 1.985,58</b>	<b>0,43%</b>	<b>\$ 1.999,28</b>	<b>0,35%</b>	<b>\$ 1.004,15</b>	<b>0%</b>	<b>\$ 1.018,88</b>	<b>0%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 16.861,35</b>	<b>3,63%</b>		<b>\$ -15.740,48</b>	<b>-3,39%</b>	<b>\$ 39.057,71</b>	<b>6,91%</b>	<b>\$124.649,39</b>	<b>18%</b>	<b>\$242.040,87</b>	<b>29%</b>
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 1.847,06	0,40%		\$ 1.524,10	0,33%	\$ 1.168,92	0,21%	\$ 778,30	0%	\$ 348,68	0%
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 15.014,29</b>	<b>3,23%</b>		<b>\$ -17.264,58</b>	<b>-3,71%</b>	<b>\$ 37.888,78</b>	<b>6,70%</b>	<b>\$123.871,10</b>	<b>18%</b>	<b>\$241.692,19</b>	<b>29%</b>
Pago Part. Trab.	\$ 2.252,14	0,48%		\$ -2.589,69	-0,56%	\$ 5.683,32	1,00%	\$ 18.580,66	3%	\$ 36.253,83	4%
Pago de IR	\$ -	0,00%		\$ -	0,00%	\$ -	0,00%	\$ -	0%	\$ -	0%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 12.762,15</b>	<b>2,74%</b>		<b>\$ -14.674,90</b>	<b>-3,16%</b>	<b>\$ 32.205,47</b>	<b>5,69%</b>	<b>\$105.290,43</b>	<b>15%</b>	<b>\$205.438,36</b>	<b>25%</b>

Tabla 26

*Porcentajes del margen de utilidad del análisis vertical*

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Margen de Utilidad Bruta	19,34%	12,88%	22,65%	31,33%	39,03%
Margen de Utilidad Operativa	3,63%	-3,39%	6,91%	18,12%	28,92%
Margen de utilidad antes de Impuestos	3,23%	-3,71%	6,70%	18,00%	28,88%
Margen de Utilidad Neta	2,74%	-3,16%	5,69%	15,30%	24,55%

En la tabla 25 se muestra el análisis vertical que sirve para evaluar el funcionamiento de la empresa en el periodo de tiempo y en la tabla 26 se muestra los porcentajes de cada margen.

Tabla 27  
Análisis Horizontal

	Variación año 1 vs año 2	Variación año 2 vs año 3	Variación año 3 vs año 4	Variación año 4 vs año 5
<b>Ingresos</b>				
Venta	0,00%	21,64%	21,64%	21,64%
<b>Egresos</b>				
Sombreros	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
Cajas para sombreros	3,67%	3,67%	3,67%	3,67%
<b>Total Costos</b>	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>-33,37%</b>	<b>113,91%</b>	<b>68,23%</b>	<b>51,55%</b>
<b>Gastos de Administración</b>				
Sueldos	4,79%	4,79%	4,79%	4,79%
Suministros de Oficina	3,67%	3,67%	3,67%	3,67%
Alquiler de oficina/bodega	0,00%	5,00%	0,00%	5,00%
Servicios Generales	3,67%	3,67%	3,67%	3,67%
<b>Total Gastos de Administración</b>	<b>3,63%</b>	<b>4,73%</b>	<b>3,67%</b>	<b>4,73%</b>
<b>Gastos de Venta &amp; Marketing</b>				
Gastos de Publicidad	3,67%	3,67%	3,67%	3,67%
Gastos de Venta			0,00%	-100,00%
<b>Total Gastos de Venta &amp; Marketing</b>	<b>3,67%</b>	<b>180,82%</b>	<b>1,36%</b>	<b>-60,85%</b>
<b>Gastos Operacionales</b>				
Transporte interno	3,67%	3,67%	3,67%	3,67%
Transporte externo	3,67%	3,67%	3,67%	3,67%
Depreciaciones	0,00%	0,00%	-62,60%	0,00%
<b>Total de Gastos Operacionales</b>	<b>0,67%</b>	<b>0,69%</b>	<b>-49,77%</b>	<b>1,47%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-193,35%</b>	<b>-348,14%</b>	<b>219,14%</b>	<b>94,18%</b>
<b>Gastos Financieros</b>	-17,48%	-23,30%	-33,42%	-55,20%
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-214,99%</b>	<b>-319,46%</b>	<b>-226,93%</b>	<b>95,12%</b>
Pago Part. Trab.	-214,99%	-319,46%	226,93%	95,12%
Pago de IR				
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-214,99%</b>	<b>-319,46%</b>	<b>226,93%</b>	<b>95,12%</b>

En la tabla 27 se muestra el análisis horizontal que compara la evolución de la compañía a través del tiempo.

## **Conclusiones y Recomendaciones**

### **Conclusiones**

Luego de realizar un estudio de mercado, técnico y financiero, se concluye que el proyecto si es factible para exportar sombreros de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos-Dubái, con respecto a la formulación del problema, se analizó que los factores que intervienen son: sociales, económicos, climáticos y productivo. Esta conclusión responde al objetivo general y a la formulación del problema planteado al inicio del estudio.

De acuerdo con los cuatro objetivos específicos planteados, se desarrolló el primero que consiste en el marco conceptual, referencial y metodológico que en base a las teorías y referencias institucionales se concluye que la exportación al emirato es factible por ser un producto con ventaja absoluta y con un presupuesto del consumidor accesible.

El segundo objetivo se enfocó en el estudio de mercado para conocer cómo reacciona la población ante un nuevo producto, es por eso que se investigó algunos factores que son importantes y se concluye lo siguiente: dentro del factor social, se encuentra inmersa la cultura en la que a pesar de mantener sus costumbres y tradiciones arraigadas, no existe prohibición alguna para usar esta prenda de vestir y por otra parte, las creencias de su religión no intervienen en la decisión de compra de un accesorio de vestir, al contrario, el mercado se siente atraído por adquirir el top de la moda.

En el Factor Económico, de acuerdo a los índices investigados y a cifras históricas Dubái es un emirato con alto poder adquisitivo con una economía sostenible que lo hace atractivo para el resto del mundo.

Con respecto al factor climático, la temperatura ayuda a que el uso del sombrero no sea solo considerado un accesorio de moda sino también una necesidad y de esta manera el volumen de venta incrementa.

Por otro lado el proceso de producción del sombrero de Paja Toquilla crea un concepto valioso para el mercado extranjero por ser tejido a mano lo que lo sitúa como objeto de atención único.

El tercer objetivo es acerca del estudio organizacional para conocer si un negocio bajo esta línea y en dirección a ese mercado tiene resultados positivos. Para eso se constituye una empresa de compañía anónima por preferencia de los socios que es esencial para realizar la actividad comercial sin ningún inconveniente. Para el inicio

de las actividades se cuenta con cuatro personas que operan en la compañía, cada una con sus propias funciones y cargos.

Finalmente el estudio de factibilidad financiera presenta dos escenarios. Bajo el escenario optimista, el proyecto es factible con y sin financiamiento puesto que la Tasa de Retorno del proyecto (TIR = 85,44 %) es mayor que el retorno mínimo exigido por los inversionistas (TMAR = 20,59 %). Para el escenario pesimista, el proyecto es factible con una TIR es de 35,45 %, superior a la TMAR. Sin embargo, si el proyecto se realiza con aporte del 100 % de los accionistas –sin financiamiento– el proyecto no es factible, ya que la TMAR es 45,34 %. Esto quiere decir que tanto en el escenario optimista como pesimista el proyecto es rentable si se realiza con préstamo bancario de la CFN.

### **Recomendaciones**

Debido a la falta de información, se recomienda que el estado o empresas elaboren estudios de mercado para conocer a profundidad el comportamiento de gustos y preferencias del mercado emirato. Para este proyecto se ingresa a EAU-Dubái con un sombrero de grado 10-11, sin embargo se sugiere que se analice la posibilidad de exportar sombreros con menor grado y mayor volumen. La calidad del sombrero y ajustarse a las exigencias del mercado.

Se recomienda que en un futuro estudio de mercado se considere el mercado de Qatar, lugar en el cual se realizará el próximo mundial 2022.

Para futuras investigaciones se sugiere tomar en cuenta las características de los turistas que ingresan anualmente al Emirato, pueden ser considerados potenciales compradores.

Es necesario mantener activa esta actividad productiva que puede ser en un futuro una fuente de ingreso principal del país, por ende se recomienda incentivar a los ecuatorianos el aprendizaje de ésta valiosa labor que representa parte de la identidad del Ecuador.

Motivar a las nuevas generaciones mediante incentivo económico laboral para que lo vean como una actividad productiva y rentable.

## Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (23 de Mayo de 2018). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (8 de Agosto de 2014). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-sombrero-de-paja-toquilla-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad/>
- Abigail, B. L. (2015). *Análisis de las exportaciones del sector artesanal de la paja toquilla*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4033/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-171.pdf>
- Armendariz, C. (18 de Febrero de 2015). *Pro Ecuador*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/temporal/?p=40064>
- Banco Mundial. (2016). *Banco Mundial*. Recuperado el 24 de Junio de 2018, de <https://datos.bancomundial.org/pais/emiratos-arabes-unidos?view=chart>
- Bedón, F., Benavides, J., & Sigcha, M. (2014). *Plan de Implementacion de Cooperativa de valor para las campanas de paja toquilla*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica del Litoral: <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/89387/D-P12135.pdf>
- Brummitt. (2013). *The IUCN red list of threatened Species*. doi:<http://dx.doi.org/10.2305/IUCN.UK.2013-2.RLTS.T44392681A44401274.en>.
- Central Intelligence Agency. (11 de Junio de 2018). *Central Intelligence Agency*. Recuperado el 24 de Junio de 2018, de <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/ae.html>
- Corporación de Promoción de exportaciones e Inversiones . (7 de Junio de 2018). *CORPEI* . Obtenido de <http://www.corpei.org.ec/la-institucion/>
- Corporación Financiera Nacional. (17 de Agosto de 2018). *CORPORACION FINANCIERA NACIONAL*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/08/Tasas-de-Interes-agosto-2018.pdf>

- DP World Posorja. (2018). *Puerto de Aguas Profundas en posorja*. Obtenido de <https://www.dpworldposorja.com.ec/>
- Dubái Maritime City Authority. (8 de Agosto de 2018). *Government of Dubái*. Obtenido de <http://www.dmca.ae/en/AboutDMCA.aspx?GenericContent=location.map>
- Dunia. (23 de Mayo de 2018). Obtenido de <https://www.dunia.ae/bait-al-arab>
- Government of Dubai. (2018). Obtenido de <https://www.dubaiplan2021.ae/dubai-plan-2021/>
- Hé Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Colombia, Colombia: McGRAW Hill. Recuperado el 6 de Junio de 2018
- Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (7 de Junio de 2018). *Exporta Facil*. Obtenido de [http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=18&Itemid=122](http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=18&Itemid=122)
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural . (2010). *Instituto Nacional de Patrimonio Cultural* . Obtenido de <http://patrimoniocultural.gob.ec/las-hebras-que-tejieron-nuestra-historia/>
- International Trade Centre. (2017). *Market Access Map*. Recuperado el 9 de Agosto de 2018, de <http://www.macmap.org/QuickSearch/CompareTariffs/CompareTariffsResults.aspx?product=6504&country=218&isimporter=0>
- International Trade Centre. (2018). *Trade Map*. Recuperado el 16 de Mayo de 2018, de [https://www.trademap.org/Product\\_SelCountry\\_TS.aspx?nvpm=3|218|||65||4|1|1|2|1|1|1|1](https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3|218|||65||4|1|1|2|1|1|1|1)
- International Trade Centre. (8 de Agosto de 2018). *Trade Map* . Obtenido de [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3|784|||6504||4|1|1|1|2|1|2|1|1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|784|||6504||4|1|1|1|2|1|2|1|1)
- Jiménez, E. (2004). *Escuela Superior Politecnica del Litoral*. Obtenido de Mejoramiento del Proceso de la fibra natural de Paja Toquilla para la

- elaboracion de sombreros:  
<http://www.pdpse.espol.edu.ec/documentos/proyectos/2004/pajatoquilla.pdf>
- Junta Nacional de defensa del Artesano. (14 de Mayo de 2008). *Junta Nacional de defensa del Artesano*. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu168907.pdf>
- Larrea, F. (2013). *Elementos del Comercio Internacional*. Quito, Ecuador: Pacheco diseño e imprenta. Recuperado el 5 de Junio de 2018
- Meléndez, A. (15 de Marzo de 2016). Marca País mas alla del logo. *Revista Gestión*, 21. Recuperado el 10 de Julio de 2018, de [http://www.revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy\\_pdfs/261\\_002.pdf](http://www.revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/261_002.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior . (2018). *Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones*. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/comex/>
- Ministerio de Comercio Exterior. (2018). *PROECUADOR*. Recuperado el 22 de Agosto de 2018, de <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones. (2014). Recuperado el 24 de Junio de 2018, de <https://www.comercioexterior.gob.ec/tame-ep-y-emirates-airlines-conectaran-ecuador-con-asia/>
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones. (8 de Mayo de 2016). Recuperado el 24 de Junio de 2018, de <https://www.comercioexterior.gob.ec/emiratos-arabes-unidos-y-ecuador-estrechan-lazos-comerciales/>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (9 de Noviembre de 2016). *Ministerio de Economía y Finanzas*. Recuperado el 25 de Junio de 2018, de [https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/11/012.9noviembre\\_Acuerdo\\_Tributario\\_con\\_Emiratos\\_Arabes\\_Unidos1.pdf](https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/11/012.9noviembre_Acuerdo_Tributario_con_Emiratos_Arabes_Unidos1.pdf)
- Oficina Comercial de Chile-Dubái. (Abril de 2014). *ProChile*. Obtenido de [https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files\\_mf/1407963500PMP\\_EAU\\_Confecciones\\_2014.pdf](https://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/1407963500PMP_EAU_Confecciones_2014.pdf)

- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2009). *UNESCO*. Recuperado el 7 de Junio de 2018, de <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001473/147330s.pdf>
- Pérez, M. (25 de Mayo de 2017). *El Correo del Golfo*. Obtenido de <http://www.elcorreo.ae/economia/pro-ecuador-intensifica-sus-relaciones-comerciales-con-emiratos-arabes>
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2009). *MICROECONOMÍA. Séptima edición*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S. A. Recuperado el 5 de Mayo de 2018
- PRO ECUADOR. (26 de Septiembre de 2017). Recuperado el 25 de Junio de 2018, de <https://www.proecuador.gob.ec/exportaciones-ecuatorianas-logran-tarifas-preferenciales-en-medio-oriente/>
- PRO ECUADOR. (2017). *PRO ECUADOR*. Recuperado el 14 de Agosto de 2018, de [https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/PROEC\\_GL\\_2017.pdf](https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/PROEC_GL_2017.pdf)
- PROECUADOR. (31 de Julio de 2018). *PRO ECUADOR*. Recuperado el 8 de Agosto de 2018, de <https://www.proecuador.gob.ec/estudio-de-sombreros-de-paja-toquilla-en-alemania/>
- Quintero, J., & Sánchez, J. (Sept-Dic de 2006). La cadena de valor: Una herramienta de pensamiento estratégico. *Telos*, 8(3), 382. Recuperado el 21 de Agosto de 2018, de <http://www.redalyc.org/pdf/993/99318788001.pdf>
- Registro Oficial Ecuador. (31 de Mayo de 2017). *Legal Office FAOLEX*. Obtenido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ecu168899.pdf>
- Sampieri, R. H., Callado, C. F., & Lucio, P. B. (2014). *UCA Universidad Florencio del Castillo*. Recuperado el 8 de Junio de 2018, de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (22 de Septiembre de 2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Quito. Recuperado el 24 de Mayo de 2018, de <http://www.planificacion.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL\_0K.compressed1.pdf

Servicio de Rentas Internas. (2018). *SRI*.

Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador. (2018). *Aduana del Ecuador SENAE*.  
Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/la-institucion/>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (5 de Mayo de 2015). *Aduanas del Ecuador SENAE*. Obtenido de  
CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES : <https://www.aduana.gob.ec/codigo-organico-copci/>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (Abril de 2017). *Aduana del Ecuador SENAE*. Recuperado el 7 de Junio de 2018, de  
<https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (14 de Agosto de 2018). *Aduanas del Ecuador*. Obtenido de <https://ecuapass.aduana.gob.ec/>

Sotelo, A. H. (5 de Noviembre de 2013). *Forbes Mexico* . Recuperado el 24 de Mayo de 2018, de ¿Por qué diversificar?: <https://www.forbes.com.mx/por-que-diversificar/>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2018). *Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros*. Recuperado el 14 de Agosto de 2018, de  
[https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/instructivo\\_soc.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf)

UNESCO. (5 de Diciembre de 2012). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de  
<https://ich.unesco.org/es/RL/tejido-tradicional-del-sombrero-ecuatoriano-de-paja-toquilla-00729>

Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza. (22 de Mayo de 2018). *Especies para Restauración*. Obtenido de [http://www.especiesrestauracion-uicn.org/data\\_especie.php?sp\\_name=Carludovica%20palmata](http://www.especiesrestauracion-uicn.org/data_especie.php?sp_name=Carludovica%20palmata)

World Economic Forum. (2017). *World Economic Forum*. (K. Schwab, Ed.)  
Recuperado el 27 de Junio de 2018, de

<http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>

## Apéndices

### Apéndice A

Año	Salario Básico		Incremento porcentual
2013	\$	318,00	8,90%
2014	\$	340,00	6,92%
2015	\$	354,00	4,12%
2016	\$	366,00	3,39%
2017	\$	375,00	2,46%
2018	\$	386,00	2,93%
<b>Promedio de incrementos en el salario básico</b>			<b>4,79%</b>

### Apéndice B

Año	Toneladas	FOB (miles)	Dólares	Var. % FOB	Var. % toneladas
2001	20	460	\$460.000,00		
2002	24	501	\$501.000,00	9%	20%
2003	24	514	\$514.000,00	3%	0%
2004	21	606	\$606.000,00	18%	-13%
2005	22	691	\$691.000,00	14%	5%
2006	64	626	\$626.000,00	-9%	191%
2007	22	764	\$764.000,00	22%	-66%
2008	24	1167	\$1.167.000,00	53%	9%
2009	32	2137	\$2.137.000,00	83%	33%
2010	48	3369	\$3.369.000,00	58%	50%
2011	125	5052	\$5.052.000,00	50%	160%
2012	53	5317	\$5.317.000,00	5%	-58%
2013	61	6037	\$6.037.000,00	14%	15%
2014	90	8420	\$8.420.000,00	39%	48%
2015	69	9330	\$9.330.000,00	11%	-23%
2016	61	9492	\$9.492.000,00	2%	-12%
2017	46	7208	\$7.208.000,00	-24%	-25%
17 años de información histórica				21,64%	20,99%

### Apéndice C

<b>Año</b>	<b>Inflación acumulada enero - diciembre</b>
2008	8,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	-0,194
Inflación promedio	3,67%

### Apéndice D: Foto con Mario Vallejo



## Apéndice E: Información Proporcionada por Ernesto Roca

The screenshot displays an email client interface. On the left, a search results pane titled "Todos los resultados" lists four items from Ernesto Roca. The main pane shows the details of the selected email, "Re: INFORMACIÓN PARA TESIS", including a PDF attachment and the body text.

**Ernesto Roca** ☆  
rocaernesto1@gmail.com  
Enviar correo electrónico

Todos los resultados

- Ernesto Roca**  
Re: INFORMACIÓN PAR... Mar 21/8  
Sueldo Básico de Du... Bandeja de ent...
- Ernesto Roca** via LinkedIn  
See Ernesto's connection... 29/3/2017  
See Ernesto's connec... Bandeja de ent...
- Ernesto Roca**  
RE: Solicitud de empresa 11/9/2015  
si hoy le pasan las pr... Bandeja de ent...
- Ernesto Roca**  
RE: Solicitud de empresa 10/9/2015  
Estimada Vanessa Tra... Bandeja de ent...

**Re: INFORMACIÓN PARA TESIS**

**Ernesto Roca** <rocaernesto1@gmail.com>  
Mar 21/8/2018, 6:26  
Usted; MARIO VALLEJO

Robert Half UAE 2018 Sal...  
2 MB

Descargar Guardar en OneDrive

Sueldo Básico de Dubái o un aproximado.  
FAVOR VER ARTICULO ADJUNTO.

Con qué partida arancelaria ingresan los sombreros de paja toquilla a Dubái.  
**Partida 6504.00**

Generalmente a que puerto llegan las exportaciones de Ecuador.

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Andrade Fernandez Laura Cristhina**, con C.C: # **1312868852** autor/a del trabajo de titulación: **Estudio de Factibilidad para la exportación del sombrero de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos- Dubái** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **27 de Agosto del 2018**

f. \_\_\_\_\_

**Andrade Fernández Laura Cristhina**

**C.C: 1312868852**

## **DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN**

Yo, **Quille Vanegas Vanessa Laura** , con C.C: # **0950023655** autor/a del trabajo de titulación: **Estudio de Factibilidad para la exportación del sombrero de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos- Dubái** previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **27 de Agosto del 2018**

f. \_\_\_\_\_

**Quille Vanegas Vanessa Laura**

**C.C: 0950023655**

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

TEMA Y SUBTEMA:	Estudio de Factibilidad para la exportación del sombrero de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos- Dubái		
AUTOR(ES)	Quille Vanegas Vanessa Laura, Andrade Fernández Laura Cristhina		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Coello David		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	27 de agosto 2018	No. DE PÁGINAS:	70 p.
ÁREAS TEMÁTICAS:	Exportación de sombreros de paja toquilla		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Sombrero, paja toquilla, cultura, factibilidad, exportación, calidad.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>El presente trabajo de titulación tiene como propósito determinar la factibilidad para la exportación de sombreros de Paja Toquilla a los Emiratos Árabes Unidos- Dubái. Bajo la premisa de cumplir con el propósito de este proyecto se decide elaborar cinco capítulos en los cuales se analizan aspectos generales, marco conceptual, referencial y metodológico, factibilidad de mercado, factibilidad del estudio organizacional y técnico y factibilidad del estudio financiero. La metodología empleada para este trabajo tuvo un enfoque mixto, es decir cualitativo y cuantitativo lo cual se aplicó para investigar y analizar datos estadísticos, entrevistas exhaustivas y revisión de archivos oficiales. Por otra parte, la información era escasa y se aplicó un alcance exploratorio para de ésta manera conocer las posibilidades de inmersión de los sombreros de Paja Toquilla en Emiratos Árabes Unidos-Dubái. Por el límite de tiempo establecido no se pudo poner en marcha el presente proyecto por lo cual se denominó un diseño no experimental. Se concluye que el proyecto es factible porque en el ámbito cultural el mercado no tiene ninguna costumbre que prohíba el uso de sombreros de paja toquilla, existe poder adquisitivo para comprar el bien, el proveedor cuenta con capacidad de producción para satisfacer la demanda y en lo que a factibilidad financiera se refiere el retorno cumple con la expectativa.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfonos: +593-9-81181357 +593-9-996792476	E-mail: vanessa-08@hotmail.es lauandradefer@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Coello David Teléfono: +593-4-3804600 E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			