

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

TEMA:

**“Factibilidad de la exportación de bisutería a base de granos de café tostado producidos
bajo un sistema asociativo”**

AUTORA:

García Morejón Nicole Stefanía

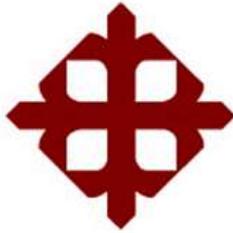
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTOR:

Ing. Max Galarza Hernández, MSc.

Guayaquil, Ecuador

2019



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 **García Morejón Nicole Stefanía**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe

TUTOR

Ing. Max Galarza Hernández, MSc.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, 12 de septiembre del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, García Morejón Nicole Stefanía

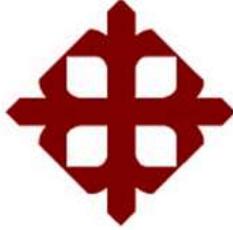
DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Factibilidad de la exportación de bisutería a base de granos de café tostado producidos bajo un sistema asociativo**, 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, 12 de septiembre del 2019

García Morejón Nicole Stefanía



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

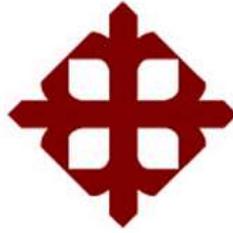
AUTORIZACIÓN

Yo, García Morejón Nicole Stefanía

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Factibilidad de la producción y exportación de bisutería a base de granos de café tostado producidos bajo un sistema asociativo, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 12 de septiembre del 2019

García Morejón Nicole Stefanía



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

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado: **Factibilidad de la exportación de bisutería a base de granos de café tostado producidos bajo un sistema asociativo**, presentado por la estudiante **García Morejón Nicole Stefania**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 5%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Trabajo de titulacion Nicole Stefania Garcia Morejón.doc (D54805774)
Submitted:	8/14/2019 12:43:00 AM
Submitted By:	max.galarza@cu.ucsg.edu.ec
Significance:	5 %

Ing. Galarza Hernández, Max MSc.

TUTOR

Agradecimiento

Son muchas las personas que han contribuido en este proceso y conclusión de mi tesis, en primer lugar, quiero agradecer a Dios, quien me ha dado fortaleza para seguir adelante sin dejarme caer. A mis padres por ser el pilar fundamental en todos estos años de universidad, siendo mi apoyo incondicional, motivándome para cumplir mis anhelos y llegar a esta meta.

Gracias a mi Madre quien es la persona que constantemente a luchado conmigo, gracias por cada consejo y por cada palabra de aliento que guiaron durante mi vida, y a mi Papa por siempre aconsejarme y desearme lo mejor, A mi hermana por su apoyo. A mi Hija Juliette, quien ha sido mi mayor motor durante este proceso y que gracias a ella tengo la mejor motivación para culminar esta gran etapa universitaria.

Mi agradecimiento también va dirigido para mi Tutor Max Galarza, por haberme brindado sus conocimientos, así como también haberme tenido toda la paciencia del mundo para guiarme durante el desarrollo de mi tesis.

Y para finalizar, agradezco a la universidad católica Santiago de Guayaquil, quien me abrió las puertas para lograr una de mis metas, y a los profesores quienes mi brindaron todo su conocimiento.

Nicole Stefanía García Morejón

DEDICATORIA

Quiero dedicarle esta tesis a Dios, por guiarme en todo este proceso y con todo el amor y cariño a mi mamá y papá, por el sacrificio, esfuerzo y confianza que han puesto en mí, por cada palabra de aliento que me daban cada vez que partía a estudiar.

A mi hija Juliette, mi pilar fundamental para lograr esta meta, quien fue mi motivación en estos dos últimos años de mi carrera universitaria.

Nicole Stefanía García Morejón



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

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Galarza Hernández, Max MSc.
TUTOR

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Econ. Guim Bustos, Paola, Mgs.
COORDINADORA DEL ÁREA

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio
OPONENTE

Índice de contenido

Introducción	2
Capítulo I: Generalidades del Trabajo	4
Antecedentes	4
Justificación.....	4
Planteamiento del Problema.....	6
Sistematización.	7
Objetivos	7
Objetivo general.	7
Objetivos específicos.	7
Delimitación.....	8
Capítulo II: Marco Referencial, Teórico y Legal.....	9
Marco Referencial.....	9
El sector artesanal ecuatoriano.....	9
Teoría de la producción de recuerdos para turistas.....	9
Artesanías Ecuatorianas cautivan a empresa estadounidense.....	9
La Teoría cultural del turismo y arte.....	10
Caso de éxito sobre modelos asociativos.....	10
Federación de artesanos de Manta.	11
Marco Teórico.....	12
Teoría de la asociatividad.....	12
Teoría de la Internacionalización desde la perspectiva del proceso.	12
Teoría del Comercio Justo	12

Teoría del desarrollo sustentable.....	13
Marco Conceptual	13
Bisutería.	13
Bisutero.	13
Grano de Café.	13
Artesanos.....	14
Asociatividad.....	14
Cooperativismo.	14
Pyme.....	14
Matriz Productiva.....	14
Logística.....	15
Términos de Negociación del Comercio Internacional “Incoterms”	15
Estudio de mercado.	17
Oferta.....	17
Demanda.	17
Globalización.	18
Factibilidad Financiera.....	18
Marco legal.....	18
Marco Metodológico	21
Enfoque Mixto.	21
Alcance.....	22
Diseño.	22
Método	22

Población y muestra	22
Calculo de la Muestra.....	23
Método de muestreo.....	23
Matriz Metodológica.....	24
Capítulo III: Estudio de Mercado.....	25
Segmentación de mercado.....	25
Factores de decisión de compra	25
Necesidades del consumidor.....	26
Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos.....	26
Mercado de la oferta.....	28
Mercado de la Demanda.....	29
Saldo Comercial	29
Resultado de las encuestas	30
Entrevista.....	34
Análisis PEST	35
Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	37
Rivalidad entre competidores.....	38
Análisis FODA.....	38
Marketing Mix	39
Producto.	39
Precio.....	43
Plaza.	45
Promoción.	45

Proceso de Logística	45
Capítulo IV: La propuesta.....	49
Aspectos legales de la propuesta.....	49
Nombre comercial.....	50
Actividad Comercial.....	50
Tipo de Microempresa.....	50
Proceso de constitución.....	50
Requisitos generales para las asociaciones.....	51
Aspectos legales.....	51
Impuestos y permisos.....	51
Ubicación de la oficina.....	52
Diseño de la oficina.....	52
Plan estratégico	52
Misión.....	52
Visión.....	52
Objetivos.....	52
Ventajas de trabajar bajo un sistema asociativo.....	53
Desventajas de la asociatividad.....	53
Factores clave de éxito de trabajar en asociatividad	54
Capacidad de producción de las bisuterías por los Artesanos.....	54
Capítulo V: Estudio Financiero.....	55
Plan de inversión.....	55
Plan de financiamiento.....	56

Capital de trabajo	57
Depreciación.	57
Gastos de salarios	58
Gastos administrativos.	59
Proyecciones de la demanda y precios.	59
Proyección de costos de producción	60
Proyección de estado de resultado y flujo de caja.....	60
Balance general	60
Conclusiones y recomendaciones	68
Conclusiones	68
Recomendaciones.....	69
Bibliografía	70
Apéndices	81

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Definición de los tipos de incoterms</i>	16
Tabla 2 <i>Métodos Usados en la Formulación y Desarrollo de los Objetivos</i>	24
Tabla 3 <i>Partida arancelaria del producto a exportar</i>	28
Tabla 4 <i>Costos Variables</i>	43
Tabla 5 <i>Costos Fijos</i>	44
Tabla 6 <i>Precio por producto</i>	44
Tabla 7 <i>Cantidad de producción mensual de los artesanos</i>	54
Tabla 8 <i>Plan de inversión</i>	55
Tabla 9 <i>Financiamiento del proyecto</i>	57
Tabla 10 <i>Calculo anual de la amortización del crédito bancario</i>	57
Tabla 7 <i>Capital de trabajo</i>	57
Tabla 12 <i>Depreciación anual</i>	58
Tabla 13 <i>Nómina de trabajadores</i>	58
Tabla 14 <i>Gastos administrativos</i>	59
Tabla 15 <i>Proyecciones de ingresos</i>	59
Tabla 16 <i>Proyección de costos de producción</i>	60
Tabla 17 <i>Estado de resultado</i>	61
Tabla 18 <i>Flujo de Caja</i>	62
Tabla 19 <i>Balance general final del proyecto</i>	64
Tabla 20 <i>Punto de equilibrio para cada producto</i>	65
Tabla 21 <i>Ratos financieros</i>	67

Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Balanza Comercial de Ecuador 1995-2017.....	7
<i>Figura 2.</i> Imagen de la Federación de Artesanos de Manta.	11
<i>Figura 3.</i> Tipos de Incoterms 2010-2019..	15
<i>Figura 4.</i> Fórmula para calcular la muestra infinita..	23
<i>Figura 5.</i> Mercado de la Oferta.....	28
<i>Figura 6.</i> Mercado de la Demanda	29
<i>Figura 7.</i> Balanza Comercial..	29
<i>Figura 8.</i> Género.....	30
<i>Figura 9.</i> Edad.	30
<i>Figura 10.</i> Características importantes para la compra.	31
<i>Figura 11.</i> Razón principal de compra.	31
<i>Figura 12.</i> Medio que utiliza para comprar.	32
<i>Figura 13.</i> Frecuencia de consumo.....	32
<i>Figura 14.</i> Aceptación del mercado.....	33
<i>Figura 15.</i> Precio por par de arete.	33
<i>Figura 16.</i> Precio por pulsera.....	34
<i>Figura 17.</i> Precio por collar.	34
<i>Figura 18.</i> Etiqueta de collar.	42
<i>Figura 19.</i> Cotización de flete. Tomado de Exporta Fácil, 2019.....	48

Resumen

En el presente proyecto de investigación se identificó la factibilidad de la exportación y comercialización de bisutería artesanal elaborado a base de granos de café al mercado de Miami – Fl. Dentro de la investigación se analizó la situación actual de los artesanos de la ciudad de Manta, que no exportan sus bisuterías debido a la falta de conocimiento y capital, por lo cual la propuesta de asociatividad se plantea beneficiar a los artesanos a través de una microempresa como intermediaria para la exportación de dichas bisuterías, aprovechando la oportunidad de comercializarlas en el mercado extranjero. Asimismo, mediante el resultado de las encuestas se ejecutó el estudio de mercado que permitió conocer el perfil del consumidor y su aceptación en el mercado estadounidense por ser un producto artesanal, de buena calidad, diseños llamativos y precios asequibles. Por consiguiente, se consideró mediante la investigación de los factores técnicos – económicos que la factibilidad del proyecto es rentable.

***Palabras Clave:** Bisutería, artesanos, Miami, factibilidad, comercialización, comercio internacional*

Abstract

In the present research project the feasibility of the export and commercialization of handmade jewelry made from coffee beans to the Miami - FL market was identified. Within the investigation the current situation of the artisans of the city of Manta was analyzed, that do not export their jewelry because of the lack of knowledge and capital, which is why BisuArt microenterprise was created as an intermediary for the export of such jewelry, taking advantage of the opportunity to market them in the foreign market. Likewise, through the results of the surveys, the market study was carried out that allowed us to know the profile of the consumer and its acceptance in the US market because it is an innovative, artisanal product, of good quality, and striking designs. Therefore, it was confirmed by investigating the technical-economic factors that the feasibility of the project is profitable.

Keywords: *Jewelery, craftsmen, Miami, feasibility, commercialization, international trade.*

Introducción

El presente trabajo de titulación, se basa en la exportación y comercialización de artesanías elaboradas con granos de café tostado de buena calidad, el mismo que pueda satisfacer las necesidades de nuestros clientes, producidos bajo un sistema asociativo con los artesanos de la ciudad de Manta- Manabí.

El proyecto se enfoca en la exportación de las bisuterías al mercado de Miami- Estados Unidos, formando una alianza con los artesanos mantenses quienes, tienen un gran talento confeccionando todo tipo de bisutería con materiales como: café, tagua, madera y derivados.

Aprovechando esta gran habilidad surge la idea de la creación de la microempresa BisuArt S.A, ubicada en la ciudad de Manta-Manabí, entre la avenida 24 y calle 13 donde se alquilará la oficina con una pequeña bodega de 16m². Esta compañía está formada bajo una asociación de grandes artesanos quienes serán los productores de bisuterías para la comercialización en Miami – Florida.

Según (Presidencia de la República del Ecuador, 2017), los artesanos son los mejores embajadores del arte y la cultura de un pueblo, ya que los objetos son creados con sus propias manos, los mismos que transmiten costumbres, tradiciones y creencias del lugar de donde provienen. Estas artesanías necesitan ser valoradas y comercializadas por el gran potencial que cada una de ellas tiene en su proceso de producción, además de ser un trabajo hecho con amor.

El mercado de artesanías que ofrece nuestro país Ecuador, es reconocido a nivel global ya que se caracterizan por su alto nivel de calidad y al mismo tiempo el significado de su tradición; por lo tanto, en el entorno geográfico el tema de exportaciones ecuatorianas son la base fundamental para su compra en el extranjero, donde el producto se tiende a diferenciar específicamente por el tipo de material empleado en la confección, producción, ensamblaje y la autenticidad del diseño creado por las manos del artesano que pone a manera de mercancía su trabajo (Punguil, 2014)

Cabe recalcar que las artesanías ecuatorianas son muy bien vistas por los consumidores, ya que en la actualidad se tiende a vivir cuidando el medio ambiente y la necesidad de desistir al uso de bisuterías elaboradas por componentes que son dañinos para el medio ambiente.

Este proyecto no solo ayuda a tener una mejor calidad de vida a los artesanos mediante las ganancias económicas que obtengan con el incremento de ventas de las artesanías a base de granos de café; ya que también beneficia a la balanza comercial de Ecuador, por la fluctuación de dinero con el mercado internacional de Estados Unidos.

Capítulo I: Generalidades del Trabajo

Antecedentes

Sin lugar a dudas a la artesanía se le ha dado un diverso peso social en el transcurso de la historia, a partir de la revolución industrial, ya que en sus diversas etapas hubo afectaciones en su relevancia por la estructura general de la sociedad. Ilustrativo es el análisis de la ubicación social de los artesanos y la dinámica económica en la época colonial en el territorio de las indias (CIDAP, 2019).

Lovato (citado por Guerrero, 2016) afirma que el origen de la bisutería es casi paralelo al de la especie humana, con fines mágicos y de protección. Los pueblos antiguos se proveían de piedras, flores o conchas con el fin de fabricar sus accesorios, eran un símbolo de autoridad en la edad media y luego esto era ofrecido como regalo para la persona amada, aparte de considerarse como un adorno que resalta la belleza.

Desde tiempos remotos, los seres humanos han utilizado adornos en diferentes partes del cuerpo elaborados con múltiples materiales naturales y cultivadas de piedras no preciosas, utilizadas como un buen sustituto de las joyerías, ya que estas están hechas de materiales con aleaciones de plomo dañino para el medio ambiente y salud de las personas. (Morera y Celis, 2017).

La artesanía ecuatoriana, es uno de los mercados preferidos por los turistas, por su calidad de tejido, diseños y elegantes modelos que permiten su uso en distintas ocasiones, porque son accesorios que se usan con sol en verano, con frío y en días de invierno. Las artesanías constituyen una manifestación de nuestro pasado y presente, porque nos recuerdan las raíces indígenas de nuestro país y reflejan la riqueza y diversidad cultural (Chávez, 2018).

Según Santos (2019), muchos de los artesanos son oriundos de la sierra ecuatoriana en donde la mayoría heredaron esta labor a través de sus padres y así sucesivamente de generación en generación. Los artesanos se caracterizan por conservar muy bien sus raíces antepasadas y en ellos está la artesanía que si bien sabemos son pocos los que se dedican a este tipo de labor, pero esta costumbre no desaparece. Los artesanos siempre se han distinguido por su enorme sencillez y su gran empeño con el trabajo artesanal sin importarles estudios ni lujos.

Justificación

Ecuador tiene una gran capacidad productiva en el área del café, convirtiéndose en uno de los pocos en el mundo que exporta todas sus variedades

tales como Arábigo lavado, Arábigo natural y Robusta. Los diferentes ecosistemas, permiten que los cultivos se den a lo largo y ancho del país, llegando a cultivarse inclusive en las Islas Galápagos. Debido a la ubicación geográfica del Ecuador, su café es de los mejores en América del Sur y con una alta demanda en Europa (Manrique, 2015).

El sector artesanal en el Ecuador se muestra como un modelo de desarrollo que implementa la administración actual, en donde se reconoce al sector artístico como un segmento productivo y de servicios que mantiene el carácter cultural y la identidad ecuatoriana. La artesanía ecuatoriana es muy apreciada en los mercados internacionales, por lo que existe gran promoción del sector artesanal con el turismo (Estévez, 2014).

Se ha seleccionado como país destino Miami - Florida, ya que según la OEC (2017), existen fuertes lazos comerciales con el mismo, siendo este uno de los principales destinos de compra, donde Ecuador exporta a los EE.UU (\$6,06 Miles de millones).

Muchos de nuestros compatriotas y latinoamericanos que residen en Miami – Florida desean comprar productos ecuatorianos que le recuerden su tierra y sus raíces, estos productos gracias a la mano de obra ecuatoriana son de gran aceptación para sus diferentes compradores que muchas veces suelen ser extranjeros. Estos productos de bisutería, tales como: cadenas, aretes, pulseras, rosarios, etc., son apreciados por las personas que lo adquiere, creando un vínculo sentimental que les trae recuerdos de sus orígenes (Santos, 2019).

Por esta razón, el presente proyecto permite conocer el valor cultural que tiene Ecuador, para así fomentar a los artesanos en la producción y exportación de las bisuterías hechas a mano con un gran nivel de calidad, contribuyendo el aspecto turístico de todas las personas, sea en el Ecuador o en otros países y a la vez se satisface la demanda de artesanías en el mercado de destino.

Para satisfacer la demanda de dichas artesanías, se estableció la necesidad de crear una asociación de artesanos en la ciudad de Manta provincia de Manabí, incentivando a los mismos a la producción de las bisuterías artesanales ya que muchos desconocen de la importancia de su labor en el mercado mundial.

Según el Código Orgánico del Ambiente (2017), la bisutería artesanal toma conciencia del cuidado del Medio Ambiente porque no se hace uso de máquinas que

perjudiquen el ambiente, porque su elaboración es manufacturada con materia prima orgánica, cumpliendo el literal “s” del Art 17 de La Ley de Gestión Ambiental; que ayuda a financiar y promover la investigación científica y técnica, previniendo el deterioro ambiental con procesos sencillos que protegen el medio ambiente.

De acuerdo al Plan Nacional de desarrollo, (2017) La propuesta tiene relación con el eje 1 del objetivo 3 donde se menciona se fomentar la innovación y el desarrollo tecnológico y la inserción en la matriz productiva a través de la transformación de sus productos naturales para luego contener un valor agregado, generando; progreso, bienestar, fuentes de trabajo y desarrollo sustentable.

Este trabajo de investigación cumple con la línea de investigación número 1 de la Carrera de Ingeniería en Comercio Y Finanzas Internacionales bilingüe: “Identificación, estudio y análisis de los sectores exportadores no tradicionales en el Ecuador”, la misma que explica el crecimiento y desarrollo económico del país; con una negociación internacional con Estados Unidos.

Planteamiento del Problema

Este trabajo de titulación se enfoca en la poca expansión del mercado artesanal de bisutería al mercado internacional, ya que existen artesanos que desconocen el procedimiento adecuado para exportar sus productos, debido a la falta de conocimiento, conformidad o falta de capital.

Los artesanos del mercado de Manta son pequeños productores que se dedican a elaboración de artesanías, desaprovechando la oportunidad de exportar al mercado extranjero. Por lo tanto, no obtienen mayores ganancias en sus producciones, ya que sus ventas se las realiza en el mercado local (Santos, 2019). La manufactura de las artesanías Mantenses, requiere de grandes habilidades, tiempo, dedicación y estilo para el acabado de las mismas.

En el transcurso del tiempo, se ha demostrado que los ecuatorianos se han dedicado mayormente a las importaciones en comparación a las exportaciones; teniendo un saldo comercial negativo de \$ 18,4 Millones. Las principales importaciones de Ecuador son los Estados Unidos (\$3,72 Miles de millones), China (\$3,62 Miles de millones), Colombia (\$1,51 Miles de millones), Brasil (\$865 Millones) y Panamá (\$848 Millones). En 2017 el PIB de Ecuador fue de \$ 104 Miles de millones y su PIB per cápita fue de \$ 11,6 Miles (OEC, 2017).

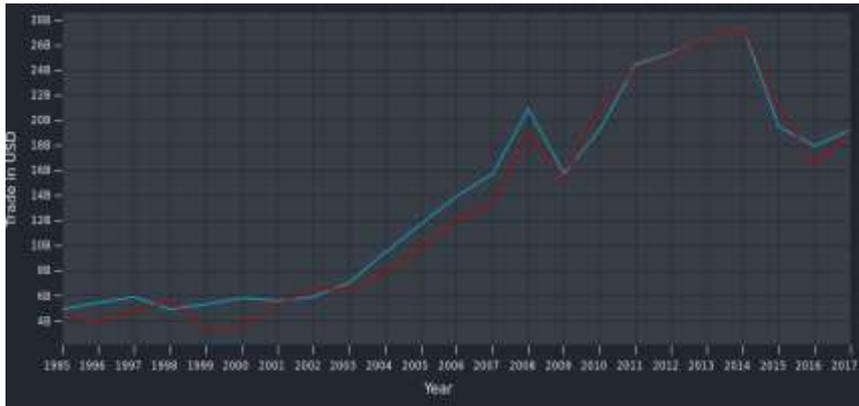


Figura 1. Balanza Comercial de Ecuador 1995-2017. Tomado de "The Observatory of Economy", por OEC, 2017.

Sistematización.

- ¿Cuáles son las teorías, leyes y metodología que puedan darle soporte al trabajo de investigación?
- ¿Existe un nicho de mercado que está dispuesto a consumir bisutería artesanal a base de granos de café tostado?
- ¿Cómo ayudará la ejecución del sistema asociativo para los artesanos mantenses?
- ¿Cómo se va a plantear la factibilidad económica y financiera para la exportación y comercialización de bisuterías artesanales elaborada a base de granos de café?

Objetivos

Objetivo general.

Analizar la factibilidad de la exportación y comercialización de bisutería a base de granos de café tostado, hacia la ciudad de Miami-FL, producidos bajo un sistema asociativo.

Objetivos específicos.

1. Determinar las teorías, leyes y la metodología que den el soporte para llevar a cabo el trabajo de investigación.
2. Estudiar el nicho de mercado que está dispuesto a consumir bisutería artesanal a base de granos de café tostado.
3. Desarrollar la propuesta de la ejecución del sistema asociativo y exportación.
4. Analizar la factibilidad económica y financiera del proyecto.

Delimitación

El presente trabajo se ha enfocado en la investigación sobre la exportación de artesanías manufacturadas a base de granos de café bajo una asociatividad de artesanos de la ciudad de Manta, provincia de Manabí. Las exportaciones van dirigido al mercado de Miami- Florida en Estados Unidos.

- **Campo:** Producción de artesanías elaborada a mano a base de granos de café bajo un sistema asociativo.
- **Área:** Rural.
- **Problema:** La falta de exportación de las bisuterías artesanales en el mercado extranjero.
- **Delimitación espacial:** Manta – Ecuador
- **Delimitación temporal:** 2019.

Limitaciones

La búsqueda de información de fuentes disponible para establecer el sistema asociativo.

Capítulo II: Marco Referencial, Teórico y Legal

Marco Referencial

El sector artesanal ecuatoriano.

El sector artesanal es una prioridad para el gobierno, por tratarse de ser una actividad productiva que involucra directa o indirecta a 4.5 millones de ecuatorianos, lo cual representa el 32% de la población económicamente activa. Precizando la participación de los artesanos en el ámbito productivo, el sector está constituido en más de 80% por unidades básicas familiares y, que el aporte a la generación de empleo, llega al 12.3% de la población urbana a nivel nacional (Ministerio de industrias y productividad, 2019).

Promover la profesionalización y competitividad de los artesanos ecuatorianos, para que accedan a mejores condiciones en el mercado nacional e internacional, Ecuador beneficia a los artesanos en recursos financieros para el emprendimiento y crecimiento del sector, que actualmente genera empleo a más de un millón de personas, que trabajan en 108.000 talleres en el país, pertenecientes a 172 ramas de producción y servicios artesanales, También hay otros beneficios como capacitación, incentivos tributarios y en propiedad intelectual entre otros (El Telégrafo, 2017).

Teoría de la producción de recuerdos para turistas.

El humilde recuerdo (suvenir) rara vez se toma en serio, como una expresión creativa de un lugar o evento, sin embargo, para el turista, se entiende que el propósito de un objeto o artefacto que, como fragmento, registra solo esa experiencia. Aunque varios investigadores han considerado los objetos del turismo y su lugar dentro de la historia de la cultura material, esta es la primera investigación que busca descubrir y desempacar el lenguaje de los souvenirs (Hume, 2018).

Artesanías Ecuatorianas cautivan a empresa estadounidense.

La compañía importadora de artesanías conocida como “Ecu Green”, localizada en California – EEUU, concretó compras en Ecuador por USD 24.405.50, sus visitas fueron en las zonas de Manabí, Imbabura y Azuay, donde pudo evidenciar la elaboración de productos a mano por artesanos ecuatorianos. Esta compañía realizó artículos como: bisuterías en taguas y piedras, sombrero de paja toquilla, textiles, bolsos a mano y hamacas artesanales, el estilo y autenticidad de piezas como tagua, semillas, llamó la atención a esta empresa quienes consideran que el uso de productos

elaborados con materiales naturales promueve la conservación del medio ambiente (Pro Ecuador, 2017).

La Teoría cultural del turismo y arte.

El consumo de los turistas se ve reflejado en el arte y la artesanía, ya que el turismo produce el sencillo recuerdo desde la perspectiva del consumidor, el recuerdo representa a la cultura y patrimonio del destino turístico que fue visitado, este tipo de recuerdo ayudará a los turistas a recordar la experiencia. El turista mide la calidad de trabajo en función de la capacidad del recuerdo para que el turista pueda grabar aquella experiencia; como coleccionista que da el valor a la mano de obra involucrada al trabajo artístico (Hume, 2013).

Caso de éxito sobre modelos asociativos.

Salinerito (Ecuador)

Es una empresa que opera el cooperativismo como la forma efectiva y democracia de enfrentar la pobreza y marginación, esta compañía ofrece producto de la industria láctea, comercializando a las principales ciudades a nivel nacional. Salinerito se basa en el modelo de la economía popular y solidaria que la actual presidencia está tratando de impulsar en la actualidad (Salinerito, 2019).

El modelo de cooperativismo de salinerito trabaja con el 60% de los excedentes son reinvertidos, y el 40% se genera a los asociados (los miembros de la comunidad son proveedores y dueños), esta empresa ha accedido a mercados internacionales como; Bélgica, Alemania, Suiza, Italia, Francia, entre otros. Salinerito se ha convertido en el principal desarrollo rural integral con equidad y sostenibilidad en el país, lo que ha logrado mejores condiciones de vida de los pobladores, minimizar la migración a la ciudad y evitar la pobreza de la comunidad (Ekos, 2019).

Cluster de Quesería Artesanal (Uruguay)

Los quesos artesanales en Uruguay se producen desde el siglo XIX. Los primeros inmigrantes europeos encontraron en la producción de quesos una forma de obtener buenos resultados económicos para sus producciones de lecheras y posibilidad de mantener el producto en el tiempo sin que se pierda. El consumo global de alimentos está experimentando importantes cambios: aparición de las megas ciudades, demandas específicas de los consumidores de países desarrollados, aumento de riqueza en el mundo, cambios alimentarios y dietarios, etc. De esta forma, los quesos

comienzan a tener una mayor demanda, sobre todo por una mayor asociación (PACPYMES, 2018).

ASINCAR (España)

Es la asociación de investigación de industrias cárnicas Único en el sector agroalimentario asturiano, se caracteriza por ser una entidad aglutinadora del sector, activa, proactiva, autosuficiente y con recursos humanos y técnicos especializados. En los últimos cuarenta años ha desarrollado una actividad socioeconómico muy dinámico formando al sector agroalimentario y centrado en los roles de asociación empresarial, Cluster agroalimentario y centro tecnológico. Además, están comprometidos con el entorno, tratando de contribuir a la sociedad ayudando a través de otras asociaciones o grupos sociales (ASINCAR, 2019).

Federación de artesanos de Manta.

Manta tiene un turismo potencial debido a su cadena atunera, puerto y aeropuertos para que sean sedes logísticas. El turismo es un sector al cual apostar, Manabí tiene muchísimos atractivos únicos que la hacen sin guiar potencia dentro de todos los polos turísticos que tiene el país; la gastronomía, la calidez de sus artesanías, su gente trabajadora e innovadora. La presidenta de la federación de Artesanos de Manta Glenda saltos manifiesta que es un orgullo trabajar en con los artesanos ya que son personas de éxito que siempre están con la cabeza en alto (Fartesanosm, 2015).



Figura 2. Imagen de la Federación de Artesanos de Manta. Tomado de "Fartesanosm", por Fartesanosm, 2015.

Marco Teórico

Base teórica.

Se desarrolla las bases teóricas del siguiente trabajo de titulación con el objetivo de elaborar una estructura sólida a través los lineamientos para organizar los datos en la fase de ejecución del estudio de factibilidad para la exportación de bisutería en granos de café tostado bajo un sistema asociativo a través de las teóricas básicas en términos del comercio internacional.

Teoría de la asociatividad

La asociatividad es un mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas, donde cada participante decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto a otros participantes para la búsqueda de un objetivo en común, con la finalidad de mejorar la posición económica. Por ello la asociatividad es vista como un beneficio para fortalecer la supervivencia sustentable, expandir mercados, mejorar la rentabilidad y evitar el sobre dimensionamiento de la oferta (Vera & Laínez, 2017).

Teoría de la Internacionalización desde la perspectiva del proceso.

Según Tabares (Citado por Perea, 2018) afirma:

La internacionalización desde la perspectiva del proceso se enfoca en la experiencia que adquiere una empresa al incursionar en mercados externos a medida que esta avanza en las etapas de internacionalización. De tal forma, que la exportación, no es la única vía existente de internacionalización, esta permite dar el paso inicial para penetrar en mercados extranjeros y es parte del modelo más adecuado para ser desarrollado por las PYMES, es decir la perspectiva de procesos se basa en que las empresas toman decisiones que condicionan el compromiso de recursos asignados a los mercados extranjeros según el grano de internacionalización en la que se encuentre esta. (p.29).

Teoría del Comercio Justo

En todo el mundo hay personas que intenta ganarse la vida y afronta problemas serios, desde la pobreza y cambios climáticos hasta dificultades de salud y seguridad. El comercio justo se creó como un modelo equitativo entre las empresas, productores, compradores, la misma que constituye en la toma de decisión que permita tener un mundo mejor, con la certeza de trabajar entre empresas y proveedores con el fin de tener un sustento sostenible de ingresos, mejor calidad de vida, bienestar individual o colectivo, en los aspectos social, económico y ambiental (Fair trade usa, 2019).

Teoría del desarrollo sustentable

Las sociedades se encaminan por el crecimiento económico, que generen un verdadero aumento del ingreso y no apliquen políticas a corto plazo que conduzcan a la pobreza a largo plazo. Eso requiere de un enfoque diferenciado respecto al crecimiento, en el sentido que muchas áreas del mundo en desarrollo necesitan urgentemente aumentar su capacidad productiva y, al mismo tiempo y, con la misma urgencia, las sociedades deben reducir su consumo de recursos naturales y dar a dichos recursos un uso más eficiente (Mesino, 2016).

Expuesto a lo anterior el desarrollo sostenible presupone la equidad y comprensión de las comunidades como en riquezas y oportunidades, de manera tal, que los ciudadanos tengan a acceso a los derechos humanos y beneficios sociales, como alimentación, salud, educación, vivienda y oportunidades de autorrealización.

Marco Conceptual

Bisutería.

Según Medina (2018), afirma que la bisutería nace en los primeros años veinte del siglo pasado, como hermana pequeña de la joyería y con el objetivo de poder llegar a todos los bolsillos. Son muchos los recursos que se utilizan hoy en día abriendo al abanico de oportunidades decorativas aumentando la variedad en la oferta, al introducirse nuevas formas, colores y materiales como la resina, la madera, el cuero, el cristal, el acero o las piedras semipreciosas.

La bisutería es un artículo de belleza, tales como: collares, aretes, pulseras, anillos, las mismas que están elaboradas de materia prima natural como: semillas, piedras a diferencia de las joyas y son menos dañinas para el medio ambiente. Es fabricada a mano y por ende es un trabajo muy caracterizado y apreciado por los consumidores.

Bisutero.

Persona que realiza objetos de bisutería o comercia con ellos (ASALE, 2019).

Grano de Café.

Los granos de café son la materia prima de cualquier preparado, es el elemento principal del conocidísimo y estimulante cortado. Estas semillas tan especiales se obtienen de un arbusto llamado cafeto. Este tipo de cosecha requiere de clima bastante húmedo y temperaturas estables por esta razón, se encuentra en estado salvaje en tierras altas y montañas. El café aparte de ser una semilla consumida, sirve como

materia prima para todo tipo de artesanías tales como: bisuterías, adornos, trajes típico, carteras, hamacas, cinturones entre otras cosas (Mundo del café, 2015).

Artesanos.

Los artesanos son personas que crean, realiza y confecciona artesanías hecha a mano, sin ayuda de ningún tipo de fuerza mecánica. Estas personas creen sus propias piezas transformando a producto final. Se especializan en desarrollar su arte en diferentes rubros tales como: anillos, collares, decoración de hogar entre otras (Flores, 2014).

Asociatividad.

La asociatividad está basada en el espacio de la micro, pequeña y mediana empresa, la cual es una estrategia donde las empresas pueden construir formas organizacionales, colectivas de producción y de comercialización, en las que cooperan recursos, conocimientos y experiencias, volviéndose un punto fuerte para impulsar el sector productivo de un país hacia una implantación sistemática más potente, tanto en el mercado nacional como en el internacional (Araque, 2018).

Cooperativismo.

El cooperativismo remoto en el siglo XVII cuando los escritos de un húngaro Peter Cornelius, propuso la organización de una asociación económica que conserve la propiedad individual y elimine la explotación de unos otros por hombres, donde se pueda distribuir los beneficios de manera equitativa entre todos sus miembros a final de un periodo. El cooperativismo abarca millones de asociados donde; prevalece la división del trabajo de manera justa con ayuda mutua (D. C. Rivera & Labrador, 2019).

Pyme.

Una PYME se refiere a pequeña o mediana empresa, la cual se define como una entidad independiente, que ejerce una actividad económica, estas también llevan a cabo una actividad artesanal y otras actividades como individual o familiar. Estas generalmente suelen contar con un bajo número de trabajadores y un volumen de ingresos moderados en comparación a grandes compañías (Sánchez, 2015).

Matriz Productiva.

Es la forma donde se estructuran diferentes actividades de producción que culminan en la entrega de bienes y servicios para los consumidores. De la misma manera, la matriz productiva de un país no es más que el conjunto de sus productos y

servicios, y dada a esta por toda la cadena que va desde los bienes intermedios hasta la producción de bienes finales que se ponen al alcance de los hogares (Romero, 2018).

Logística.

La logística es utilizada para el flujo de los recursos que una empresa va a necesitar para la realización de sus actividades, junto a la operación y tareas relacionadas con él almacenamiento y envío de productos terminados al punto de consumo o de uso. A su vez, se enfoca en la administración de materias primas y componentes, así como el manejo de empaque y su distribución de clientes, con la finalidad que sus productos estén en cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento oportuno (Thompson, 2017).

Términos de Negociación del Comercio Internacional “Incoterms”.

Los Incoterms están ligado a las reglas internacionales, administrados por la Cámara de Comercio Internacional, que establecen el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Los incoterms determinan: El lugar de entrega de la mercadería, quien contrata y quien paga el transporte, y quien paga el seguro, que documentos tramita cada parte y su costo y el alcance del precio (Businesscol, 2019).



Figura 3. Tipos de Incoterms 2010-2019. Tomado de "E-comex", por QUALITYSOFT CIA LTDA, 2017.

Tabla 1
Definición de los tipos de incoterms

Incoterms	Definición
EXW (Ex works)	El vendedor entrega la mercancía al comprador en sus propias instalaciones, el comprador se hace cargo de todos los gastos desde ese mismo momento.
FCA (Free carrier)	El vendedor debe entregar la mercancía en un lugar ubicado en el país de origen y acordado previamente con el comprador. Asimismo, asume los gastos hasta que la mercancía se encuentre en el punto acordado.
FAS (Free Alongside Ship)	La entrega de la mercancía es realizada por parte del vendedor en un muelle o puerto de embarque acordado. Este incoterm suele utilizarse en mercancías de carga de volumen muy grande. En este caso, las obligaciones del vendedor finalizan cuando deposita la mercancía, momento en el que el comprador pasa a asumir todos los gastos y los riesgos de pérdida o daño de la misma.
FOB (Free on board)	El vendedor hace entrega de la mercancía sobre la propia embarcación, mientras que el comprador se encarga de elegir y reservar el transportista.
CFR (Cost and Freight)	El vendedor asume todos los costes, incluido el transporte, hasta que la mercancía llegue a su lugar de destino. Sin embargo, el riesgo se transmite al comprador una vez que la mercancía esté cargada en el buque.
CIF (Cost, Insurance and Freight)	El vendedor se hace cargo de todos los costes (transporte y seguro incluido) hasta que la mercancía se encuentre en el puerto de destino
CPT (Carriage Paid To)	Todos los costes, son asumidos por parte del vendedor hasta que la mercancía llegue al lugar de destino acordado. Por su parte, el riesgo se transfiere al comprador una vez que la mercancía sea entregada al transportista

CIP (Carriage and Insurance Paid)	El vendedor asume la totalidad de los costes, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta el momento en que la mercancía aterrice en el lugar de destino
DAT (Delivered At Terminal)	El vendedor asume tanto los costes como los riesgos hasta que la mercancía sea descargada en la terminal acordada previamente.
DAP (Delivered At Place)	El vendedor se hace cargo de la totalidad de los costes y del riesgo hasta el momento en que la mercancía esté lista para ser entregada al comprador.
DDP (Delivered Duty Paid)	El comprador está libre de realizar cualquier tipo de trámite, por lo que el vendedor se hace cargo de todos los costes incluidos los gastos de aduana de importación hasta que la mercancía sea entregada en el lugar del país de destino acordado.

Nota: Adaptado de “KLBW”, por KANVEL LOGISTICS & BUSINESS WORLDWIDE, 2017.

Estudio de mercado.

El estudio de mercado sirve para informar a las empresas respecto al comportamiento de sus mercados de interés, determinando sus consumidores, nicho de mercado y que tan viable es. Este tipo de estudio sirve como una exploración previa que hacen las compañías para establecer si tiene una actividad económica determinada o si es suficientemente lucrativa o sostenible en el tiempo para resultarle conveniente (Raffino, 2018).

Oferta.

La oferta se refiere a la cantidad de un producto que los fabricantes están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado, esto es, si el precio baja, la oferta decrece y esta aumenta si el precio se eleva, dichas mercancías están determinadas por: El número de firmas en el sector industrial, la capacidad productiva de firmas existentes, el costo de los factores de producción, las técnicas de producción (Fisher & Espejo, 2014).

Demanda.

La demanda es el volumen total de productos obtenido por un mercado en un espacio y periodo fijado, las cuales evalúa las condiciones de entorno y esfuerzo

comercial determinado, además, se fija en la concreción de tres dimensiones: de producto (demanda de jugos, de computadoras, etc.), temporal (anual, semestral, trimestral, etc.) y espacial (mundial, nacional, regional, local, etc.). La labor de la empresa es medir, explicar y pronosticar la demanda de sus mercados, para poder determinar el nivel óptimo de demanda y ofrecer una oferta acorde a la misma, evadiendo sobrevaloraciones que pudieran conducir a posibles pérdidas (Monferrer Tirado, 2014).

Globalización.

Según Muñoz (2019), afirma que la globalización es una interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, tales como los flujos internacionales de capitales, al tiempo que la difusión acelerada de generalizada de tecnología.

Factibilidad Financiera.

Es la muestra que el emprendimiento puede ser rentable o no, dependiendo de varios factores como la sostenibilidad, capacidad y tiempo que satisfaga la necesidad del emprendedor, en la que la probabilidad del proyecto sea factible. Para determinar esto se utiliza tres análisis básicos y necesarios que son: tasa de retorno, valor presente neto y periodo de recuperación de la inversión (Finanzas & Proyectos, 2015).

Marco legal

Reglamento General de la Ley de Defensa del Artesano

Según F. A. Rivera (2004), señala el Reglamento general de la ley de Defensa del Artesano lo siguiente:

“Art. 1.- Se menciona que el presente reglamento tiene por objeto aplicar las disposiciones de la Ley de Defensa del Artesano, regulando la estructura y funcionamiento de los organismos creados en virtud de dicha norma, y la forma en la que han de otorgarse los beneficios legales previstos en la misma para la clase artesanal.

Art. 12.- Señala que las organizaciones de artesanos pueden ser de dos clases: simples, como gremios de maestros de taller de una determinada rama y asociaciones interprofesionales de maestros y operarios de distintas ramas; y, compuestas: como federaciones (cantonales, provinciales y nacionales); y, confederaciones

nacionales de artesanos formadas por personas jurídicas artesanales legalmente aprobadas por el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos y registradas en la Dirección de Empleo y Recursos Humanos, de conformidad a la reglamentación que aprobará el Ministerio”.

Reglamento de Organizaciones Artesanales

En el artículo 1, se indica que este presente reglamento determina los requisitos y procedimientos para la aprobación y registro de las organizaciones artesanales simples y compuestas, amparadas en la ley de Defensa del Artesano y su Reglamento General de aplicación (Berrezueta, 2017).

Ley de Fomento Artesanal

En el artículo 1, señala que esta ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndolos terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley (Ministerio de Industrias y Productividad, 2003).

Ley del Defensa del Artesano.

El artículo 1, indica que 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 establecieren posteriormente (Junta Nacional de Defensa del Artesano, 2008).

Ley de Prevención y Control de la Contaminación Ambiental.

En el capítulo I, del Artículo 1, se menciona que está prohibido expeler hacia la atmósfera, y si no se sujeta a las respectivas normas, se pueden someter a multas o juicios (Ministerio del Ambiente, 2017, p. 1).

Reglamento Personalidad Jurídica Organizaciones Sociales

De acuerdo al reglamento de personalidad jurídica y organizaciones sociales se menciona en el artículo 66 de la constitución de la republica garantiza el derecho de asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria (Moreno, 2017).

Requisitos para ser Exportador.

Según Pro Ecuador (2018), establece los siguientes requisitos para ser un exportador, y estos son:

1. Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
2. Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:
 - Registro Civil: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
 - Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>
3. Registrarse como exportador en Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>), donde podrá:
 - Actualizar su información en la base de datos.
 - Crear usuario y contraseña.
 - Aceptar las políticas de uso.
 - Registrar firma electrónica.

Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.

Según Plan Nacional de desarrollo (2017-20), señala en base a la consolidación de capacidades en la población, Sirve para reducir brechas sociales y territoriales, consolidar el Estado democrático, potenciar el talento humano a través de procesos integrales de educación, y para generar capacidades productivas a través de grandes inversiones en diversas áreas de la infraestructura y los sectores estratégicos para el desarrollo económico (p.12,76).

Eje. 2.- Del plan de nacional de desarrollo la cual busca garantizar la producción y reproducción de materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir, generando nuevos procesos y fortaleciendo el sistema productivo, generando un valor agregado e innovación, así mismo se acoge al objetivo 4 donde se habla sobre la consolidación de la sostenibilidad del sistema económico social, solidario, y afianzar la dolarización, y es importante mantener un sistema económico financiero para que todas las personas puedan acceder a recursos locales y así haya un crecimiento económico, relacionadas con la generación de empleo y exportaciones .

Ley de la Economía Popular y Solidaria.

En el artículo 2 de esta ley asevera que las formas de organización de la economía popular y solidaria y por lo tanto se sujeta al literal (c), en la cual las organizaciones económicas constituidas por artesanos y agricultores, con el fin de producir y comercializar y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos tales como microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes y servicios (MIES, 2019, p. 2).

Marco Metodológico

Según Coelho (2019), menciona que la metodología de la investigación es una serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado teóricamente válido. En este sentido, la metodología funciona como el soporte conceptual que rige la manera en que aplicamos los procedimientos en una investigación.

Por consiguiente, este proyecto de investigación aspira demostrar el estudio de factibilidad para la exportación de bisutería elaborada en base a granos de café tostado bajo un sistema asociativo dirigido hacia el mercado de Miami- Florida, vinculado a los siguientes métodos de investigación.

Enfoque Mixto.

Cualitativa:

La investigación cualitativa podría entenderse como "una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y vídeo casetes" (Herrera, 2017, p. 4).

Para esta investigación se realizan entrevistas a los bisutereros que pertenecen a la playa murciélagos y a la federación de artesanos profesionales de Manta. Por lo tanto, es importante este enfoque cualitativo ya que ayuda saber desde el punto de vista de los individuos, el enfoque de los problemas del estudio, valores, acciones, acontecimientos, producción y precios, entre otros aspectos.

Cuantitativo:

Según López Nelly & Sandoval, (2016), añade que "la investigación cuantitativa se basa en técnicas más estructuradas, que buscan la medición de las variables previamente establecidas". Se aplican las encuestas online dirigido al mercado de Miami- Florida para demostrar la factibilidad

económica y financiera de exportar las bisuterías hechas a base de granos de tostado bajo un sistema asociativo. Con la finalidad de aprobar las teorías fundamentadas en la investigación, determinando las ventajas y limitaciones de este trabajo.

Alcance.

Descriptivo.

Porque se busca conocer y relatar las características, propiedades y ventajas del proyecto. Según Martínez (2017), define a "La investigación descriptiva como el procedimiento para describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar".

Diseño.

No experimental.

Se considera no experimental, porque no se interviene en el comportamiento de la muestra durante la recolección de información en el estudio de mercado. Montano (2018) afirma: "El diseño no es aquella en la que no se controlan ni manipulan las variables del estudio. Para desarrollar la investigación, los autores observan los fenómenos a estudiar en su ambiente natural".

Método

Deductivo.

Según Torres (citado por Prieto, 2017) afirma que el método deductivo permite pasar de principios generales a hechos particulares. En tal sentido, se basa en el análisis de los principios generales de un tema específico. Se revisan teorías, supuestos de forma general para luego relacionarlas con la investigación.

Población y muestra

Análisis de la población de Miami – Florida.

Datos según Banco Santander, (2019) señala: Miami se encuentra ubicado entre Everglades y el océano Atlántico en el sureste de Florida, la cual cuenta con una población de 5.805.883

Calculo de la Muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra de la siguiente investigación se usa la población de Miami 5.805.883, es considerada infinita por lo tanto se utiliza la siguiente formula:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Figura 4. Fórmula para calcular la muestra infinita. Tomado de "Passionate people creative solutions por PSYMA GROUP AG, 2015.

En donde:

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

Al calcular la muestra con un nivel de confianza del 95%, con un intervalo de confianza de 5%, la variabilidad positiva y negativa de 50%, por lo tanto, se obtiene una muestra de

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

n=386

Método de muestreo

No Probabilístico.

Se considera no probabilístico porque la muestra es seleccionada en función a la accesibilidad o intencional del investigador, en este caso se las realiza por vía Google drive, ya que no se puede realizar las encuestas personalmente en Miami, por lo tanto, no todos los individuos de la población tienen iguales oportunidades de ser seleccionados.

Bola de Nieve

Se basa en pedirles a sujetos que designe a otras personas, hasta que el investigador observa a los sujetos designados y sigue de la misma manera hasta obtener el número suficiente de sujetos. Es decir que la encuesta será enviada a varias personas y esas personas enviarán a otras personas (Explorable, 2019).

Para lograr conseguir todas las encuestas fue necesario ser enviadas a diferentes personas que residen en Miami y esas personas enviaban a más personas sean familiares, amigos, etc.

Matriz Metodológica

Tabla 2

Métodos Usados en la Formulación y Desarrollo de los Objetivos

Objetivos	Métodos	Enfoque	Fuentes	Herramientas
Explicar las bases teóricas, leyes y metodología que den el soporte para llevar a cabo el trabajo de investigación.	Deductivo Descriptivo	Cualitativo	Información Secundaria	Bibliográfico Comparación con teorías existentes
Estudiar el nicho de mercado que está dispuesto a consumir bisutería artesanal a base de granos de café tostado.	Analítico Descriptivo	Mixto	Información Primaria/Secundaria	Bibliográfico Estadístico Encuestas Entrevistas
Plantear la propuesta de la creación de la microempresa y exportación	Descriptivo	Mixto	Información Primaria/Secundaria	Análisis documental
Analizar la factibilidad financiera del proyecto	Analítico Descriptivo	Cuantitativo	Primaria/Secundaria	Indicadores de evaluación de proyectos

Nota: Adaptado de “objetivos de la investigación”. Por autor.

Capítulo III: Estudio de Mercado

Este capítulo tiene como objetivo analizar el mercado de Miami – Fl Estados Unidos, para lograr la toma de decisiones para la respectiva exportación, por consiguiente, se analizará la situación actual del mercado objetivo, el perfil del consumidor, y las situación interna y externa del proyecto.

Segmentación de mercado

Mercado meta.

Mujeres de 18- 65 años, que les gusta lucir accesorios que adornen su vestimenta, y que vivan en la ciudad de Miami - Florida.

Segmento de mercado.

Que tengan un nivel socioeconómico medio- alto, y cuenten con un trabajo, y gusten usar bisutería Artesanal.

Nicho de mercado.

Aquellas mujeres que tengan preferencias en la naturaleza y la ecología, con el fin de resaltar su belleza.

Factores de decisión de compra

Factores culturales.

Según Fabra (2017), agrega: “Formada por el conjunto de costumbres que se ha creado en la sociedad en la que vivimos , generando comportamiento de grupo de personas que viven en ese entorno cultural”.

El producto está dirigido a un mercado de raíces latinas y anglosajonas por lo cual el factor cultural es muy importante para la aceptación de las bisuterías artesanales, elaboradas a mano y eso lo hace más atractivo para el consumidor.

Factores Sociales

De acuerdo a Angulo (2018), afirma: “El consumidor se influencia por diferentes grupos a que pertenece y con cuales mantiene una relación. Estos pueden ser: familia, amigos, compañeros de trabajo”.

Debido a que estas bisuterías artesanales se encuentran en Ecuador, serán los ecuatorianos que contacten con el mercado de Miami Fl para que consuman el producto y así poder llegar al consumidor latino.

Factores Personales

Dicho con palabras de Escalante (2016), señala : “Los factores personales se vincula con la edad, etapa de vida familiar, ocupación, estilo de vida, economía y otras características personales del comprador para la decisión de compra”.

Las tendencias de bisuterías juegan un papel muy importante en las mujeres, ya que buscan verse más bella y llamativas al usar un accesorio junto a su vestuario.

Factores Psicológicos.

En base a Gómez & Sequeira (2015), afirman: “El factor psicológico se basa en estudiar el comportamiento, aspectos, conducta, elementos o cualidades de los consumidores al momento de hacer una compra o servicio” (p.22).

Miami cuenta con un alto consumo en bisutería fabricada, por lo tanto, el principal producto sustituto son las bisuterías artesanales. Por lo cual, la preferencia de los consumidores hacia las bisuterías artesanales será interesante y llamativas.

Necesidades del consumidor.

Según Escamilla (2018), agrega: “Las necesidades del consumidor se entienden como aquellos motivos que impulsan al consumidor a comprar un producto o un servicio, satisfaciendo sus necesidades”.

El consumidor meta de las bisuterías hechas a grano de café tostado, tiene preferencia a las bisuterías artesanales elaboradas a mano, ya que los norteamericanos al per servir algo nuevo y fuera de lo común le será llamativo en su compra, además los turistas que visitan Miami querrán llevar un recuerdo de su estadía. Esto dependerá de las publicidades que se les dará a las bisuterías para impulsar al consumidor en su compra.

Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos

Ecuador y el Mundo.

Según Pro Ecuador (2018^a), añade que el Ecuador tiene una gran potencialidad a nivel mundial en sus productos en diferentes mercados como; Estados Unidos y la Unión Europea y otros países como; Asia y del medio Oriente, los mismos que son considerados claves para el crecimiento de las exportaciones ecuatorianas. Hoy en día el mercado extranjero prefiere lo natural a lo procesado, el la cual existe un aumento de orgánicos principalmente en los mercados como; Suecia, Alemania, Austria, Dinamarca y Francia.

El desempeño de las medianas y pequeñas empresas Mipymes en las exportaciones en productos no petroleros como en el año 2017 de \$1.250 millones, donde el crecimiento en estos últimos tres años creció en un promedio de 4.2%. La Unión Europea y Estados Unidos, son los principales destinos de las exportaciones no petroleras ecuatorianas, La Unión Europa es el principal destino que logró llegar 1.100 millones en exportaciones no petroleras de las MiPymes (El Telégrafo, 2018).

Acuerdos Comerciales.

Según el : Ministerio de comercio exterior e inversiones, (2019) señala los principales acuerdos comerciales de Ecuador.

- Sistema generalizado de preferencias
- Tratado de libre comercio
- OMC
- Comunidad andina
- Unión Europea
- Mercosur

2009	\$ 218,00
2010	\$ 240,00
2011	\$ 264,00
2012	\$ 292,00
2013	\$ 318,00
2014	\$ 340,00
2015	\$ 354,00
2016	\$ 366,00
2017	\$ 375,00
2018	\$ 386,00
2019	\$ 394,00

Mercado

Tabla 3

Partida arancelaria del producto a exportar

Subpartida	Descripción del producto
9602.00.90.00	Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y manufacturas.

Nota: Tomado de “Partidas arancelarias”, por ITC, 2018.

Mercado de la oferta.

El estudio del mercado internacional de la bisutería hecho a base de granos de café tostado se lo denomina como materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas y manufacturadas bajo la partida arancelaria de 960200, la cual es importante conocer la capacidad que tiene el Ecuador para sustituir la demanda internacional (Embajada del Ecuador, 2017).

En la siguiente tabla se muestran las exportaciones de Ecuador hacia los Estados Unidos desde la partida arancelaria 960200, donde se podrá ver el crecimiento de las exportaciones desde el año 2009-2018.

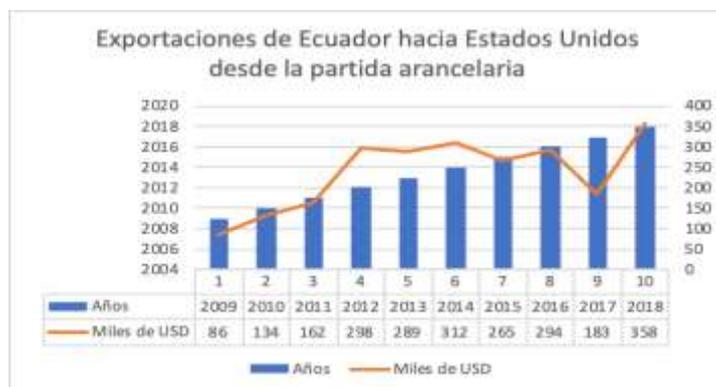


Figura 5. Comercio Bilateral. Adaptado de “Exportaciones de Ecuador hacia Estados Unidos desde la partida arancelaria 960200”, por ITC, 2018.

El comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos considerando esta partida arancelaria, ha aumentado en 28% considerando los tres últimos años, donde en el 2018, se puede observar que se alcanzaron exportaciones valoradas en 358 millones de dólares. A comparación del año 2009-2011 que hubo un bajo nivel de exportaciones, como en el año 2017.

Mercado de la Demanda.

En la siguiente tabla se muestran las importaciones de Ecuador desde los Estados Unidos de la partida arancelaria 960200, donde se determina cuanto nuestro país ha necesitado del país destino desde el año 2009-2018.



Figura 6. Comercio Bilateral. Adaptado de “Importaciones de Ecuador desde Estados Unidos de la partida arancelaria 960200”, por ITC, 2018^a.

Por otra parte, se detalla las importaciones desde la partida arancelaria, donde se puede observar una disminución en los últimos 3 años, en el valor que Ecuador está comprando, lo que puede indicar una mayor cobertura de la demanda ecuatoriana con productos nacionales.

Saldo Comercial



Figura 7. Comercio Bilateral. Adaptado de “Saldo Comercial entre Ecuador y Estados Unidos de la partida arancelaria 960200”, por ITC, 2018.

Según Trademap (2018), El saldo comercial, entre Ecuador y Estados Unidos, en los tres últimos años ha sido de déficit, sin embargo, en el año 2018 existe un saldo negativo de \$-263 millones de dólares, lo que significa una reducción de 61% en comparación con el año 2017.

Resultado de las encuestas

Las encuestas fueron realizadas por Google drive a personas residentes en Miami – Fl. Se recibieron 420 encuestas, bajo el formato adjuntado en el apéndice A. Los resultados fueron los siguientes.

Genero de los encuestados

La primera pregunta se muestra que el 89% de los encuestados fueron mujeres, es decir que, de 433 encuestados, 385 fueron mujeres, mientras que el 11% pertenece a los hombres.

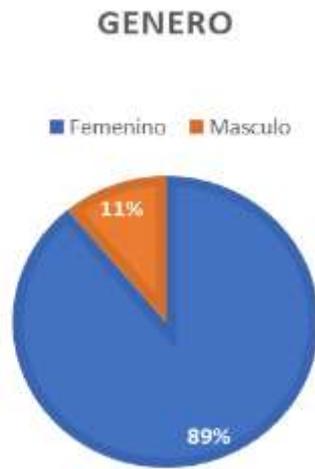


Figura 8. Género.

Edad de los encuestados.

Con lo que respecta a la edad, los resultados muestran que los encuestados están entre los rangos de 26 a 35 años con un 35% de todas las demás edades. El segundo grupo de personas está dentro del rango de 36 a 45 años.

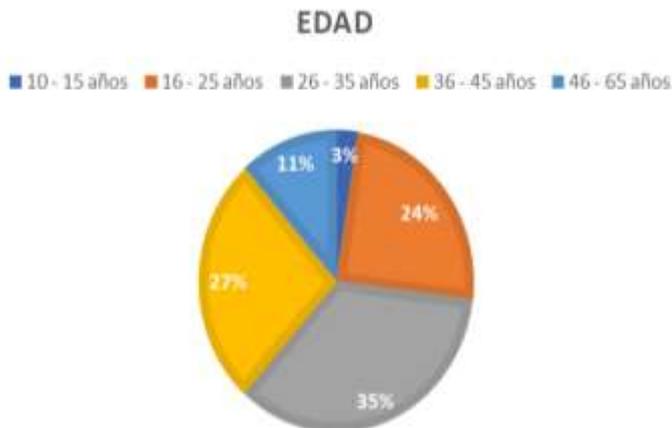


Figura 9. Edad.

Características importantes para la compra de bisutería.

En esta pregunta se puede identificar que el 37% de los encuestados se fijan en la calidad al momento de comprar bisuterías.

CARACTERISTICAS IMPORTANTE PARA LA COMPRA DE BISUTERIAS

■ Moda ■ Precio ■ Calidad ■ Material ■ Color

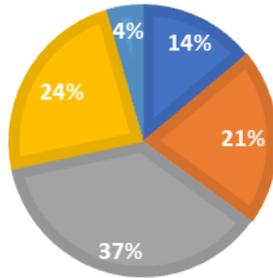


Figura 10. Características importantes para la compra.

Razón principal por la que adquiere bisuterías.

De acuerdo a los encuestados, el 29% adquiere bisutería como obsequio.

RAZON PRINCIPAL PORQUE COMPRA BISUTERIA

■ Por tendencia ■ Por moda ■ Por obsequio
■ Como recuerdo ■ Por apariencia personal

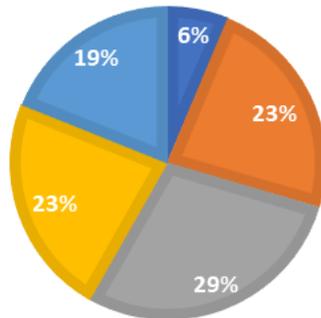


Figura 11. Razón principal de compra.

Lugares de adquisición de las bisuterías

En la siguiente pregunta se identificó que, en la muestra seleccionada, el 49% de los encuestados usan los centros comerciales para la compra de bisutería y el 33% utilizan plazas turísticas.



Figura 12. Medio que utiliza para comprar.

Frecuencia de consumo

Mediante las encuestas se puede mostrar que el 49% de las personas en Miami compran semestralmente, mientras que el 38% lo hacen mensualmente.



Figura 13. Frecuencia de consumo.

Aceptación de la bisutería artesanal en el mercado.

Mediante las encuestas, se puede mostrar que existe una aceptación de un 61% para la comercialización de las bisuterías elaboradas a base de grano de café.



Figura 14. Aceptación del mercado.

Precio por par de aretes.

De acuerdo al resultado de la encuesta, el 56% de los posibles compradores están dispuesto a pagar por un par de aretes hecho de granos de café entre \$9 a \$12 dólares.



Figura 15. Precio por par de arete.

Precio por pulsera.

Con respecto al resultado de la encuesta, el 65% de los consumidores están dispuesto a pagar por la pulsera hecha a base de granos de café un precio de \$13 a \$15 dólares.



Figura 16. Precio por pulsera.

Precio por collar

De acuerdo a los encuestados el 63% prefieren pagar por un collar hecho a base de granos de café entre \$25 a \$30.



Figura 17. Precio por collar.

Entrevista

Las siguientes entrevistas se la realizó a 6 artesanos de la ciudad de Manta, quienes a su vez formaran parte de la asociación de la empresa BisuArt.

En la primera pregunta se indica cuantos años llevan siendo artesanos, donde se señala un rango entre 3 a 22 años desde que empezaron a trabajar en la elaboración de artesanías. Luego, en la segunda pregunta se menciona las clases de materiales que

utilizan para la elaboración de bisuterías, los 6 artesanos indicaron que utilizan; tagua, pepa de aguacate, semillas de sandía, granos de café, granos de arroz, concha, madera, cristales, pepas de vidrio, semillas de melón, paja, cascara de naranja, pluma de gallina, material de llama, y caña de afrecho entre otras. Así mismo, en la tercera pregunta se acota los tipos de bisuterías que realizan, donde los 6 supieron indicar que su trabajo se enfoca en la producción de bisuterías como; aretes, pulseras, collares, anillos, gargantillas, tobilleras, rosarios, recuerdos de la cultura Manteña, adornos para el hogar, entre otros tipos de artesanías como el consumidor prefiera.

En la cuarta pregunta se indica cuanto es la producción mensual en volumen, donde los 6 entrevistados presentan una capacidad de producción entre 200 a 500 unidades mensuales. En la quinta pregunta se menciona que los artesanos tienen un promedio de venta semanal entre 80 a 500 dólares, depende de cada artesano donde se encuentra ubicado, indican que sus ventas aumentan hasta \$1000 cuando hay ferias, feriados o visitas de turistas internacionales como llegada de barcos. En la sexta pregunta, se señala si existe algún problema en la venta de sus artesanías, la mayoría indicaron que no han tenido problemas en su negocio, pero 2 de los 6 artesanos manifestaron que el problema es la disminución del turismo ya que el alcalde de la ciudad de Manta ha dejado de impulsar el mismo, y esto ocasiona que no visiten extranjeros y por consecuencia sus ventas se disminuyen. En la séptima pregunta se detalla si alguna vez han exportado sus artesanías, donde cuatro artesanos indican que no las exportan que solo las venden en su local, pero los otros dos artesanos manifiestan que existen intermediarios que les compra sus bisuterías y esas personas por sus propios medios se encargan de exportarlos a otros países como; Estados Unidos, Perú, Colombia.

Análisis PEST

Político- legal.

Estados Unidos se ve reflejado por un sistema político federal, basado en un gobierno separado en tres ramas; judicial, ejecutivo y legislativo. La presidencia está formada por un poder ejecutivo, la cual se complementa por; el presidente que se elige por votaciones en elecciones presidenciales. (Ecoprensa, 2016).

Según el Gobierno de Estados Unidos, (2019) señala:

- ✓ El poder legislativo se basa en crear las leyes y está conformado por congreso, senado y cámara de representantes.

- ✓ El poder ejecutivo, implementa leyes y está conformado por presidente, vicepresidente, y gabinete.
- ✓ El poder judicial, evalúa leyes y lo conforma la corte suprema y otras cortes federales.

Por otra parte, Estados Unidos está conformado por un sistema bipartidista; Partido demócrata, la cual favorece la intervención del gobierno para regular la economía de mercado, y partido republicano la misma que se defiende del capitalismo liberal y de la defensa nacional (Banco Santander, 2019d).

Económico

Estados Unidos ocupa la primera economía a nivel mundial, por encima de China, según el Banco Santander, (2019b). Señala lo siguiente:

En el año 2017 Estados Unidos ocupa un 2.2%, y en el año 2018 un 2.5%, en el 2019 y en el año 2020 se estima que crecerá un 1.8%. Así mismo existe un crecimiento de 2.9% del PIB en el año 2018 y se estima un 2.3% del PIB para el año 2019. Además, el déficit fiscal del año 2018 se conservó en -5.1%, y se pronostica para este año y 2020 un crecimiento de -5.6%, por otra parte, la tasa de inflación en el 2018 se mantuvo en un 2.4%, se espera que se reduzca para el 2019-2020 a 2.1%. De igual manera la tasa de desempleo bajó en el año 2018 de 4.4% a 3.8%, se espera que haya una disminución para este año y para el 2020 en un 3.5%

La economía de Estados Unidos creció en el primer trimestre del 2019 a un 3.1%, el comercio exterior y las inversiones en inventarios fueron los principales incentivos para la aceleración económica en el primer trimestre de este año (Segura, 2019).

Social

El consumidor estadounidense es fácil de adquirir productos extranjeros ya que son relativamente acomodados y diversos en sus gustos e intereses, valora la comodidad en casa, pero hoy en día su comportamiento ha cambiado ya que están empezando a vivir con menos productos de valor elevado y, optan por buscar menores costos, mientras otros aumentan sus deudas, de igual manera los consumidores estadounidenses muestran sus preocupaciones por su hogar y mantienen expectativas positivas para su futuro (Banco Santander, 2019a).

Tecnológico

Existe 280 millones de estadounidenses que se conectan al menos una vez por mes, por otra parte, nueve de cada diez usuarios entre la edad de 18 a 48 años tienen celular y hacen uso del internet, donde los hogares con altos ingresos usan computadoras portátiles o de escritorio en un 92%, agregando a lo anterior seis de cada diez estadounidenses menciona que el internet de alta velocidad es un problema para las zonas rurales a diferencia de las zonas urbanas. Por último el uso de los dispositivos portátiles y televisores inteligente ha incrementado en los últimos años (Méndez, 2018).

Ambiental

En la presidencia de Trump se ha visto reflejado un impacto marginal en cuestiones ambientales, ya que este gobierno exige que se despida a una parte de la fuerza laboral de protección de ambiente y así mismo recorta la lucha contra el cambio climático y el desarrollo de tecnologías. Pero de hoy en adelante se impulsará el reciclaje y la reutilización, en lugar de prohibición de los plásticos de un solo uso (Colorado, 2018).

Análisis Interno

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Amenaza de Nuevos Participantes

Con respecto a las marcas reconocidas a nivel mundial de bisuterías Artesanales están:

Manabijou S.A.

Es una compañía que produce y comercializa bisutería artesanal a nivel nacional como internacional, ubicada en la ciudad de Manta, la cual ofrece bisuterías artesanales elaboradas por tagua, granos de café, y otros tipos de piedras vegetal para la elaboración de diferentes bisuterías. esta compañía pertenece a una joven Manteña que salió adelante desde que era pequeña para sustentar su economía y ser independiente (Manabijou, 2017).

Las Artesanías de Rosalía Feijoo.

Esta Manabita realiza bisuterías con tagua y conchas, ofreciendo diseños únicos y personalizados, satisfaciendo las necesidades de sus clientes de acuerdo a gustos y preferencias, Rosalía emprendió este negocio desde hace 3 años, y su

propósito es exportar sus bisuterías al exterior, para mejorar sus ventas y economía (El Comercio, 2017).

Amenaza de Productos Sustitutos.

El uso de joyas (Orfebrería) puede considerarse como una amenaza para nuestro producto, ya que muchas mujeres lo utiliza para embellecer y dar el toque a su vestimenta, sean estas pulseras, anillos, cadenas y aretes, depende como la mujer prefiere sentirse elegantes, cómodas, seguras de sí mismas.

El poder de negociación de los compradores.

La bisutería artesanal tiene como característica su elaboración que está hecha a mano, sin utilizar maquinaria que afecten al medio ambiente, así mismo la materia prima que está hecha con material natural respetando a la naturaleza, esto lo hace más llamativo al mercado extranjero ya que en Estados Unidos están acostumbrado a la producción bajo maquinarias, químicos y otras materias primas procesadas.

El poder de negociación de los Proveedores.

La materia prima principal para esta bisutería es: los granos de café, hilos de algodón, seda, nylon, entre otras semillas que sirven para la elaboración y diversidad de modelos; las cuales serán adquiridas bajo la asociación conformada por la asociación de los artesanos Mantenses, quienes serán nuestros proveedores para satisfacer al mercado.

Rivalidad entre competidores.

No existe competencia directa igual a la cualidad de nuestro producto, ya que hay compañías que exportan bisuterías artesanales pero elaboradas a tagua, pero no hay empresas que hagan exactamente con materia prima ecológica, natural como es los granos de café.

Análisis externo

Análisis FODA

Fortalezas.

- Elaboración de un producto artesanal de diseños únicos y personalizados con altos estándares de calidad.
- Gran capacidad de producción de parte de la asociatividad de artesanos para cubrir la demanda.
- Exención de impuesto a la renta por ubicación de la microempresa en Manta-Manabí.

- Prestigio local.

Oportunidades

- Excepción de arancel en Estados Unidos para la importación.
- Aceptación de la población de Miami – Fl para el consumo de estas artesanías.
- Clientes valoran la calidad y diseños exclusivos de estas bisuterías artesanales.

Debilidades

- Poca experiencia en el mercado estadounidense.
- Desconocimiento de la marca del producto
- Baja producción para satisfacer la demanda del mercado

Amenazas

- Ingreso de nuevos competidores
- Alta demanda de productos sustitutos.
- Inestabilidad económica y social

Estudio de marketing

Marketing Mix

Producto.

Las bisuterías artesanales son hechas a base de granos de café tostado, elaboradas a mano por artesanos mantenses, quienes se desenvuelven en el arte, creación y producción, las mismas que son hechas con materiales naturales que respeten el medio ambiente, se caracterizan por presentar diseños de tendencia, resistencia y durabilidad.

Características.

- ✓ Alta resistencia y durabilidad
- ✓ Ecológica
- ✓ Natural y creativa
- ✓ Bajos precios

Se ofrecerá la línea de bisutería para mujeres, de aretes, pulsera y collar, pero en el caso de los hombres se ofrecerá un solo tipo de bisutería como es la pulsera.

Los materiales que se usan para la elaboración de estas bisuterías son granos de café, perforadora, acrílico, barniz, hilo nylon, broches, anzuelos para aretes.

Presentación del producto



Figura 18. Diseño de collar a base de granos de café.



Figura 19. Diseño de pulsera a base de granos de café.



Figura 20. Diseño de aretes a base de granos de café.

Logo



Figura 21. Logo de la empresa BisuArt.

Slogan

“Made with love”

Empaque

Cada artesano entregará el producto final con la etiqueta y funda correspondiente a cada tipo de bisutería, para finalmente ser exportado.

Etiqueta de aretes



Figura 22. Etiqueta de aretes.

Etiqueta de pulsera.



Figura 23. Etiqueta de la pulsera.

Etiqueta de collar.



Figura 18. Etiqueta de collar.

Precio.

Para determinar el precio de los productos que se van a comercializar en Miami Estados Unidos, se considera la suma de los costos fijos y variables.

Costos variables

La tabla 4, se muestra los costos que se efectúan para empezar la actividad de la microempresa BisuArt, los costos variables se realizan dependiendo de la cantidad de producción. Donde se llegó a un contrato que cada artesano producirá 150 unidades mensuales de los productos, por lo cual se exportará 900 unidades mensuales.

Tabla 4
Costos Variables

Ítem	Q	Valor	Consumo	Total
Aretes	450	\$0,75		\$ 337,50
Pulsera	250	\$1,00		\$ 250,00
Cadena	200	\$1,50		\$ 300,00
Etiqueta 1	450	\$45,00	1	\$0,10
Etiqueta 2	250	\$20,00	1	\$0,08
Etiqueta 3	200	\$20,00	1	\$0,10
Fundas	900	\$20,00	1	\$0,02
Embalaje	1	\$18,00	1	\$0,020
Caja de cartón	1	\$2,00	1	\$0,002
Costos exportación				
Tarifa de envío- Exporta fácil		\$259,50		\$0,29
Seguro Exporta-fácil		\$50,00		\$0,06
COSTO UNITARIO				\$0,67

COSTO TOTAL	Mensual	\$1.322,00
	Anual	\$15.864,00

Costo unitario	Aretes	\$1,24
	Pulsera	\$1,47
	Cadena	\$1,99

Costos fijos

Los costos fijos son aquellos costos que se deben pagar, independiente del nivel de producción, los cuales están basados en los gastos administrativos como salarios, servicios básicos, alquiler, suministros y materiales. Así mismo, se considera los gastos de ventas como ferias y publicidad en redes sociales se encuentran detallados en la siguiente tabla 5.

Tabla 5
Costos Fijos

	Valor mensual	
Gastos Administrativos	\$	1.816,00
Sueldos y Salarios	\$	1.301,00
Servicios Básicos	\$	435,00
Suministros y materiales	\$	80,00
Gasto de Ventas	\$	200,00
Ferías	\$	100,00
Redes Sociales	\$	100,00
TOTAL de GASTOS	\$	2.016,00
Costo unitario	\$	2,24
valor unitario por los 3 productos	\$	0,75

Finalmente, en la tabla 6, se puede observar el precio de cada bisutería, donde se considera un costo fijo unitario y el costo variable unitario, considerando el margen de utilidad que la empresa espera ganar por producto.

Tabla 6
Precio por producto

	Aretes		Pulseras		Collar	
Costo fijo	\$	0.75	\$	0.75	\$	0.75
Costo variable	\$	1.24	\$	1.47	\$	1.99
COSTO TOTAL	\$	1.99	\$	2.22	\$	2.74
Margen	\$	1.01	\$	2.04	\$	3.02
PRECIO	\$	3.00	\$	4.25	\$	5.76

Plaza.

Se plantea comercializar las bisuterías en Miami – Florida en Estados Unidos, donde se negociará con compradores que se dedican a la venta de artesanías.

Se inicia las negociaciones con las empresas Icing, Pacha Silver, Silver Palace, ubicadas en Bayside market place para realizar las primeras exportaciones y ventas de las bisuterías artesanales.



Figura 25. Punto de venta. Tomado de “Bayside Market Place por Baysidemarketplace, 2019.

Promoción.

Las redes sociales como Facebook e Instagram serán los medios utilizados para publicar las promociones de las bisuterías. Además, se asistirá a ferias que Pro Ecuador desarrolla, como la rueda de negocios de artesanías de excelencia, donde los exportadores tienen citas de negocios previamente con compradores internacionales.

Proceso de Logística

Para la exportación se ha elegido como medio de transporte a Correos del Ecuador mediante el programa de “Exporta Fácil”, el cual ofrece el servicio de courier bajo código postal, dirigido para las MIPYMES.

Requisitos.

Según Exporta fácil, (2019) señala los requisitos para registrarse:

- ✓ Ingresa en la página de www.exportafacil.gob.ec
- ✓ Ingresa tu RUC y partida arancelaria
- ✓ Crea un usuario y contraseña
- ✓ Realizar la declaración aduanera y llenar formulario DAS
 - Datos del destinatario

- Datos del producto
- Adjunta los documentos obligatorios (factura y lista de empaque)
- ✓ Entrega tu paquete a CDE
 - Coloca datos completos del exportador remitente y destinatario incluido su número telefónico, para facilitar su contacto en el exterior.
 - Adjunta físicamente todos los documentos obligatorios y adicionales.
 - Coloca número de orden que genere el sistema al registrar.



Figura 26. Distribución de la logística. Tomado de Exporta fácil, 2019.

Pesos Permitidos Por País.

Correos del Ecuador señala que el permiso permitido para la exportación hacia los Estados Unidos es de hasta 30 kilos.

Embalaje.

Las bisuterías van cada una con la etiqueta en caja de cartón con medidas de 1.05m de ancho, por 1.05m de alto, por 1.05m de profundidad, sellada con cinta de alta resistencia y, detallada la información de destinatario y remitente.

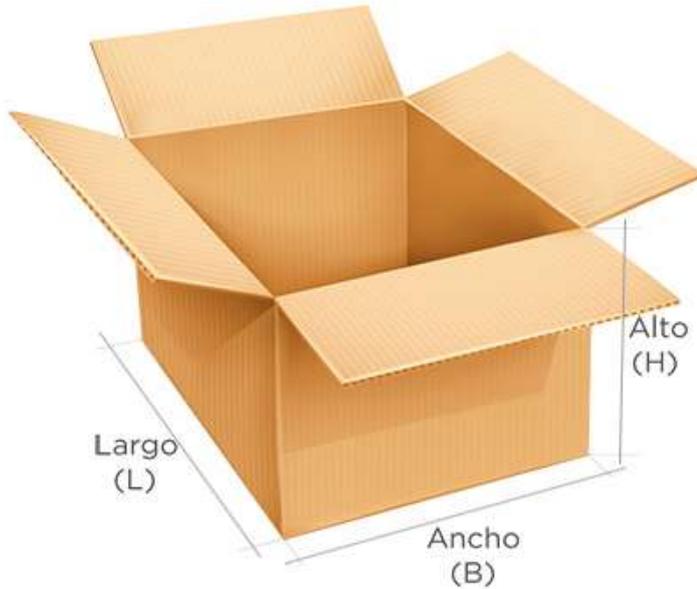


Figura 27. Caja de cartón para la exportación.

Arancel del País a Destino.

No existe un arancel para este tipo de producto, desde la partida arancelaria.

Aranceles aplicados por Estados Unidos de América en 2019(ITC)

Producto: 960200 - Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y sus manufacturas, n.c.o.p.; manufacturas moldeadas o talladas de cera, parafina, estearina, gomas o resinas naturales o pasta para modelar y demás manufacturas moldeadas o talladas, n.c.o.p.; gelatina sin endurecer trabajada y sus manufacturas, n.c.o.p.

Nomenclatura: HS17

País socio: Ecuador

Product code	Product description	No. of corresponding national tariff lines	Total ad valorem equivalent tariff	Level of protection
960200	Materias vegetales o minerales para tallar, trabajadas, y sus manufacturas, n.c.o.p.; manufacturas moldeadas o talladas de cera, parafina, estearina, gomas o resinas naturales o pasta para modelar y demás manufacturas moldeadas o talladas, n.c.o.p.; gelatina sin endurecer trabajada y sus manufacturas, n.c.o.p.	3	0%	<input type="checkbox"/>

Tamaño de la página: 25 Página 1 de 1, elementos 1 a 1 de 1.

Figura 28. Arancel de la partida arancelaria. Tomado de ITC, 2019.

Modalidad.

Se ha escogido la modalidad de servicio “Express Mail Service” (EMS), la cual es el servicio más rápido que ofrece esta compañía para el envío de 8 a 12 días hábiles al país extranjero, donde el exportador podrá rastrear su paquete vía internet, hasta ser entregado a la dirección detallada de destino.

Cotización de flete.

País de destino:	ESTADOS UNIDOS
Tipo de servicio:	EMS Exporta Facil
Peso en kilogramos:	30.0
Subtotal: *	\$ 231,70
IVA: *	\$ 27,80
Total: *	\$ 259,50

Figura 19. Cotización de flete. Tomado de Exporta Fácil, 2019.

Capítulo IV: La propuesta

La presente propuesta se enfoca en detallar el proceso de la microempresa y asociatividad en cuanto a su funcionalidad y pasos para la constitución de la misma. La microempresa estará constituida con el nombre de “BisuArt S.A”, su localización será en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, ubicado entre la avenida 24 y calle 13. Esta microempresa está formada por personas naturales, con actividad económica productiva, con la finalidad de exportar bisutería elaboradas con granos de café hacia el mercado de Miami – Florida, bajo un sistema de asociatividad conformado por 6 artesanos de la ciudad de Manta, por lo tanto, se escogerán conforme a la calidad y al cumplimiento de su producción, quienes serán los proveedores de las bisuterías para luego ser exportadas y comercializadas.

Aspectos legales de la propuesta

La Constitución ecuatoriana establece en el artículo 283 que el sistema económico del país está integrado por las formas de organización: privado, pública, mixta, en donde se encuentran las asociaciones de trabajadores autónomos, domésticos y comunitarios. Este artículo también establece que la Economía Popular y solidaria está conformada con sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios, es decir que se agrupan aquellas instituciones, recursos y capacidades con junto a los trabajadores que realizan actividades de producción (Pinto & Reyes, 2014).

Según (SEPS, 2019) añade que en el artículo 18 del Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario:

“El conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada”.

Razón social.

El presente proyecto de investigación se basa en la propuesta para la creación de una Microempresa que se dedica a la exportación de bisutería a base de granos de café al mercado de Florida, teniendo en consideración estos aspectos, se crea una compañía de responsabilidad limitada.

Nombre comercial.

BISUART Cía. Ltda

La idea del nombre comercial se plantea de “Bisu” de bisutería y “Art” de arte.

Actividad Comercial.

Exportación de bisutería artesanal mediante la creación de una asociación de artesanos que potencie la producción individual para mejorar su calidad de vida.

Tipo de Microempresa.

Al considerar los tipos de microempresa autorizadas en la Ley de Compañías, se decide constituir una Microempresa “Unipersonal de Responsabilidad Limitada”, donde la microempresa inicia y finaliza sus actividades con un solo dueño o propietario de la misma, sin embargo, se establece que los patrimonios personales y de la compañía son separados.

Proceso de constitución.

La constitución de la microempresa debe ser legal, por esto según el Ministerio del trabajo, (2019b) establece lo siguiente:

- Acta de la asamblea constitutiva de la organización en formación de todos los miembros.
- Copia del estatuto, con junto a la certificación del secretario provisional, donde se indique la aprobación.
- Acta de la asamblea con los nombres completos, copia de cedula y firmas respectivas.
- Copia certificada del documento que indique la nómina de la directiva y el documento que acredite la representación legal.
- Documento de la reforma del estatuto legalmente aprobada, el cual debe contener:
 - Nombre, domicilio y naturaleza jurídica de la organización.
 - Clase de miembros.
 - Derechos y obligaciones de los miembros
 - Estructura y organización interna.
 - Régimen económico.
- Obtención de patente municipal de comerciante.

- Permiso de Funcionamiento o Tasa de habilitación.

Requisitos generales para las asociaciones.

- Requisitos de identificación y ubicación.
- Formulario 01A.
- Ficha técnica de carga de accionistas.

Aspectos legales

Según (WIPO, 2010) Para la creación de la microempresa se debe considerar los siguientes reglamentos:

- Ratificar las políticas, planes, proyectos y, evaluar a los entes delegados de la ejecución, considerando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.
- Cumplir con el presupuesto anual para la implementación de todos los programas.
- Supervisar el desarrollo de infraestructura, tales como: centro desarrollo MIPYMES, en centro de desarrollo de investigación y tecnológico que se necesite para promover el desarrollo productivo de estas empresas con las respectivas leyes pertinentes de cada sector.
- Promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional.
- Aplicar los principios necesarios para para la certificación de la calidad de MIPYMES, asignado por la autoridad competente en la materia
- Impulsar las herramientas necesarias para el desarrollo organizacional

Impuestos y permisos

Para iniciar las actividades de una Microempresa exportadora se deben considerar los siguientes valores:

- Reserva del nombre de la compañía.
- Obtención del Registro Único de Contribuyente.
- Certificado emitido por cuerpo de bomberos.
- Permisos de funcionamiento.
- Registro de marca.

Organigrama de la Microempresa

La microempresa estará conformada por un gerente general y asistente quien se encargará de la exportación al mercado estadounidense, debido que no se necesita incurrir en más personal, ya que el proceso es llenar los datos del exportador y notificar a correos de Ecuador para finalizar la exportación

Ubicación de la oficina.

La presente propuesta estará ubicada en la ciudad de Manta de la provincia de Manabí, entre la avenida 24 y calle 13 donde se alquilará la oficina una pequeña bodega.

Diseño de la oficina.

Oficina administrativa	Baños	Bodega
---------------------------	-------	--------

Figura 30. Diseño de la oficina de la empresa BisuArt

Plan estratégico

Misión.

BisuArt es una microempresa que ofrece un servicio de comercialización y exportación de bisutería artesanal garantizando calidad y compromiso con el desarrollo sustentable de los artesanos con los que trabajamos, generando reconocimiento internacional a la bisutería ecuatoriana

Visión.

Consolidar la presencia de la bisutería artesanal ecuatoriana en los mercados internacionales, mediante la implementación de esquemas que se adapten a las necesidades de los clientes, y aseguren la sustentabilidad del emprendimiento en el año 2024.

Objetivos.

- Mantener buenas relaciones de negocios con los productores de las bisuterías.
- Abastecer el mercado internacional, de tal forma que el producto esté disponible y en buenas condiciones para los clientes.
- Construir la imagen corporativa basada en la calidad y confiabilidad en el internacional.

- Lograr reconocimiento internacional.

Ventajas de trabajar bajo un sistema asociativo

De acuerdo el BanEcuador, (2019) señala que asociarse permite compartir esfuerzos y conocimientos para seguir un objetivo común de todos los miembros, el trabajo en conjunto a una organización tienen los diferentes beneficios:

- Intercambiar ideas y criterios entre sí, poner en práctica la ayuda mutua entre sus socios, privilegiando al ser humano sobre el capital.
- Mantener una relación donde todos estén al mismo nivel de compromiso e involucramiento.
- Adquirir insumos y materias primas en forma conjunta, obteniendo mejores condiciones al hacerlo en mayores volúmenes.
- Trabajar en conjunto para usar mejor los recursos para la producción, tener mejores rendimientos, y con ello mejores ingresos para las familias.
- Acceder a nuevos y mejores mercados, con mayor cantidad de productos o servicios y agregando valor a la producción.
- Pensar en proyectos más grandes, que tengan mayores beneficios para todos.
- Obtener financiamiento por montos mayores, accediendo a créditos asociativos.
- Integrarse en mejores condiciones a cadenas productivas.
- Acceder más fácilmente a programas de capacitación y de asistencia técnica.
- Mejorar, estandarizar y mantener la calidad de los productos o servicios ofrecidos.

Desventajas de la asociatividad

- Muchas veces el individuo no puede solicitar préstamos o crédito, puesto que no tiene una firma
- Los pequeños productores ofrecen una limitada cantidad de productos, por lo regular no reciben un buen precio por sus productos en el mercado local.
- La compra de insumos resulta más cara, puesto que los vendedores no le ofrecerán un descuento por la compra de semillas, y otros insumos, y si se lo ofrecen, éste será mínimo.

Factores clave de éxito de trabajar en asociatividad

- Confianza – Selección de artesanos
- Transparencia y mecanismos de control
- Un objetivo común lo suficientemente atractivo
- Planificación adecuada de la asociación.
- Formular y ejecutar proyectos que ayuden a la consecución de los apoyos económicos.
- Autoridad de los directivos
- Resolución de desacuerdos

Estudio técnico

Capacidad de producción de las bisuterías por los Artesanos.

Para la producción se ejecuta la capacidad máxima de los 6 artesanos quienes son nuestros proveedores de las bisuterías. Para satisfacer el mercado de Miami – Florida, se realizará exportaciones mensuales de 900 unidades los primeros días de cada mes. Por otra parte, como se va a comercializar tres tipos de productos, se realizó un acuerdo para la cantidad que cada artesano va producir.

Tabla 7

Cantidad de producción mensual de los artesanos

CANTIDAD DE PRODUCCION						
ARTESANOS (MENSUAL)	ARETES	PULSERAS	COLLARES	TOTAL		
1	150	50	50	50	150	
2	150	75	50	25	150	
3	150	50	50	50	150	
4	150	100	25	25	150	
5	150	75	50	25	150	
6	150	50	75	25	150	
					900	

Capítulo V: Estudio Financiero

Para ejecutar el análisis sobre la factibilidad de la exportación de bisutería artesanal a base de granos de café, se considera una proyección de 5 años.

Plan de inversión

Para plantear este proyecto se inicia detallando en plan de inversión la cual comprende desde el inventario el mismo que está constituido por la cantidad a exportar, activos fijos y gastos que se va incurrir para empezar la operación como gastos administrativos, gastos de ventas y gastos preoperacionales.

Tabla 8

Plan de inversión

Inventario	\$	1.322,00
Gastos	\$	2.016,00
Activos Fijos	\$	670,00
Muebles y enseres	\$	295,00
Anaqueles	\$	60,00
Escritorio	\$	150,00
Archivadores	\$	45,00
Sillas	\$	40,00
Equipos de Computación	\$	375,00
Computadora	\$	225,00
Impresora	\$	150,00
Gastos preoperacionales	\$	1.095,00
Constitución de sociedades	\$	320,00
Servicios de Registro y certificación	\$	280,00
Permisos de funcionamiento	\$	130,00
Registro de marca		
Estudio de Factibilidad del registro	\$	65,00
Solicitud de Registro de marca	\$	300,00
TOTAL Capital Trabajo		\$ 5.103,00

Plan de financiamiento

Según CFN (2019), indica que ofrece financiamiento para las pequeñas y medianas empresas PYME, mediante el cual se otorga financiamiento de capital al sector productivo que promueva a las exportaciones ecuatorianas.

De acuerdo a la (CFN, 2018) indica la siguiente lista de requisitos para crédito directo a personas naturales los cuales son:

- Cedula de identidad o RUC del deudor y garante
- Copia de servicios básicos (detallar las direcciones en la solicitud; planta, domicilio) para deudor y garante).
- Solicitudes de financiamiento debidamente firmadas (deudor y garante), debe incluir firma de los cónyuges si estas personas son de estado civil casado.
- Carta de autorización a terceros (Formato CFN) en caso de requerirse.
- Certificado bancario del deudor y garante (movimiento de cuentas de los últimos 6 meses)
- Referencia bancaria del deudor y garante originales firmada (Emitidas máximo tres meses antes de realizar la solicitud de crédito).
- Estado de cuenta de las tarjetas de crédito del deudor de los últimos tres meses.
- Tablas de amortización, el cual se debe especificar el destino de créditos (activo fijo o capital de trabajo).

De tal forma esté presente proyecto será financiado por crédito bancario para la creación de la microempresa BisuArt, la misma que se acoge al préstamo de un tiempo de 60 meses con una tasa de interés del 11,83 %, con un total de financiamiento de \$ 2.805,60

Tabla 9*Financiamiento del proyecto*

Plan de Financiamiento				
			CFN	Propio
Operación Inicial	\$ 3.338,00	\$ 2.336,60	\$ 1.001,40	
Activo fijo	\$ 670,00	\$ 469,00	\$ 201,00	
Gastos preoperacionales	\$ 1.095,00	\$ -	\$ 1.095,00	
	\$ 5.103,00	\$ 2.805,60	\$ 2.297,40	

Tabla 10*Calculo anual de la amortización del crédito bancario*

Año	Pago Anual de Capital	Pago anual de intereses	Saldo Anual
1	\$561,20	\$ 301,52	\$ 2.244,80
2	\$561,20	\$ 235,13	\$ 1.683,60
3	\$561,20	\$ 168,74	\$ 1.122,40
4	\$561,20	\$ 102,35	\$ 561,20
5	\$561,20	\$ 35,96	\$ -
	\$2.806,00	\$ 843,71	

Capital de trabajo**Tabla 11***Capital de trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO	
Inventario	\$ 1.322,00
Gastos	\$ 2.016,00
Activos Fijos	\$ 670,00
Gastos Preoperacionales	\$ 1.095,00
TOTAL	\$ 5.103,00

Depreciación.

De acuerdo al reglamento del régimen tributario interno bruto del Ecuador (SRI, 2019) señala que 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. En este proyecto se considera que los muebles y equipos de oficina se deprecian en 10 años, mientras que los equipos de computación se deprecian en 3 años

Tabla 12*Depreciación anual*

	Cantidad	Precio	Total	Vida útil	Depreciación Anual
Muebles Y Enseres					
Anaqueles	1	\$ 60,00	\$ 60,00	10	\$ 6,00
Escritorio	1	\$ 150,00	\$ 150,00	10	\$ 15,00
Archivadores	1	\$ 45,00	\$ 45,00	10	\$ 4,50
Sillas	2	\$ 20,00	\$ 40,00	10	\$ 4,00
Equipos de computación					
Computadora	1	\$ 225,00	\$225,00	3	\$ 75,00
Impresora	1	\$ 150,00	\$150,00	3	\$ 50,00
Total	7	\$650,00	\$670,00		\$154,50

Gastos de salarios

Se realiza la proyección de gastos para el personal que se necesita conforme a las leyes. El sueldo base mensual ser por un año, luego de eso irá incrementando según el porcentaje promedio de los últimos 10 años, ver apéndice C.

Tabla 13*Nómina de trabajadores*

CARGO	INGRESOS	Descuentos	NETO A RECIBIR	Beneficios Sociales					TOTAL PROVISIONES	TOTAL COSTO POR TRABAJADOR
	SALARIO MINIMO	Aporte personal (9,45%)		Aporte patronal (12,15%)	Fondo de reserva	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones		
Gerente	\$600,00	\$56,70	\$543,30	\$72,90	\$50,00	\$50,00	\$32,83	\$25,00	\$230,73	\$774,03
Asistente	\$400,00	\$37,80	\$362,20	\$48,60	\$33,33	\$33,33	\$32,83	\$16,67	\$164,77	\$526,97
	\$1.000,00	\$94,50	\$905,50	\$121,50	\$83,33	\$83,33	\$65,67	\$41,67	\$395,50	\$1.301,00

Gastos administrativos.

Tabla 14

Gastos administrativos

	Valor mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	\$ 1.816,00	\$ 21.792,00	\$ 22.372,46	\$ 22.968,38	\$ 23.580,17	\$ 24.208,26
Sueldos y Salarios	\$ 1.301,00	\$ 15.612,00	\$ 16.027,85	\$ 16.454,77	\$ 16.893,07	\$ 17.343,04
Servicios Básicos	\$ 435,00	\$ 5.220,00	\$ 5.359,04	\$ 5.501,79	\$ 5.648,33	\$ 5.798,79
Suministros y materiales	\$ 80,00	\$ 960,00	\$ 985,57	\$ 1.011,82	\$ 1.038,77	\$ 1.066,44
Gasto de Ventas	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.463,93	\$ 2.529,56	\$ 2.596,94	\$ 2.666,11
Ferías	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.231,96	\$ 1.264,78	\$ 1.298,47	\$ 1.333,05
Redes Sociales	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.231,96	\$ 1.264,78	\$ 1.298,47	\$ 1.333,05
TOTAL de GASTOS	\$ 2.016,00	\$ 24.192,00	\$ 24.836,39	\$ 25.497,94	\$ 26.177,11	\$ 26.874,37
Costo unitario	\$ 2,24					

Proyecciones de la demanda y precios.

Para la proyección se toma en consideración dos factores claves: precio y cantidad. La empresa pretende incrementar sus ventas en un 5% en relación a años anteriores. De la misma forma, se considera que el precio puede variar cada año dependiendo de la tasa de inflación de Ecuador, para esto se obtuvo la inflación promedio de los últimos 10 años de 2.66%. (Apéndice D).

Tabla 15

Proyecciones de ingresos

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Aretes</i>					
Cantidad	5400	5670	5954	6251	6564
Precio	\$3,00	\$3,08	\$3,16	\$3,24	\$3,33
<i>Pulseras</i>					
Cantidad	3000	3150	3308	3473	3647
Precio	\$4,25	\$4,37	\$4,48	\$4,60	\$4,72
<i>Cadenas</i>					
Cantidad	2400	2520	2646	2778	2917
Precio	\$5,76	\$5,91	\$6,07	\$6,23	\$6,40
TOTAL INGRESOS	\$42.761,31	\$46.095,33	\$49.689,30	\$53.563,49	\$57.739,73

Proyección de costos de producción

La proyección de costos involucra los costos variables, estos valores van a variar de acuerdo la inflación promedio de Ecuador calculada de 2.66% (Ver apéndice D), como se puede observar las proyecciones de costos en la siguiente tabla.

Tabla 16

Proyección de costos de producción

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo variable	\$ 15.864	\$ 16.286,56	\$ 16.720,37	\$ 17.165,74	\$ 17.622,98
Costo de producción	\$ 15.864,00	\$ 16.286,56	\$ 16.720,37	\$ 17.165,74	\$ 17.622,98

Proyección de estado de resultado y flujo de caja.

En este presente proyecto se determina la factibilidad mediante la realización del Estado de Resultado y el Flujo de Caja. En la siguiente tabla 17 se encuentra la proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias, donde se involucra la proyección de ingresos, costos y gastos necesarios para el desarrollo de las actividades de la compañía, de la misma forma se considera el incentivo del gobierno en la exoneración del pago de impuesto a la renta como indica el artículo 9.1, agregado a la reforma segunda, núm. 2.2 de la ley s/n, para las empresas que estén ubicadas fuera de Guayaquil y Quito tiene exoneración de impuesto los primeros 5 años.

En lo que respecta al Flujo de Caja, se determina el costo del proyecto, donde se toma en consideración la tasa de interés del préstamo (11,83%) se utilizó beta apalancado de la industria diversa en Estados Unidos (1.32), el cual se acoge a este valor de acuerdo a la situación de la empresa ecuatoriana. En la tabla 18, se observa que el proyecto de exportación de bisuterías hechas a base de café es rentable, puesto que el valor actual neto es mayor a 0 (VAN: \$19.176,00), asimismo la tasa interna de retorno (TIR: 79,30%) es mayor que el costo del proyecto (WACC:10.36 %) y el plazo de recuperación de la inversión es en el segundo año (Ver Apéndice E).

Balance general

En la tabla 19 se muestra el estado financiero que muestra los activos, pasivos y patrimonio, generalmente se utiliza periodos anuales. De acuerdo al resultado del balance se concluye que la operación de la microempresa se ha llevado de la manera correcta. Por otro lado, en la tabla 20 se muestra el punto de equilibrio para cada producto, la cual muestra el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida

Tabla 17*Estado de resultado*

Año	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas	\$ 42.761,3	\$ 46.095,3	\$ 49.689,3	\$ 53.563,5	\$ 57.739,7
(-) Costo de ventas (producción)	\$ 15.864,0	\$ 16.286,6	\$ 16.720,4	\$ 17.165,7	\$ 17.623,0
UTILIDAD BRUTA	\$ 26.897,3	\$ 29.808,8	\$ 32.968,9	\$ 36.397,7	\$ 40.116,8
Gastos Administrativos	\$ 21.792,0	\$ 22.372,5	\$ 22.968,4	\$ 23.580,2	\$ 24.208,3
Gastos de Ventas	\$ 2.400,0	\$ 2.463,9	\$ 2.529,6	\$ 2.596,9	\$ 2.666,1
Gastos de depreciación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Amortización	\$ 219,0	\$ 219,0	\$ 219,0	\$ 219,0	\$ 219,0
<u>Total de gastos</u>	<u>\$ 24.411,0</u>	<u>\$ 25.055,4</u>	<u>\$ 25.716,9</u>	<u>\$ 26.396,1</u>	<u>\$ 27.093,4</u>
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 2.486,3	\$ 4.753,4	\$ 7.252,0	\$ 10.001,6	\$ 13.023,4
(-) Gastos financieros	\$ 301,5	\$ 235,1	\$ 168,7	\$ 102,4	\$ 36,0
UTILIDAD ANTES PART. EMPLEADOS	\$ 2.184,8	\$ 4.518,3	\$ 7.083,2	\$ 9.899,3	\$ 12.987,4
(-) 15% Participación de empleados	\$ 327,7	\$ 677,7	\$ 1.062,5	\$ 1.484,9	\$ 1.948,1
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1.857,1	\$ 3.840,5	\$ 6.020,8	\$ 8.414,4	\$ 11.039,3
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 1.857,1	\$ 3.840,5	\$ 6.020,8	\$ 8.414,4	\$ 11.039,3

Tabla 18
Flujo de Caja

Año	0	1	2	3	4	5				
Ventas	\$	42.761	\$	46.095	\$	49.689	\$	53.563	\$	57.740
Linea 1-Aretes	\$	16.186	\$	17.448	\$	18.808	\$	20.274	\$	21.855
Linea 2-Pulsera	\$	12.758	\$	13.753	\$	14.825	\$	15.981	\$	17.227
Linea 3-Collare	\$	13.817	\$	14.895	\$	16.056	\$	17.308	\$	18.657
Costo de Ventas	\$	15.864	\$	16.287	\$	16.720	\$	17.166	\$	17.623
Gastos Administrativos	\$	21.792	\$	22.372	\$	22.968	\$	23.580	\$	24.208
Sueldos y Salarios	\$	15.612	\$	16.028	\$	16.455	\$	16.893	\$	17.343
Servicios Básicos	\$	5.220	\$	5.359	\$	5.502	\$	5.648	\$	5.799
Suministros y materiales	\$	960	\$	986	\$	1.012	\$	1.039	\$	1.066
Otros Gastos	\$	219	\$	219	\$	219	\$	219	\$	219
Gastos de Depreciación	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
Gastos de Amortización	\$	219	\$	219	\$	219	\$	219	\$	219
Gastos Ventas	\$	2.400	\$	2.464	\$	2.530	\$	2.597	\$	2.666
Ferías	\$	1.200	\$	1.232	\$	1.265	\$	1.298	\$	1.333
Redes Sociales	\$	1.200	\$	1.232	\$	1.265	\$	1.298	\$	1.333
Gastos financieros	\$	302	\$	235	\$	169	\$	102	\$	36
Pago de Capital	\$	561	\$	561	\$	561	\$	561	\$	561
Flujo Antes de Impuestos	\$	1.624	\$	3.957	\$	6.522	\$	9.338	\$	12.426
Participación de empleados	\$	244	\$	594	\$	978	\$	1.401	\$	1.864

Flujo después de Impuestos		\$	1.380	\$	3.363	\$	5.544	\$	7.937	\$	10.562
(+) Depreciación		\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
(+) Amortización		\$	219								
Capital de Trabajo											
Activo fijo	\$		670								
Operación Inicial	\$		3.338								
Gastos preoperacionales	\$		1.095								
	\$										
FLUJO DE EFECTIVO	(5.103)	\$	1.843	\$	4.176	\$	6.741	\$	9.557	\$	12.645

Tabla 19*Balance general final del proyecto*

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES					
Caja/Bancos	\$ 8.849,31	\$ 12.397,77	\$ 19.072,43	\$ 28.563,12	\$ 41.141,95
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 8.849,31	\$ 12.397,77	\$ 19.072,43	\$ 28.563,12	\$ 41.141,95
ACTIVOS FIJOS					
Muebles de Oficina	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00	\$ 295,00
Equipos de Computación	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 670				
ACTIVOS DIFERIDOS					
Gastos de Constitución	\$ 1.095,00	\$ 1.095,00	\$ 1.095,00	\$ 1.095,00	\$ 1.095,00
(-) Amortización Acumulada	\$ 219,00	\$ 438,00	\$ 657,00	\$ 876,00	\$ 1.095,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 876,00	\$ 657,00	\$ 438,00	\$ 219,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 10.395,31	\$ 13.724,77	\$ 20.180,43	\$ 29.452,12	\$ 41.811,95
PASIVOS					
PASIVOS A LARGO PLAZO					
Préstamo Bancario	\$ 3.107,52	\$ 1.918,73	\$ 1.291,14	\$ 663,55	\$ 35,96
Intereses x Pagar	\$ 2.806,00	\$ 1.683,60	\$ 1.122,40	\$ 561,20	\$ -
TOTAL DE PASIVOS	\$ 3.107,52	\$ 1.918,73	\$ 1.291,14	\$ 663,55	\$ 35,96
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 5.103,00	\$ 5.103,00	\$ 5.103,00	\$ 5.103,00	\$ 5.103,00
Utilidad del Ejercicio	\$ 2.184,79	\$ 4.518,25	\$ 7.083,25	\$ 9.899,28	\$ 12.987,42
Utilidades Retenidas		\$ 2.184,79	\$ 6.703,04	\$ 13.786,29	\$ 23.685,57
TOTAL PATRIMONIO	\$ 7.287,79	\$ 11.806,04	\$ 18.889,29	\$ 28.788,57	\$ 41.775,99
TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	\$ 10.395,31	\$ 13.724,77	\$ 20.180,43	\$ 29.452,12	\$ 41.811,95

Tabla 20*Punto de equilibrio para cada producto*

Producto-Aretes	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL DE VENTAS	CANTIDAD	PE(\$)	
AÑO1	\$ 9.354,00	\$ 6.004,72	\$ 16.185,69	4961	\$ 14.870,97	38%
AÑO2	\$ 9.572,78	\$ 6.164,67	\$ 17.447,66	4939	\$ 14.803,04	
AÑO3	\$ 9.798,05	\$ 6.328,87	\$ 18.808,02	4927	\$ 14.767,19	
AÑO4	\$ 10.030,00	\$ 6.497,45	\$ 20.274,45	4924	\$ 14.760,30	
AÑO5	\$ 10.268,79	\$ 6.670,52	\$ 21.855,21	4931	\$ 14.779,79	
			\$ 94.571,03			

Producto-Pulsera	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL DE VENTAS	CANTIDAD	PE(\$)	
AÑO1	\$ 7.373,31	\$ 4.733,23	\$ 12.758,40	2756	\$ 11.722,07	30%
AÑO2	\$ 7.545,76	\$ 4.859,31	\$ 13.753,15	2744	\$ 11.668,52	
AÑO3	\$ 7.723,33	\$ 4.988,74	\$ 14.825,46	2737	\$ 11.640,26	
AÑO4	\$ 7.906,16	\$ 5.121,63	\$ 15.981,37	2736	\$ 11.634,84	
AÑO5	\$ 8.094,39	\$ 5.258,05	\$ 17.227,41	2739	\$ 11.650,20	
			\$ 74.545,79			

Producto-Collares	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL DE VENTAS	CANTIDAD	PE(\$)
AÑO1	\$ 7.985,22	\$ 5.126,04	\$ 13.817,22	2205	\$ 12.694,89
AÑO2	\$ 8.171,98	\$ 5.262,58	\$ 14.894,52	2195	\$ 12.636,89
AÑO3	\$ 8.364,29	\$ 5.402,76	\$ 16.055,82	2190	\$ 12.606,29
AÑO4	\$ 8.562,30	\$ 5.546,67	\$ 17.307,67	2189	\$ 12.600,41
AÑO5	\$ 8.766,15	\$ 5.694,41	\$ 18.657,11	2192	\$ 12.617,05
			\$ 80.732,34		

32%

Ratios financieros

Tabla 21

Ratos financieros

RAZÓN DE RENTABILIDAD: Margen Bruto

		Utilidad Bruta		Ventas Netas	Ratio
AÑO1	\$	26.897	\$	42.761	63%
AÑO2	\$	29.809	\$	46.095	65%
AÑO3	\$	32.969	\$	49.689	66%
AÑO4	\$	36.398	\$	53.563	68%
AÑO5	\$	40.117	\$	57.740	69%

RAZÓN DE RENTABILIDAD: Margen Neto

		Utilidad neta		Ventas Netas	Ratio
AÑO1	\$	1.857	\$	42.761	4%
AÑO2	\$	3.841	\$	46.095	8%
AÑO3	\$	6.021	\$	49.689	12%
AÑO4	\$	8.414	\$	53.563	16%
AÑO5	\$	11.039	\$	57.740	19%

En lo que respecta a las ratios financieras, se evidencia un incremento anual del indicador positivo en los próximos años, evidenciando un desarrollo de la empresa.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Luego de haber realizado el presente trabajo de titulación sobre la factibilidad de la exportación de bisutería hecho base de granos de café bajo un sistema asociativo hacia el mercado estadounidense hemos llegado a las siguientes conclusiones:

Al considerar el problema de investigación, se comprueba la factibilidad de exportación y comercialización de bisuterías a base de grano de café, ya que existe una aceptación en el mercado de Miami, debido que es un producto innovador, de buen gusto y diseños atractivos.

En el primer objetivo se identificó las bases teóricas, conceptuales y legales de la investigación, para lograr ingresar al mercado internacional y a su vez conocer las leyes fundamentales para crear la asociatividad con los artesanos mantenes bajo los reglamentos y leyes que se requiere, entre los principales: el reglamento general de defensa del artesano, ley del fomento artesanal, y así mismo el reglamento de las organizaciones sociales.

Con lo que respecta al segundo objetivo de la investigación, se concluye que, si es posible la comercialización de bisutería al mercado de Miami, donde se demostró en el estudio de mercado que el perfil del consumidor son mujeres desde los 18 años en adelante, donde se obtuvo una aceptación del mercado del 61%. Por otra parte, se pudo tener una referencia de los precios de las bisuterías que el mercado estadounidense estaría dispuesto a pagar.

En lo que se refiere al tercer objetivo se logró plantear la propuesta de la asociatividad y la microempresa, respetando las leyes y reglamento de la constitución. Asimismo, se determinó la capacidad de producción de los artesanos para la respectiva exportación. Finalmente se establece el medio logístico.

De acuerdo al último objetivo específico, se establece que el proyecto para la exportación de bisutería hecha a base de granos de café al mercado de Miami-Fl es factible ya que el valor actual neto es mayor a 0 (VAN: \$19.176,00), asimismo la tasa interna de retorno (TIR: 79,30%) es mayor que el costo del proyecto (WACC: 10.36%) y, finamente con un periodo de recuperación del segundo año..

Recomendaciones

Se recomienda para este proyecto de investigación mejorar las políticas comerciales con Estados Unidos; en acuerdos y tratados comerciales.

Así mismo mejorar las estrategias de marketing diseñadas a este proyecto, con el fin de mantener un mercado más atractivo, no solo en Miami, sino para el mercado de otros países, donde se pueda expandir la oferta de las bisuterías artesanales y generar más ingresos.

Por otra parte, se recomienda ampliar la base de compradores hacia otros mercados como el europeo, donde el mercado tiene alta aceptación para las artesanías.

Bibliografía

- Angulo, R. (2018). Factores que afectan el comportamiento de un consumidor. Recuperado 11 de junio de 2019, de ClickBalance website: <https://clickbalance.com/blog/mercadotecnia-y-ventas/el-comportamiento-de-un-consumidor/>
- Araque, W. (2018). *Asociatividad PYME*. Recuperado de <https://uasb.edu.ec/publicacion?asociatividad-en-la-pyme-797>
- ASALE, R.-. (2019). Bisutero, ra. En «*Diccionario de la lengua española*»—*Edición del Tricentenario*. Recuperado de <https://dle.rae.es/>
- ASINCAR. (2019). ASINCAR | Sobre la asociación. Recuperado 18 de junio de 2019, de Asincarc website: <https://www.asincarc.com/asociacion-de-industrias-carnicas/sobre-la-asociacion/>
- Banco Central del Ecuador. (2019). Inflacion de ecuador 2009-2019. Recuperado de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/317-informe-de-inflaci%C3%B3n>
- Banco Santander. (2019a). Consumidor de estados unidos. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
- Banco Santander. (2019b). Economia de Estados Unidos. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- Banco Santander. (2019c). Poblacion de Miami. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/presentacion-general>
- Banco Santander. (2019d). Politica de estados unidos. Recuperado de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>

- BanEcuador. (2019). *Beneficios de asociarse*. Recuperado de <https://www.banecuador.fin.ec/wp-content/uploads/2019/08/MODULO-5-.pdf>
- Baysidemarketplace. (2019). Imagen de bayside market place. Recuperado de <https://www.baysidemarketplace.com/>
- Berrezueta, L. (2017). *Reglamento de Organizaciones Artesanales*. Recuperado de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/REGLAMENTO-DE-ORGANIZACIONES-ARTESANALES.pdf>
- Businesscol. (2019). INCOTERMS incoterms terminos de negociacion en comercio exterior businesscol. Recuperado 20 de junio de 2019, de <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- CFN. (2018). Requisitos para credito CFN. Recuperado de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2019/01/calidad/reqPersonasNat-Jur/R-GCC-AC-17-Lista-Verificacion-Requisitos-Persona-Natural.pdf>
- CFN. (2019). Incentivos de credito CFN. Recuperado de <https://www.cfn.fin.ec/financiamiento-de-exportacion/#search>
- Chávez, J. (2018). Ecuador, un país pluricultural y artesanal. Recuperado 30 de mayo de 2019, de [EcuadorianHands.com](http://www.ecuadorianhands.com) website: http://www.ecuadorianhands.com/es/blog/197_ecuador-un-pais-pluricultural-y-artesanal.html
- Coelho, F. (2019). Significado de metodologia de la investigación. En *Significados*. Recuperado de <https://www.significados.com/metodologia/>
- Colorado, M. (2018). *Medio Ambiente de Estados Unidos*. Recuperado de <https://www.france24.com/es/20180613-medio-ambiente-g7-acuerdo-paris>
- Ecoprensa. (2016). *Sistema politico de Estados Unidos*. Recuperado de <https://www.economista.es/especiales/elecciones-estados-unidos/sistema-politico.php>

- Ekos. (2019). El Salinerito: La sostenibilidad es estrategia de un negocio solidario y responsable. Recuperado de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/el-salinerito-la-sostenibilidad-es-estrategia-de-un-negocio-solidario-y-responsable>
- El Telégrafo. (2017, agosto 26). Sector artesanal tendrá más beneficios con nueva ley. *El Telégrafo - Noticias del Ecuador y del mundo*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/sector-artesanal-tendra-mas-beneficios-con-nueva-ley>
- El Telégrafo. (2018). Ecuador cerrará 2018 con aumento del 14% de las exportaciones. *El Telégrafo - Noticias del Ecuador y del mundo*. Recuperado de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/informe-aumento-ecuador-exportaciones-cierre-2018>
- Embajada del Ecuador. (2017). Partida Arancelaria. Recuperado de Ficha tecnica website: http://catar.embajada.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/18.-FI_TAGUA.pdf
- Escalante, J. (2016, diciembre 7). Los principales factores que influyen en la conducta del consumidor. Recuperado 11 de junio de 2019, de Blog Marketing Link—Universidad del Pacífico website: <http://marketinglink.up.edu.pe/los-principales-factores-influyen-la-conducta-del-consumidor/>
- Escamilla, O. (2018). Necesidades del Consumidor. Recuperado de <https://www.merca20.com/necesidades-del-consumidor/>
- Estévez, A. (2014). *CASO: “CATTI TIENDA Y TALLER DE ARTE”* (Universidad Católica del Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7793/2.22.000476.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Explorable. (2019). Muestreo Bola de Nieve. Recuperado de <https://explorable.com/es/muestreo-de-bola-de-nieve>
- Exporta Facil. (2019). Cotizacion de envio. Recuperado de http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=143

- Exporta facil. (2019a). Imagen de como funciona exporta facil. Recuperado de http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=108
- Exporta facil. (2019b). Requisitos para exportar. Recuperado de http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=7&Itemid=111
- Fabra, A. (2017). Qué factores influyen en el comportamiento del consumidor. Recuperado 11 de junio de 2019, de <https://negocios.uncomo.com/articulo/que-factores-influyen-en-el-comportamiento-del-consumidor-25490.html>
- Fair trade usa. (2019). Teoria del comercio justo. Recuperado de <https://www.fairtradecertified.org/es/why-fair-trade/our-global-model>
- Fartesanosm. (2015, abril 21). Federacion Artesanos Profesionales de Manta. Recuperado 18 de junio de 2019, de Federacion Artesanos Profesionales de Manta website: <http://fartesanosm.blogspot.com/2015/04/glenda-saltos-es-un-orgullo-trabajar.html>
- Finanzas & Proyectos. (2015). Definicion de factibilidad. Recuperado de <https://finanzasyproyectos.net/factibilidad-financiera-de-un-proyecto/>
- Fisher, L., & Espejo, J. (2014). *Libro Mercadotecnia Laura Fischer y Jorge Espejo* (Cuarta). Recuperado de https://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo
- Florencia, U. (2014). Definición de Artesano. Recuperado 3 de junio de 2019, de Definición ABC website: <https://www.definicionabc.com/general/artesano.php>
- Gobierno de Estados unidos. (2019). Funcionamiento federal de Usa. Recuperado de <https://www.usa.gov/espanol/como-funciona-el-gobierno>
- Gómez, M., & Sequeira, M. (2015). *Estudio del comportamiento del consumidor* (Nacional Autonoma de Nicaragua). Recuperado de <http://repositorio.unan.edu.ni/3924/1/3084.pdf>

- Guerrero, C. (2016). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BISUTERÍA ARTESANAL ECOLÓGICA CON SEMILLAS DE FRUTOS Y CÁSCARA DE NARANJA UBICADA EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO* (Universidad Central del Ecuador). Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/13103/1/T-UCE-0003-CA041-2017.pdf>
- Herrera, J. (2017). *La investigación Cualitativa* (UDG). Recuperado de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/1167/1/La%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>
- Hume, D. L. (2013). *Tourism Art and Souvenirs: The Material Culture of Tourism—Introduction*. Recuperado de https://www.academia.edu/3184360/Tourism_Art_and_Souvenirs_The_Material_Culture_of_Tourism_-_Introduction
- Hume, D. L. (2018). *The Language of Souvenirs A Design Theory for the Production of Tourist Souvenirs: Three Discrete Groups - the Sampled, Crafted and Representative*. Recuperado de https://www.academia.edu/2764781/The_Language_of_Souvenirs_A_Design_Theory_for_the_Production_of_Tourist_Souvenirs_Three_Discrete_Groups_-_the_Sampled_Crafted_and_Representative
- ITC. (2018a). Datos que Ecuador importa desde Estados Unidos. Recuperado de Trademap website: itc
- ITC. (2018b). Partida arancelaria. Recuperado de Trademap website: https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c842%7c%7c9602%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c3%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1
- ITC. (2018c). Saldo comercial entre Ecuador y Estados Unidos desde la partida arancelaria.
- ITC. (2019). Gráfico de arancel de Estados Unidos. Recuperado de Perfiles arancelarios en el mundo website: <http://legacy.macmap.org/QuickSearch/CompareTariffs/CompareTariffsResults.aspx?product=960200&country=218&isimporter=0>

- Junta Nacional de Defensa del Artesano. (2008). *Ley de Defensa del Artesano*. Recuperado de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>
- KANVEL LOGISTICS & BUSINESS WORLDWIDE. (2017, diciembre 18). ▷ Incoterms: ¿Qué son? Clasificación y Tipos 2018. Recuperado 3 de junio de 2019, de Kanvel Logistica website: <https://kanvel.com/incoterms/>
- MAE. (2017). *Codigo Organico del Ambiente*. Recuperado de http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf
- Manrique, M. G. Z. (2015). *PLAN DE MARKETING PARA LA EXPORTACIÓN DE BISUTERÍA...2015* (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabi). Recuperado de <http://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/68/1/ULEAM-COM-0004.pdf>
- Martinez, C. (2017, septiembre 25). Investigación Descriptiva: Tipos y Características. Recuperado 5 de junio de 2019, de Lifeder website: <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Medina, M. (2018). Un breve repaso por la historia de la bisutería. *Cinco Noticias*. Recuperado de <https://www.cinconoticias.com/historia-de-la-bisuteria/>
- Méndez, A. (2018). *Uso de la tecnología en Estados Unidos*. Recuperado de <https://www.diariolasamericas.com/opinion/el-uso-la-tecnologia-digital-se-mantiene-estable-los-estados-unidos-n4168380>
- Mesino, L. (2016). *Teoria del desarrollo sustentable*. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/lmr/Teoria%20del%20Desarrollo%20Sustentable.htm>
- MIES. (2019). Ley de economía popular y solidaria bajo las formas de asociatividad. Recuperado de https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/Ley_de_la_economia_popular_y_solidaria_ecuador.pdf

- Ministerio de comercio exterior e inversiones. (2019). Acuerdos Comerciales del Ecuador con el resto de países. Recuperado de <https://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales-3/>
- Ministerio de Industrias y Productividad. (2003). *Ley de fomento del Artesanal*. Recuperado de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-DE-FOMENTO-ARTESANAL.pdf>
- Ministerio de industrias y productividad. (2019). Artesanos contribuyen al desarrollo económico y preservan el patrimonio cultural – Ministerio de Industrias y Productividad. Recuperado 18 de junio de 2019, de <https://www.industrias.gob.ec/artesanos-contribuyen-al-desarrollo-economico-y-preservan-el-patrimonio-cultural/>
- Ministerio del Ambiente. (2017). *CODIGO ORGANICO DEL AMBIENTE*. Recuperado de http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf
- Ministerio del trabajo. (2019). Requisitos para una microempresa. Recuperado de <http://www.trabajo.gob.ec/fundaciones-corporaciones-y-microempresas-asociativas/>
- Monferrer Tirado, D. (2014). *Fundamentos del marketing*. <https://doi.org/10.6035/Sapientia74>
- Montano, J. (2018, abril 25). Investigación No Experimental: Diseños, Características y Ejemplos. Recuperado 11 de junio de 2019, de Lifeder website: <https://www.lifeder.com/investigacion-no-experimental/>
- Moreno, L. (2017). *Reglamento personalidad juridica organizaciones sociales*. Recuperado de https://www.cancilleria.gob.ec/wp-content/uploads/2017/11/reglamento_para_el_otorgamiento_de_personalidad_juridica_a_las_organizaciones_sociales.pdf
- Morera, D., & Celis, A. (2017). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BISUTERIA ARTESANAL DE LA EMPRESADIVINA ENVIDIA* (Universidad de la Salle). Recuperado de

http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/24815/63121007_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mundo del cafe. (2015). Granos de Café—Encuentra todas las variedades existentes. Recuperado 3 de junio de 2019, de Mundo del Café website: <https://mundodelcafe.es/granos-de-cafe/>

Muñoz, S. (2019). *¿QUÉ ES LA GLOBALIZACIÓN?* 74.

OEC. (2017). OEC - Ecuador (ECU) Exportaciones, Importaciones, y Socios comerciales. Recuperado 2 de junio de 2019, de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/ecu/>

PACPYMES. (2018). Cluster Queseria Artesanal de San jose y Colonia. Recuperado de Asociarse para crecer website: <https://asociarseparacrecer.com.ar/wp-content/uploads/2018/06/Queseria-Uruguay.pdf>

Perea, D. (2018). *ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EN EL SECTOR SOFTWARE DE COLOMBIA EN EL MARCO DEL TLC CON ESTADOS UNIDOS* (America). Recuperado de <http://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7185/1/469025-2018-II-NIIE.pdf>

Pinto, M., & Reyes, D. (2014). *PROPUESTA ASOCIATIVA COMERCIAL DE LOS PRODUCTORES DE HAMACAS DEL CANTÓN ISIDRO AYORA, PARA LA EXPORTACIÓN A ESPAÑA* (Catolica Santiago de Guayaquil). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2626/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-120.pdf>

Plan Nacional de desarrollo. (2017, 2021). Plan Nacional de Desarrollo del Ecuador 2017-2021. Recuperado de Planificación para toda una vida website: https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Presidencia de la República del Ecuador. (2017). Presidencia de la República del Ecuador » MANOS ECUATORIANAS EXHIBEN SUS ARTESANÍAS EN EL CIDAP 2017. Recuperado 30 de mayo de 2019, de

<https://www.presidencia.gob.ec/manos-ecuatorianas-exhiben-sus-artesantias-en-el-cidap-2017/>

- Prieto, B. (2017). *Metodo deductivo e inductivo* (Javeriana). Recuperado de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=24&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiU4_eo3eHiAhWMm1kKHTqZDYE4FBAWMAN6BAgEEAI&url=https%3A%2F%2Frevistas.javeriana.edu.co%2Findex.php%2Fcuacont%2Farticle%2Fdownload%2F23681%2F20965&usg=AOvVaw29nzdOOOOfVaLY7RulR4Hb
- Pro Ecuador. (2017). *Artesanias Ecuatorianas cautivan a empresa estadounidense*. Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec/artesantias-ecuatorianas-cautivan-a-empresa-estadounidense/>
- Pro Ecuador. (2018a). Ecuador en el mundo. Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec/el-mercado-mundial-de-productos-de-exportacion-y-tendencias-de-consumo-se-analizaron-en-cita/>
- Pro Ecuador. (2018b). *Requisitos para ser exportador*. Recuperado de <https://www.proecuador.gob.ec/guia-del-exportador/>
- Punguil, J. (2014). Exportaciones de Ecuador en el sector Artesanal. Recuperado 30 de mayo de 2019, de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/exportaciones-de-ecuador-en-el-sector-artesanal>
- Raffino, M. (2018). Estudio de Mercado: Concepto, Usos, Tipos y Ejemplos. Recuperado 2 de junio de 2019, de <https://concepto.de/estudio-de-mercado/>
- Rivera, D. C., & Labrador, D. O. (2019). *BASES TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS DE LA COOPERACIÓN Y EL COOPERATIVISMO. 1*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5233964.pdf>
- Rivera, F. A. (2004). *REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO*. 12.

- Romero, P. (2018). *La matriz productiva*. Recuperado de https://www.usfq.edu.ec/publicaciones/koyuntura/Documents/koyuntura_2018_074.pdf
- Salinerito. (2019). Información de salinerito. Recuperado de <http://www.salinerito.com/institucional/quienes-somos>
- Sánchez, J. (2015). Pyme – Pequeña y mediana empresa—Definición, qué es y concepto. Recuperado 17 de junio de 2019, de Economipedia website: <https://economipedia.com/definiciones/pyme.html>
- Santos, G. (2019). *PLAN DE EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS DE MADERA PARA LA ASOCIACIÓN DE ARTESANOS DE GUAYAQUIL AL MERCADO DENUEVA YORK-ESTADOS UNIDOS* (UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL). Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2628/1/T-ULVR-2421.pdf>
- Segura, J. (2019). *Economía de Estados Unidos*. Recuperado de <https://gestion.pe/mundo/eeuu/economia-estados-unidos-crecio-ritmo-anual-3-1-primer-trimestre-271539-noticia/>
- SEPS. (2019). Formas de organización de la Economía Popular y Solidaria. Recuperado 28 de junio de 2019, de <https://www.seps.gob.ec/interna?formas-de-organizacion-de-la-economia-popular-y-solidaria>
- SRI. (2019). Información de depreciación. Recuperado de <https://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/.../Art.+10+Deducciones.pdf>
- Thompson, I. (2017). Definición de Logística. Recuperado 3 de junio de 2019, de Promonegocios.net website: <https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>
- Vera, S., & Laínez, S. (2017). *Teoría de la Asociatividad y desarrollo económico* (UPSE). Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3952/1/UPSE-TOD-2017-0047.pdf>

WIPO. (2010). Reglamentos legales de la microempresa. Recuperado de Código orgánico de la producción, comercio e inversiones. website: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>

Apéndices

Apéndice A: Formato de encuestas

Marque con un X a la opción que usted se identifica.

1. Genero

Masculino Femenino Otro

2. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

10-15 años 16-25 años 26-35 años 36-45 años
46-65

3. ¿Qué características son importantes para usted al comprar bisutería?

Precio calidad moda material color
uso

4. ¿Cuál es la razón principal por la que adquiere bisuterías?

Por moda
Por tendencia
Para obsequio
Como recuerdo
Por apariencia personal

5. ¿Qué medio utiliza para adquirir estos productos?

Redes Sociales
Plazas turísticas
Centro comerciales
Outlet
Venta a domicilio

6. ¿Con que frecuencia suele comprar bisutería?

Semanal

Mensual

Semestral

Anual

7. ¿Compraría usted estas bisuterías elaboradas con granos de café?

Si

No

8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un par de arete hechos de grano de café?

Entre \$5 - 8

Entre \$9 - 12

9. ¿Qué precio podría pagar por una pulsera elaborada de granos de café?

Entre \$ 10- 12

Entre \$ 13- 15

10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por un collar elaborado de granos de café?

Entre \$ 18 - 25

Entre \$ 25 - 30

Apéndice B: Formato de entrevistas

- 1) ¿Qué tiempo lleva siendo artesano?
- 2) ¿Qué clase de materiales utiliza usted?
- 3) ¿Qué tipo de bisutería hace, aretes, collares, pulseras?
- 4) ¿Cuánto produce semanalmente o mensualmente?
- 5) ¿Qué cantidad aproximadamente logra vender en una visita de barco? ¿Qué valor vende en una visita?
- 6) ¿Qué problemas ha tenido al tratar de vender su bisutería?
- 7) ¿Alguna vez ha intentado exportar sus bisuterías?

Apéndice C: Inflación promedio de los últimos 10 años de los sueldos básicos unificados del Ecuador

	SBU	Incremento
2009	\$ 218,00	
2010	\$ 240,00	10,09%
2011	\$ 264,00	10,00%
2012	\$ 292,00	10,61%
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%
2019	\$ 394,00	2,07%

Inflación promedio: 6,15%

Apéndice D: Inflación promedio de los últimos 10 años de Ecuador

Tasas de inflación Ecuador

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Tasa de inflación	4,86%	3,33%	5,41%	4,16%	2,70%	3,67%	3,38%	1,12%	-0,20%	0,27%	0,60%
Incremento		-0,31	0,62	-0,23	-0,35	0,36	-0,08	-0,67	-1,18	-2,35	1,22

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2019).

Inflación promedio 2.66%

Apéndice E: Costos del proyecto

COSTOS DEUDA DESPUÉS IMPUESTO

T	33,70%
rd	13,00%
DIRD	8,62%

CAPM

Rf	2,05%
Beta	1,94
Rm	3,52%
Rp	5,70%
CAPM	10,60%

BETA

Bu (Beta desapalancado)	1,07
T (Tasa impositiva)	33,70%
d (Deuda)	\$ 2.805,60
e (Capital accionario)	\$ 2.297,40
BL	1,94

COSTO DEL PROYECTO (WACC)

L	11,83%
Re	10,60%
WACC	10,36%

VNA	\$ 19.176,00
TIR	79,30%
Periodo de recuperación	2

Apéndice F: Foto junto al artesano Cristóbal Aldaz



Apéndice G: Foto con la artesana Lucy Sánchez



Apéndice H: Foto de artesanías



Apéndice I: Foto de entrevista con el artesano Pedro Barcia.



Apéndice J: Foto de la entrevista con Darwin carillo



Apéndice K: Foto en Bayside- Miami FL, ubicación de la comercialización.





Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **García Morejón Nicole Estefanía**, con C.C: # 1310262413 autora es del trabajo de titulación: **Factibilidad de la exportación de bisutería a base de granos de café tostado producidos bajo un sistema asociativo**, previo a la obtención del título de **INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILLINGÜE** 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, 12 de septiembre del 2019

García Morejón Nicole Estefanía

C.C: 1310262413



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Factibilidad de la exportación de bisutería a base de granos de café tostado producidos bajo un sistema asociativo.		
AUTOR(ES)	García Morejón Nicole Estefanía		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Max Galarza Hernández, MSc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 de septiembre del 2019	No. DE PÁGINAS:	92
ÁREAS TEMÁTICAS:	Finanzas Internacionales, Comercio, Marketing.		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	Bisutería, artesanos, Miami, factibilidad, comercialización, comercio internacional Bisutería, artesanos, Miami, factibilidad, comercialización, comercio internacional.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>En el presente proyecto de investigación se identificó la factibilidad de la exportación y comercialización de bisutería artesanal elaborado a base de granos de café al mercado de Miami – Fl. Dentro de la investigación se analizó la situación actual de los artesanos de la ciudad de Manta, que no exportan sus bisuterías debido a la falta de conocimiento y capital, por lo cual la propuesta de asociatividad se plantea beneficiar a los artesanos a través de una microempresa como intermediaria para la exportación de dichas bisuterías, aprovechando la oportunidad de comercializarlas en el mercado extranjero. Asimismo, mediante el resultado de las encuestas se ejecutó el estudio de mercado que permitió conocer el perfil del consumidor y su aceptación en el mercado estadounidense por ser un producto artesanal, de buena calidad, diseños llamativos y precios asequibles. Por consiguiente, se consideró mediante la investigación de los factores técnicos – económicos que la factibilidad del proyecto es rentable.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTORA:	Teléfono: 09396900179	E-mail: nicole.garcia.95@outlook.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Guim Bustos Paola, Mgs.		
	Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	E-mail: paola.guim@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			