

# Proyecto de Inversión para la Implementación de un Negocio de Exportación de Artesanías de Tipo Textil.

M. López <sup>(1)</sup>, J. Matamoros <sup>(2)</sup>, O. Oleas <sup>(3)</sup>, N. Layedra <sup>(4)</sup>.  
Facultad de Economía y Negocio <sup>(1)</sup>.  
Escuela Superior Politécnica del Litoral <sup>(1)</sup>.  
Km- 30,5 Vía Perimetral, 28003, Guayaquil, Ecuador <sup>(1)</sup>.  
jorgematomoros@gmail.com <sup>(1)</sup>, osmarole77@gmail.com <sup>(1)</sup>, efralopezl@hotmail.com <sup>(1)</sup>,  
nlayedra@espol.edu.ec <sup>(1)</sup>.

## Resumen

*Nuestro proyecto busca aprovechar la oportunidad de negocio, una vez elaborado el estudio y el plan de negocios, y de haber realizado un adecuado análisis financiero, se pone en consideración lo siguiente: Los estudios preliminares determinan que la situación actual del mercado es ideal para la creación de una empresa cuya actividad es la de comercializar artesanías ecuatorianas al exterior, lo cual asegura una alta rentabilidad. La demanda en este tipo de mercado tan especial que ha experimentado un continuo crecimiento durante los últimos años, con lo cual la principal estrategia de posicionamiento será: excelente calidad en los productos a precios muy competitivos, esta propuesta demuestra en su funcionamiento que es un negocio viable y atractivo con una utilidad acertada, con un manejo mercadológico y administrativo eficiente. Luego de la investigación del proyecto, se plantean las siguientes: deberán contar con la debida asistencia técnica especializada en el sector para un adecuado rendimiento del negocio sin dejar de tomar en cuenta el manejo sustentable de los recursos. Se deberá evaluar la posibilidad de ampliar el proyecto durante la vida útil del mismo, diversificando los productos a exportar, tomando en consideración el comportamiento del mercado y las variables que lo afectan directamente como preferencias, precios, costos, demanda y oferta. Realizar investigaciones de mercado para satisfacer adecuadamente los requerimientos de los clientes. Organizar eficientemente las actividades promocionales, estableciendo controles y realizar ajustes periódicos en el plan de mercadeo de la empresa.*

**Palabras Claves:** Exportación de Artesanía.

## Abstract

*Our project seeks to tap the business opportunity, one prepared the study and business plan, and have made adequate financial analysis is put into consideration: Preliminary studies determined that the current market situation is ideal for creation of a company whose business is to sell Ecuadorian handicrafts abroad, which ensures a high return. Demand in this market so special that it has experienced continuous growth over the past years, thus positioning the main strategy will be: excellent quality products at competitive prices, this proposal demonstrates its operation is a business viable and attractive with a successful utility, a marketer and efficient administrative management. After the project research, raises the following: must be registered with the specialized technical assistance in the area for a suitable business performance while taking into account the sustainable management of resources. It should assess the possibility of extending the project over the life of the product, diversifying export products, taking into account market behavior and the variables that affect it directly and preferences, prices, costs, demand and supply. Conduct market research to adequately meet customer requirements. Efficiently organize promotional activities, establishing checks and periodic adjustments in the marketing plan of the company.*

**Keywords:** Export of Handicraft.

## 1. Introducción.

Actualmente nuestro país se encuentra en constante búsqueda de opciones para mejorar las fuentes de ingresos, por tal razón se ha considerado que la exportación de artesanías. La exportación de estos productos representa un negocio con gran expectativa, adicionalmente es una opción diferente para poder diversificar las exportaciones en el Ecuador, incursionando así en un mercado medianamente explotado. La importancia del proyecto radica en aprovechar las ventajas que dispone el país para la producción de artesanías (textiles, específicamente), por lo que se considera su ejecución conveniente en el aspecto social y económico ya que se incrementaría la oferta de trabajo rural, ayudando a mejorar las condiciones sociales y económicas del sector. El objetivo que persigue este proyecto es identificar la posibilidad de dar a conocer al mercado extranjero nuestra cultura a través de las innumerables tipos de artesanías como una alternativa de diversificación de exportaciones no tradicional. La idea de crear una empresa que exporte artesanías del Ecuador nace del interés en rescatar y promover la identidad cultural y artesanal ecuatoriana en el exterior. Mediante el diseño y la utilización de materiales autóctonos y mano de obra local, se busca cumplir las expectativas de los consumidores de adquirir un producto de la más alta calidad, mayor variedad y a precios competitivos. Además por la crisis económica que atraviesan los artesanos, nuestro interés es ofrecer al país una oportunidad para que el sector artesanal crezca a través de la exportación. El proyecto también sugiere mejorar la forma en que se comercializa actualmente estos productos, ya que a pesar de que existen pequeños productores artesanales que trabajan individualmente, no existe ninguna empresa que se encargue de la comercialización formal a nivel internacional.

### 1.2 Reseña Histórica.

Como principales factores de inestabilidad consideramos al sistema político del Ecuador, con un gobierno que depende de coaliciones frágiles y variables, la debilidad del sistema bancario y de las instituciones financieras, la ausencia de regulaciones y la intervención gubernamental. Cabe notar como punto importante que si bien las

exportaciones hacia Europa y específicamente a España no han alcanzado en todos estos tiempos los niveles óptimos deseados si se toma en cuenta la existencia de los grandes vínculos

#### 1.2.1 Dentro de estas Exportaciones “no petroleras industriales” se destacan:

1. Los productos del mar:
2. Maderas
3. Palmitos preparados
4. Partes y botones de tagua
5. Prendas de vestir (chaquetas de cuero)
6. Conservas y pulpas de frutas tropicales
7. Fibra de abacá
8. Productos agrícolas

### 1.3 Objetivos del Proyecto.

**Objetivos Generales:** Aplicar nuestros conocimientos académicos y experiencia laboral en el área de comercio exterior para cumplir con las normas y requisitos que se exigen para la exportación de las artesanías. Realizar un análisis del mercado para determinar el tamaño de la demanda, la oferta y la situación del mercado. Efectuar un análisis financiero para establecer la inversión, los ingresos, los costos operacionales, la proyección del beneficio.

**Objetivos Específicos:** Determinar el comportamiento del mercado. Plantear estrategias que permitan establecer un precio competitivo y óptimos canales de distribución del producto (logística). Promover el fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal, logrando elevar el nivel de vida de los artesanos.

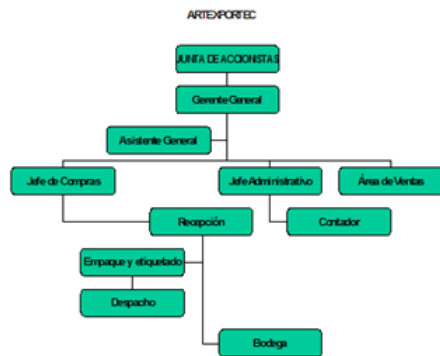
## 2. Estudio Organizacional

**Misión:** La misión esencial de ARTEXPORTEC es de mejorar y fomentar la comercialización de artesanías de excelente calidad, con valor agregado, hecha por

# Proyecto de Inversión para la Implementación de un Negocio de Exportación de Artesanías de Tipo Textil.

artesanos y materia prima ecuatoriana, explotando responsablemente los recursos para aportar al desarrollo y crecimiento del sector.

**Visión :** La visión de ARTEXPORTEC es lograr posicionar las artesanías textiles con una imagen 100% ecuatoriana a nivel internacional, reconocido por su calidad variedad y belleza, orientados a la satisfacción de los potenciales compradores. Así mismo, ARTEXPORTEC desarrollará nuevas vías de comercialización para nuevos productos (cerámicas, pinturas, artesanías de tagua, etc.) diversificando así las exportaciones ecuatorianas.



**Figura 1. Estructura Organizacional de Arteportex.**

## 2.1. Constitución de la Empresa.

Escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, es inscrita en el Registro Mercantil. Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes, ante el Servicio de Rentas Internas para el ejercicio legal de las operaciones. Permiso de patente municipal que debe ser obtenida los primeros treinta días del comienzo de actividades. Inscripción en el Registro Patronal del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, para el pago de obligaciones mensuales. Su actividad principal será la compra y venta de artículos de artesanías ecuatorianas para ser comercializadas al mercado extranjero.

## 2.2. Análisis Foda.

**Fortalezas:** Mano de obra barata. Conocimiento en el área de exportaciones.

Personal capacitado en el área de comercialización con los artesanos. Creatividad artesanal. Belleza y vistosidad del acabado de las prendas.

**Oportunidades:** Mercado europeo atractivo, por tamaño y gran migración. Abrir nuevos nichos de mercado en donde existan consumidores insatisfechos. Aprovechar los acuerdos internacionales (arancel cero). El extranjero valora más este tipo de artesanía textil. Nuestro producto es conocido a nivel mundial y no necesita demasiada promoción.

**Debilidades:** Restricción de crédito por parte de la Banca. Irregularidad en el abastecimiento de mercadería terminada. Baja calidad de los productos terminados nacionales. Capacitación textil artesanal deficiente. Falta de mano de obra calificada.

**Amenazas:** El producto no cumple con las expectativas del usuario. Acceso de otros exportadores a los mercados internacionales. Protestas indígenas debido a la política nacional. Barreras arancelarias y para arancelarias por parte del país importador. Inestabilidad en los precios de los productos.

## 2.3. Estructura de Mercado.

El grupo meta a quien aspiramos alcanzar es al mercado español. El crecimiento poblacional en ese país ha sido positivo en los últimos años, precisamente apuntalado por la presencia de los "colectivos" extranjeros, a más del mercado de añoranza existente en ese país dado la cantidad de inmigrantes ecuatorianos. La llamada "pirámide poblacional", que muestra la estructura poblacional, tiene sus particularidades en la medida que el 21% de la población total es menor de 19 años; el 62% se encuentra entre 19 y 65 años y el 17% es mayor de 65. Otra característica destacable se refiere al hecho de la prominencia del sector urbano, en la medida que cerca del 77% de la población reside en las ciudades.

## 2.4. Análisis de la Demanda Interna.

Las artesanías textiles se las comercializa en el mercado local, principalmente en el cantón Otavalo y en distintas zonas centrales de Guayaquil. Entre junio, julio, agosto, septiembre son los meses que más compran ropa abrigada, por cuanto llega el verano. El

mercado es visitado por extranjeros europeos y americanos, entre otros de los países vecinos. El rol del distribuidor mayorista es de gran importancia pues este introduce el producto a distribuidores minoristas y confeccionistas y asume el riesgo de la venta y la cobranza. Para conocer mejor el mercado interno con respecto a sus gustos y preferencias y el impacto que tienen las artesanías textiles para la factibilidad del proyecto, realizamos un total de 100 encuestas a extranjero que se encontraban adquiriendo artesanías en nuestro país.

de punto, camisa de hombre y niño de algodón, blusas para mujer y niña de algodón, mantas de fibras sintéticas. Cabe reiterar que los productos textiles ecuatorianos en general se acogen al SGP “plus”, por tanto ingresan a España con arancel cero. El consumo masivo de confecciones textiles se realiza a través de las grandes tiendas e hipermercados donde existen departamentos especializados y responsables de compra de acuerdo al tipo de producto y al público al que está dirigido.

### 2.5.1. Competencia externa

Las importaciones de España del sector textil corresponde sobretodo a prendas confeccionadas, el 50%; el 44% a productos textiles y el 6% a materias primas y provienen fundamentalmente de Italia, Francia, Portugal y Alemania con el 53%, en cuanto a terceros países las importaciones provienen del Asia con el 32%, el restante 15% proviene de países latinoamericanos incluido el Ecuador. La competencia externa existe, pero nuestro país tiene ventajas competitivas basada como lo hemos mencionado anteriormente en dos factores: bajos costos de infraestructura y mano de obra ecuatoriana. Es importante acotar que a partir de enero del 2005, el mercado textil mundial está relativamente abierto, lo cual implica una tremenda competencia en el mercado.

Guía Comercial para Exportar a España, 2008

EXPORTACIONES ECUATORIANAS 2004-2009

ABRIGOS DE LANA PHOMBRES O NIÑOS	TOTAL FOB
ALEMANIA	3.39
ARGENTINA	0.16
BELGICA	10.11
CANADA	0.41
CHILE	14.04
COSTA RICA	7.59
DINAMARCA	2.67
ESPAÑA	24.35
ESTADOS UNIDOS	31.60
FRANCIA	10.46
GUATEMALA	0.08
HOLANDA(PAISES BAJOS)	1.20
ITALIA	17.35
LUXEMBURGO	13.54

Fuente: BCE ESTADÍSTICAS DE EXPORTACIONES

EXPORTACIONES ECUATORIANAS 2004-2009

ABRIGOS DE LANA PARA MUJER	TOTAL FOB
ALEMANIA	1.02
CANADA	0.50
CHILE	17.80
COLOMBIA	11.53
COSTA RICA	18.61
ESPAÑA	2.66
ESTADOS UNIDOS	20.43
FRANCIA	0.74
ITALIA	5.72
MEXICO	9.45
PERU	28.84
SUECIA	0.19
SUIZA	0.20

EXPORTACIONES ECUATORIANAS 2004-2009

BOLEOS DE MANO DE LANA	TOTAL FOB
ALEMANIA	6.97
ARUBA	0.75
BRASIL	0.12
CHINAN (ISLAS)	11.59
CANADA	10.57
CHILE	11.16
COREA (SUR)	0.19
COSTA RICA	4.41
ESPAÑA	22.21
ESTADOS UNIDOS	90.94
FRANCIA	17.23
GUATEMALA	0.43
HOLANDA(PAISES BAJOS)	4.70
HUNGRÍA	1.61
IRLANDA (EIRE)	0.62
ITALIA	23.77
JAPON	0.33
LUXEMBURGO	0.26
MEXICO	40.69
NORUEGA	0.11

EXPORTACIONES ECUATORIANAS 2004-2009

CHALLER DE FIBRAS ACRILICAS	TOTAL FOB
BRASIL	2.72
CANADA	20.11
CHILE	90.52
COLOMBIA	32.36
COSTA RICA	19.00
ESPAÑA	37.03
ESTADOS UNIDOS	148.16
MEXICO	81.73
PERU	0.16
REINO UNIDO	6.54
RUMANIA	0.48

Fuente: BCE ESTADÍSTICAS DE EXPORTACIONES

### 2.5.2. Competencia

En el país hay más de 15 empresas exportadoras repartidas en las ciudades más importantes, entre las principales están: GRUPO SALINAS, Ubicada vía al calvario y samilagua, Guaranda – Bolívar. PASAMANERÍA S. A. ACTUAL CIA. LTDA. CREACIONES JB TEJICOTTON CIA. LTDA. MARBETEX. DICOMTEX S.A. TEJIDEX S.A. TEX EL RAYO CIA. LTDA. FIBRAN CIA. LTDA. Estas empresas representarían la competencia directa para ARTEXPORTEC ya que comercializan no solo ropa confeccionada sino también materia prima para exportación. Con respecto al consumo internacional nuestro producto es bien conocido al igual que la competencia, por lo tanto implementaremos nuevas estrategias de mercadeo que nos permitan abrir nuevos nichos de mercados. Como podemos ver nuestros artesanos tienen las mismas capacidades técnicas para la elaboración de productos y por esa razón usaremos mejores estrategias que lleven aún mejor desenvolvimiento artesanal a nuestra producción.

Figura 3. Análisis de la Demanda Externa

### 2.5. Demanda Potencial Externa.

Las oportunidades dentro del mercado español se presentan para aquellos que ya se exportan y existe ya una demanda, este es el caso de: fibras textiles de abacá, conjuntos y sacos de lana y pelo fino, camisetas de algodón, suéteres

# **Proyecto de Inversión para la Implementación de un Negocio de Exportación de Artesanías de Tipo Textil.**

## **2.6. Proceso de Distribución.**

Artexportec es el agente que interviene entre el Artesano-Productor y el Distribuidor Mayorista español: 1.- Artesano-Productor. Consumidor final. Artesano-Productor Distribuidor. Consumidor final. Artesano-Productor ARTEXPORTEC. Distribuidor. Consumidor final

## **2.7. Canales de Distribución y Comercialización.**

Artexportec comprará las artesanías directamente a los proveedores ubicados en los diferentes centros artesanales de Guayaquil (mercado artesanal, Malecón 2000, Las Peñas, etc.) o realizará la adquisición directa con los mismos artesanos otavaleños, según conveniencia en los costos, con el fin de comercializar estas artesanías al exterior. Artexportec efectuará las tramitaciones para la introducción de las artesanías textiles al extranjero, informando al productor-artesano, todo lo relacionado con el mercado, las exigencias de calidad, gustos y preferencias de la demanda, etc. El canal de distribución es el enlace que debe existir entre el productor y el consumidor final, en una configuración escalonada, Artexportec es el agente que interviene entre el Artesano-Productor y el Distribuidor Mayorista español. La empresa exportadora se concentrará en la exportación directa a cadenas comerciales o distribuidores mayoristas de las principales ciudades de España (Madrid, Barcelona), para lo cual se debe disponer de representantes de ventas quienes realizarán la gestión de comercialización y exportación formalizando los negocios directamente con los distribuidores. El Distribuidor Mayorista será el comerciante que adquiere e importa las artesanías textiles por su cuenta y riesgo, para luego venderlas en el mercado local pudiendo hacerlo al mercado mayorista o minorista. Es habitual que los precios de venta de los productos al distribuidor contemplen los servicios y gastos previstos en el contrato de Distribución, como son: Mantenimiento de locales para exposición y ventas. Publicidad del producto y su marca.

Participación en ferias, exposiciones y muestras.  
Mantenimiento del stock

## **3. Localización Geográfica.**

Las oficinas de ARTEXPORTEC estarán ubicadas en la Ciudadela la Garzota en las calles Eloy Velásquez y Juan J. Bonilla (Véase Gráfico No. 5), al norte de la ciudad de Guayaquil (Parroquia Tarqui), con una medición de 6 m de ancho y 15m de profundidad, el solar es medianero y será alquilado.

### **3.1. Normas generales para la exportación de textiles a España**

La normativa aduanera y arancelaria de España tiene muchas similitudes con la de Ecuador, específicamente en temas importantes como los regímenes de importación, sean estos de libre ingreso o especiales. Los impresos oficiales para la tramitación de importación e introducciones a España son facilitados por el Registro General de la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo o en las Direcciones regionales o territoriales de comercio, integradas en las Delegaciones de Economía o en los centros de Asistencia Técnica del Comercio Exterior

Guía Comercial para Exportar a España, 2008

### **3.2. Transporte y despacho**

En nuestro caso nos concentraremos en el transporte marítimo. Es preferible que el tiempo de duración del viaje sea lo menor posible entre 18 a 20 días. Las navieras tienen un itinerario de rotación de un buque semanal para las diferentes rutas que mantienen a nivel mundial. Los costos difieren de acuerdo a las compañías navieras, estos fluctúan entre lo \$3700 y los \$4000 para el puerto de destino de Bilbao, España. El costo del flete interno puede negociarse entre el empresario y el importador y depende de lo que tenga que recorrer el cabezal para llevar el contenedor al puerto de carga.

Tabla 1: Inversión inicial del proyecto

Gastos de Constitución	
Formulario para la obtención del RUC	0,6
Formulario patente municipal	0,5
Tasa de habilitación municipal	15
Permiso de funcionamiento	689
Gastos Notariales	321
Equipos y suministros	
3 PC procesador Core Duo	1800
3 Impresoras Inkjet	240
1 Fax	80
Servicio Banda Ancha Internet- Instalación- Conexión	200
Muebles y Enseres	400
Obra Civil (papelería)	200
Aire acondicionado 12.000 BTU	500
Papelería, suministros, etiquetas, cintas	500
Arriendo local (+ 2 depósito)	900
Vehículo	17000
Dinero en efectivo para caja	2.400
Capital de trabajo	9981
Mercadería	22.060
<b>Total</b>	<b>S/. 47.306,10</b>

Tabla 2: Generalidades del proyecto de inversión

GENERALIDADES DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

Ubicación:	Guayaquil
Extensión:	120 m <sup>2</sup>
Producto o Servicio:	Artesanías textiles
Moneda del Proyecto:	Dólar
Monto del Proyecto:	US\$ 57.287,53
	100%
Recursos propios:	US\$ 37.238,89 65%
Financiamiento:	US\$ 20.050,64 35%

Tabla 3: Financiamiento

Periodo	Pago	Interes	Amortización	Saldo Insoluto
0				\$ 20.050,64
1	\$5.700,69	\$2.606,58	\$3.094,10	\$ 16.956,53
2	\$5.700,69	\$2.204,35	\$3.496,34	\$ 13.460,19
3	\$5.700,69	\$1.749,83	\$3.950,86	\$ 9.509,33
4	\$5.700,69	\$1.236,21	\$4.464,47	\$ 5.044,86
5	\$5.700,69	\$655,83	\$5.044,86	\$ (0,00)

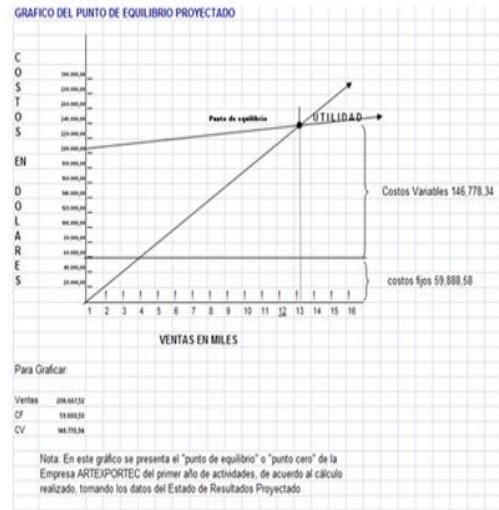
Tabla 4: Proyección de Ventas.

	1	2	3	4	5
<b>VENTAS</b>					
Ponchos para mujer	17.280,00	19.008,00	19.008,00	23.760,00	29.700,00
Tapices decorativos	27.216,00	29.937,60	29.937,60	37.422,00	46.777,50
Guantes	8.640,00	9.504,00	9.504,00	11.880,00	14.850,00
Ponchos, chaíes y bufanda	6.720,00	7.392,00	7.392,00	9.240,00	11.550,00
Gorras	12.600,00	13.860,00	13.860,00	17.325,00	21.654,25
Chompas	44.200,00	50.820,00	50.820,00	63.525,00	79.404,25
Abrigos de hombre/niño	34.560,00	38.016,00	38.016,00	47.520,00	59.400,00
Abrigos de mujer	48.600,00	53.460,00	53.460,00	66.825,00	83.531,25
Bolsos bordados	8.640,00	9.504,00	9.504,00	11.880,00	14.850,00
Suéteres	25.920,00	28.512,00	28.512,00	35.440,00	44.550,00
<b>Total de Ventas</b>	<b>234.376,00</b>	<b>260.013,60</b>	<b>260.013,60</b>	<b>325.017,00</b>	<b>404.271,25</b>
<b>COSTOS DE VENTAS</b>					
Costos de transporte Naviera	7.091,28	7.800,41	7.800,41	9.750,51	12.188,14
Costo CORPEI	236,38	260,01	260,01	325,02	406,27
Otros gastos de Explotación	2.363,74	2.600,14	2.600,14	3.250,17	4.062,71
Comisiones por ventas	4.727,52	5.200,27	5.200,27	6.500,34	8.125,63
Costo de Venta	132.360,00	145.596,00	145.875,80	191.094,75	210.204,23
<b>Total Costos Ventas</b>	<b>146.778,94</b>	<b>161.456,83</b>	<b>166.736,63</b>	<b>210.920,79</b>	<b>234.986,77</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>					
Sueldos	35.400,00	36.108,00	36.830,14	37.566,76	38.318,10
Bonificaciones y Compensaciones	8.550,00	8.609,00	8.669,18	8.730,54	8.793,17
<b>Gastos Administrativos</b>					
Luz GYE	960,00	1.152,00	1.382,40	1.658,88	1.990,66
Agua GYE	180,00	198,00	217,80	239,58	263,54
Teléfono GYE	960,00	1.152,00	1.382,40	1.658,88	1.990,66
Arriendo	3.600,00	3.960,00	4.158,00	4.365,90	4.584,20
Movilización a Provincia	600,00	600,00	661,50	694,58	729,30
Mant. Varos	600,00	600,00	661,50	694,58	729,30
Gastos legales	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
Imp. Prediales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de Oficina (suministros)	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
Caja Chica GYE	600,00	600,00	661,50	694,58	729,30
<b>Depreciación</b>					
Equipos de Oficina	4.273,33	4.273,33	4.273,33	4.273,33	4.273,33
<b>Imprevistos</b>					
	3328,25	3815,98	3910,42	4234,34	4591,04
<b>Total Gastos de Administración</b>	<b>59.888,58</b>	<b>61.840,31</b>	<b>63.734,29</b>	<b>65.784,37</b>	<b>68.013,63</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>29.700,48</b>	<b>36.716,46</b>	<b>27.542,68</b>	<b>48.311,84</b>	<b>103.270,85</b>

# Proyecto de Inversión para la Implementación de un Negocio de Exportación de Artesanías de Tipo Textil.

**Tabla 5: Depreciación de Activos**

Activos Fijos	unidades	valor unitario	valor total	tasa deprec	% anual
Computadoras	3	600.00	1.800.00	0.33	600.00
Impresoras	3	80.00	240.00	0.33	80.00
FAX	1	80.00	80.00	0.33	26.67
Aire acondicionado	1	500.00	500.00	0.33	166.67
Vehículo	1	17.000.00	17.000.00	0.20	3.400.00
			<b>19.620.00</b>		<b>4.273.33</b>
Reinversión de activos					
Activos Fijos	unidades	valor unitario	valor total	tasa deprec	% anual
Computadoras	3	630.00	1.890.00	0.33	630.00
Impresoras	3	84.00	252.00	0.33	84.00
FAX	1	84.00	84.00	0.33	28.00
Aire acondicionado	1	525.00	525.00	0.33	175.00
Inversión en activos			2.751.00		917.00
Vehículo	1	17.000.00	17.000.00	0.20	3.400.00



**Figura 4: Gráfico del punto de equilibrio proyectado**

**Tabla 6: Estado de Resultados Proyectado**

Estado de Resultados proyectado (Año 1)	
VENTAS	\$ 238.376,00 100%
<b>Costos Variables</b>	
Costos de Ventas	\$ 148.778,94 62%
<b>Margen de Contribución (Vtas - % Costos Variables)</b>	\$ 89.597,06 38%
<b>Costos Fijos</b>	<b>\$ 59.888,58</b>
Gastos Administrativos	\$ 59.888,58
<b>Utilidad operativa</b>	<b>\$ 29.708,48</b>
<b>Punto de equilibrio en US\$</b>	<b>Costos Fijos / % margen contribución</b>
	<b>Precio</b>
<b>Punto de equilibrio en US\$</b>	<b>\$ 208.687,52      16      208687,5193</b>

Dep a la venta	20%	1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>						
Ingresos por exportación	238.376,00	208.687,52	208.687,52	324.017,00	408.271,25	
<b>Total</b>	238.376,00	208.687,52	208.687,52	324.017,00	408.271,25	
<b>Costos</b>						
Costos de venta	148.778,94	148.778,94	148.778,94	210.920,70	214.986,77	
<b>Total</b>	148.778,94	148.778,94	148.778,94	210.920,70	214.986,77	
Costos Operativos	59.888,58	61.640,32	61.754,28	61.754,27	61.653,67	
Depreciación	4.273,33	4.273,33	4.273,33	4.317,00	4.317,00	
Inversión	2.668,50	2.204,15	1.740,00	1.284,31	892,00	
Valor de activos		720,00			6.667,00	
Valor en libros		0,00			617,00	
Utilidad	22.628,56	39.238,77	22.239,25	42.750,03	126.644,52	
Deposito	9.707,04	7.499,69	9.599,00	10.689,00	24.511,50	
Depreciación	4.273,33	4.273,33	4.273,33	4.317,00	4.317,00	
Valor en libros	0,00	0,00	0,00	0,00	917,00	
Amortización de la deuda	1.984,10	1.486,14	1.050,00	4.884,47	5.944,00	
Inversión en activos		2.751,00				
Inversión del proyecto	47.588,00					
Capital de trabajo	9.981,43					
Amortización de la					9.981,43	
Punto del momento	97.287,53	18.308,65	21.494,07	14.251,10	31.921,50	89.789,08
TR	38%					
TAX	31.208,20					
TIGM	19%					
% equitativo	35%					
Inversión total	97.287,53					
Prestamo	20.926,84					
tasa FV	10%					

**Tabla 7: Flujo de Caja Proyectado**

**Tabla 8: Estado de Resultados Projectado.**

#### 4. Análisis Financiero

##### Rentabilidad sobre la inversión

En el primer año de actividades se determinó que la rentabilidad sobre la inversión total será de 51.85 %:

$$\text{Rent. Inv. Total} = 29708 / 57287 * 100\% = 51.85\%$$

##### Rentabilidad sobre las ventas

Relacionando las utilidades antes del impuesto con las ventas, se calculó el índice de rentabilidad sobre las ventas, obteniendo como resultado un 12.56% para el primer año.

$$\text{Rent. Sobre las ventas} = 29708 / 236376 * 100\% = 12.56\%$$

##### TIR (Tasa Interna de Retorno)

Desde el punto de vista del inversionista la medida más adecuada del beneficio de la inversión es la tasa interna de retorno, o TIR, sobre los recursos propios comprometidos. Esta tasa equivale al rendimiento promedio, en el proyecto en cuestión, de los recursos aportados, teniendo en cuenta los incentivos de cualquier tipo y los impuestos si los hubiere. La TIR es la tasa de descuento que iguala el valor actual de los futuros netos de efectivo de un proyecto de inversión con el flujo de salida de efectivo inicial del proyecto. Esta constituye la medida más efectiva para comparar si un proyecto es rentablemente atractivo o no. El proyecto obtuvo una TIR final del 26% que resulta del flujo de caja, demostrando con esta tasa que el proyecto es rentable.

Ingresos					
Ingresos por exportacion	236.376,00	260.013,60	260.013,60	325.017,00	406.271,25
Total	236.376,00	260.013,60	260.013,60	325.017,00	406.271,25
Costos					
Costos de venta	146.778,94	161.456,83	168.736,63	210.920,79	234.986,77
Total	146.778,94	161.456,83	168.736,63	210.920,79	234.986,77
Gastos Operativos	59.888,58	61.840,31	63.734,29	65.784,37	68.013,63
Depreciacion	4.273,33	4.273,33	4.273,33	4.317,00	4.317,00
Intereses	2.606,58	2.204,35	1.749,83	1.236,21	655,83
Venta de activos			720,00		8.665,00
Valor en libros			0,00		917,00
Utilidad	22.828,56	30.238,77	22.239,52	42.758,63	106.046,02
15% trabajadores	3.424,28	4.535,82	3.335,93	6.413,79	15.906,90
Impuesto	5.707,14	7.559,69	5.559,88	10.689,66	26.511,50
Utilidad neta	13.697,14	18.143,26	13.343,71	25.655,18	63.627,61

Participación utilidades: es el 15% de (utilidad bruta menos intereses)

Podemos observar que desde el primer año de actividades, la empresa obtiene utilidades lo que permite determinar que el proyecto es sustentable

**Tabla 9: Balance General.**

BALANCE GENERAL AL PRIMER AÑO	
<b>ACTIVOS</b>	
CAJA - BANCOS	9.981,43
<b>ACT FIJOS</b>	
EQUIPOS DE OFICINA	2.620,00
MUEBLES Y ENSERES	400,00
INVENTARIO	22.060,00
VEHICULO	17.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>52.061,43</b>
<b>PASIVOS</b>	
OBLIGACIONES BANCARIAS	20.050,64
INT. POR PAGAR	2.606,58
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>22.657,22</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
CAPITAL	12.282,79
UTILIDAD DEL EJERCICIO ACTUAL	17.121,42
<b>UTILIDAD ACUM.</b>	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>29.404,21</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>52.061,43</b>



## Proyecto de Inversión para la Implementación de un Negocio de Exportación de Artesanías de Tipo Textil.

**Tabla 10. Análisis de Sensibilidad**

Política de precio	80%	75%	80%				
10%							
Producto	Costo	Unidades meses	Costo de venta anual	Precio/ Unidad	Ingreso mensual	Unidades al año	Ingreso Anual
Ponchos para mujer	10	80	9600	18	1440	960	17280
Tapices decorativos	7	180	15120	12,6	2268	2160	27216
Guantes	2	200	4800	3,6	720	2400	8640
Ponchos, chailes y bufes	8	40	3840	14	560	480	6720
Gorras	4	150	7200	7	1050	1800	12600
Chompas	22	100	26400	38,5	3850	1200	46200
Abrigos de hombre/mujer	20	80	19200	36	2880	960	34560
Abrigos de mujer	25	90	27000	45	4050	1080	48600
Bolos bordados	5	80	4800	9	720	960	8640
Suéteres	12	100	14400	21,6	2160	1200	25920
		1100				13200	236376

### Conclusiones.

Los estudios preliminares determinan que la situación actual del mercado es ideal para la creación de una empresa cuya actividad es la de comercializar artesanías ecuatorianas al exterior, lo cual asegura una alta rentabilidad. La demanda en este tipo de mercado tan especial ha experimentado un continuo crecimiento durante los últimos años. El estudio también demuestra que la operación del prototipo implementado es rentable y que los rubros de las ventas y utilidad son atractivos. La propuesta demuestra en su funcionamiento que es un negocio viable y atractivo con una utilidad acertada. El análisis de rentabilidad del proyecto con base en un plan sistemático, arroja una TIR del 38% y un VAN de 35.298,29. Con esto demuestra que el proyecto es viable y atractivo.

### Recomendaciones.

Los proyectos de este tipo deberán contar con la debida asistencia técnica especializada en el sector para un adecuado rendimiento del negocio sin dejar de tomar en cuenta el manejo sustentable de los recursos. Se debería evaluar la posibilidad de ampliar el proyecto durante la vida útil del proyecto, diversificando los productos a exportar, tomando en consideración el comportamiento

del mercado y las variables que lo afectan directamente como preferencias, precios, costos, demanda y oferta. Realizar investigaciones de mercado para satisfacer adecuadamente los requerimientos de los clientes. Organizar eficientemente las actividades promocionales, estableciendo controles y realizar ajustes periódicos en el plan de mercadeo de la empresa.

### Referencia.

[ 1 ] **CORPEI**, Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones del Ecuador, Santiago García A., Guía Comercial para Exportar a España, 2008

[ 2 ] **GARCIA F. Dora**, Metodología de trabajo de investigación, Guía Práctica, Editorial Trillas, México – 1998,

[ 3 ] **SAPAG CHAIN, Nassir**, “PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS”; Mc Graw Hill / Interamericana, **TAYLOR, Kinear**, Investigación de Mercados, MC. Graw Hill – México

[ 4 ] **VELASCO, Miguel**, Planificación Estratégica, Segunda Edición, Edit. Deusto.

---

ING. Nelson Layedra

**Director de Tesis**

19 de Mayo del 2010