



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Laureate International Universities®

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**“PROYECTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN DEPARTAMENTO E
COMERCIO EXTERIOR PARA LA EXPORTACIÓN DE BOLSOS/CARTERAS
DE LONA Y CAUCHO RECICLADO DE LA EMPRESA FUI RECICLADOS
CIA. LTDA. HACIA MEDELLÍN-COLOMBIA”**

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de Tecnólogo
en Exportaciones e Importaciones**

Profesor Guía:

Ing. Pilar Proaño

Autora:

Margarita Elizabeth Landeta Terán

2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Ing. Pilar Proaño
C.I 171613186-5

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Margarita Landeta

C.I. # 172342256-2

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto. A ti Madre, por haberme educado y soportado mis errores. Gracias a tus consejos, por el amor que siempre me brindaste. A ti Padre, te agradezco por el cariño, la comprensión, la paciencia, y el apoyo que me has brindado a lo largo de mi vida. A mi Hermano, porque siempre he contado con él en todo momento, gracias a la confianza que siempre nos hemos tenido, el apoyo y la verdadera amistad y amor de hermanos.

A mis maestros, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría y conocimientos.

De todo corazón Gracias!!

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios, por ser el ser supremo que ha estado a mi lado en todo momento. A mi madre quien desde mi infancia fue la impulsadora para que alcance mis objetivos. A mi padre quien con infinito amor me guió para ser una mujer y profesional útil para la sociedad. A mi hermano Jorge Landeta quien ha sido pilar fundamental en mi vida estudiantil, mi apoyo completo y un ejemplo de superación. Son a ellos a quienes les debo todo, horas de consejos y alegrías de las cuales estoy muy segura que las han hecho con todo el amor del mundo.

RESUMEN EJECUTIVO

La globalización, la tecnología y la manera en que el internet ha influido en los ámbitos de la mujer, resultan ser un tema relevante para observar el potencial de oportunidad del sector femenino. Una imagen de país sólida es capaz de dar soporte a las exportaciones de bienes y servicios y al mismo tiempo atraer inversiones extranjeras.

Es así como nace el pensamiento de introducir al mercado extranjero bolsos/carteras para mujer con un diseño diferente y no común, en el cual el reciclaje y el cuidado al medio ambiente es el objetivo principal, ya que dichos bolsos/carteras están hechos en base a la lona y caucho reciclado.

A ello se dirige el objeto del presente proyecto, pues, al determinar la viabilidad técnico-económica para la creación de un departamento de Comercio Exterior para la exportación de los bolsos/carteras de FUI Reciclados Cía. LTDA. hacia Medellín-Colombia.

ABSTRACT

Globalization, technology and in a way that the internet has influenced the fields of women turn out to be an issue for potential opportunity to observe the female sector. A strong country is able to support the exports of goods and services and attract investment while extrangeras.

Thus was born the thought process introduce women's wallets foreigner with a different design an uncommon, in which recycling and environmental care is the main objective, as these handbags are made from canvas rubber recycling.

To that addresses the objective of this project, to determine the technical and economic feasibility for the creation of a Department of Foreign Trade for the export of FUI Reciclados Cia. LTDA to Medellin-Colombia.

INDICE

CAPÍTULO I.....	1
1. TEMA A ESTUDIARSE.....	1
1.1 Tema.....	1
1.1.1 Problema de Investigación.....	1
1.1.1.1 Delimitación del Problema.....	1
1.1.2 Preguntas del planteamiento del problema...	2
1.1.3 Formulación de Hipótesis.....	3
1.1.4 Objetivos.....	3
1.1.4.1 Objetivo General.....	3
1.1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
1.1.5 Justificación.....	4
1.1.6 Marco Teórico.....	5
1.2 Glosario.....	6
1.2.1 Partida Arancelaria.....	6
1.2.2 Balanza Comercial.....	6
1.2.3 FODA.....	6
1.2.4 Mercado Meta.....	7
1.2.5 Costos.....	7
1.2.6 Reciclar.....	7
1.2.7 Reutilizar.....	8
1.2.8 Manufacturas.....	8
1.3 Metodología.....	8
1.3.1 Tipos de metodología.....	8
1.3.2 Método descriptivo.....	8
1.3.3 Método deductivo.....	9
1.3.4 Método analítico.....	9

1.4 Recursos.....	9
1.4.1 Recursos humanos.....	9
1.4.2 Recursos materiales.....	9
1.4.3 Recursos financieros.....	10
CAPITULO II.....	11
2 EMPRESA FUI PROCESO Y PRODUCCIÓN...	11
2.1 Fui Reciclados CIA. LTDA.....	11
2.2 Objetivos de la empresa.....	11
2.3 Antecedentes / Historia.....	12
2.4 Valor Agregado de la empresa FUI Reciclados CIA. LTDA.....	13
2.5 Marcas con Conciencia.....	14
2.6 Producto (Carteras, Bolsos).....	15
2.7 Proceso de Producción.....	16
2.7.1 Materia Prima.....	16
2.8 Precios en el Mercado local.....	19
2.9 Implementación Departamento de Comercio exterior.....	20
CAPÍTULO III.....	22
3 ESTUDIO DE MERCADO.....	22
3.1 Colombia.....	22
3.2 Medellín.....	23
3.3 Estudio de Mercado.....	24
3.4 Análisis de la Demanda.....	25
3.4.1 Mercado de bolsos/carteras en Colombia....	25
3.4.2 Proyección de la Demanda.....	25
3.4.3 Clasificación.....	26
3.4.3.1 En Relación con su oportunidad.....	26

3.4.3.2 En relación con su necesidad.....	26
3.4.3.3 En relación con el tiempo.....	26
3.4.4 Potenciales Clientes.....	27
3.4.4.1 Competencia.....	29
3.5 Análisis de la Oferta.....	30
3.5.1 Oferta FUI.....	30
3.5.2 Clasificación.....	30
3.5.3 Oferta del producto.....	31
3.5.4 Encuesta.....	31
3.5.4.1 Diseño del Cuestionario.....	31
3.5.4.2 Análisis de Resultados.....	31
3.6 Identificación del Producto.....	42
3.7 Precio.....	44
3.7.1 Tipos de Precio.....	44
3.7.1.1 Internacional.....	44
3.7.1.2 Regional Externo.....	45
3.7.1.3 Regional Interno.....	45
3.7.1.4 Local.....	45
3.7.1.5 Nacional.....	45
3.7.1.6 Elástica.....	45
3.7.1.7 Inelástica.....	46
3.7.2 Volumen.....	47
3.7.3 Forma de Pago.....	47
CAPITULO IV.....	48
4 IMPLEMENTACIÓN DE UN DEPARTAMENTO DE COMERCIO EXTERIOR PARA LA EXPORTACIÓN DE BOLSOS/CARTERAS DE FUI RECICLADOS HACIA MEDELLÍN-COLOMBIA.....	48

4.1 Estudio Técnico.....	48
4.2 Tamaño del Proyecto.....	50
4.3 Capacidad de Producción.....	50
4.4 Exportación.....	52
4.4.1 Registro como Exportador.....	53
4.4.2 Declaración de Exportación.....	53
4.4.3 Documentos de acompañamiento a la Declaración de exportación.....	54
4.4.4 Fases de una Exportación.....	54
4.4.4.1 FASE DE PRE-EMBARQUE.....	54
4.4.4.2 FASE POST-EMBARQUE.....	55
4.5 Vías de Transporte para la Exportación.....	56
4.5.1 Transporte aéreo.....	56
4.5.2 Transporte marítimo.....	57
4.5.3 Transporte terrestre.....	58
4.5.4 Transporte multimodal.....	58
4.6 Incoterms 2000.....	59
4.6.1 Incoterm a implementarse en la exportación	60
4.6.1.1 Grupo C-Entrega indirecta, con pago del transporte principal.....	60
4.6.2 Pasos para la venta del producto al cliente Internacional.....	61
4.6.3 Costos del flete.....	65
4.7 Precios Bolsos/Carteras.....	66
4.8 Forma de Pago.....	67
4.8.1 Costo Seguro.....	67
4.9 Subpartida arancelaria.....	67
4.10 Relación Comercial entre Ecuador y Colombia...	69

4.10.1 Importaciones 2012 Colombia.....	70
CAPITULO V.....	71
5 ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO.....	71
5.1 Estudio Financiero.....	71
5.2 Presupuesto de Inversión.....	71
5.2.1 Activos Fijos.....	73
5.2.1.1 Presupuestos de Activos Fijos.....	73
CAPITULO VI.....	78
6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	78
6.1 Conclusiones.....	78
6.2 Recomendaciones.....	79
REFERENCIAS.....	80
Anexos.....	82

CAPÍTULO I

1. Tema a estudiarse

1.1 Tema

“Proyecto para la implementación de un departamento de comercio exterior para la exportación de bolsos/carteras de lona y caucho reciclado de la empresa FUI Reciclados CIA. LTDA. Hacia Medellín-Colombia”

1.1.1 Problema de Investigación

1.1.1.1 Delimitación del Problema

El problema surge al momento en que la empresa FUI se da cuenta que tiene mucho éxito con el trabajo realizado dentro del país pero lastimosamente no poseen personal capacitado para realizar una exportación hacia un mercado ubicado en cualquier parte del mundo y en especial a países cercanos como Colombia.

La idea nace al ver la necesidad de crecer fuera del país, como este producto es nuevo, innovador y ecológico se sabe que tendrá gran acogida, el problema para la empresa es realizar la exportación si la ayuda de alguien capacitado para hacerlo.

Después de plantear el problema se da a conocer que para esto se puede implementar un departamento de exportaciones dentro de la empresa y la creación de un plan de exportación de bolsos/carteras hacia el Medellín-Colombia, se escoge este mercado ya que es un país vecino y es mejor abrirse al exterior poco a poco y empezar con países con los que se tiene una buena relación, además empresarios de dicho país al saber de este producto se vieron interesados de adquirirlo.

Es importante recalcar que este producto no tiene competencia, al menos por el momento no se sabe de alguien más que lo haga y esto es una gran ventaja. Para FUI como empresa es importante saber que además de ofrecer algo nuevo se está ayudando al medio ambiente al utilizar estos materiales que a larga solo causaban más basura y ahora se les dará un uso distinto y que llama la atención.

1.1.2 Preguntas del planteamiento del problema.

El presente anteproyecto plantea las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es el tema a estudiarse para la realización de un plan de exportación?
- ¿Quiénes son FUI Reciclados CIA. LTDA., cuáles son los productos que ofrece al mercado, cómo los fabrican, su precio de venta y su demanda?
- ¿Cuál es el mercado meta, su estudio, acuerdos, beneficios y demás razones para escogerlo?
- ¿Cuál modelo de plan de exportación se debe aplicar para exportar el producto, beneficios, desventajas y las ventajas al crear un departamento de exportaciones?
- ¿Qué tipo de estudio financiero debemos realizar para llevar a cabo un plan de exportación confiable y viable?

1.1.3 Formulación de Hipótesis

- Conociendo perfectamente y teniendo claro el tema que se llevará a cabo se podrá desarrollar un plan de exportación que permita a FUI reciclados dar a conocer el producto fuera del país.
- El conocimiento del trabajo que realiza FUI es de suma importancia para el éxito de este plan de exportación.
- Es importante tener claro el mercado internacional al que se quiere llegar, su estudio a profundidad, esto permitirá saber cómo actuar dentro de el y como llevar a cabo una venta exitoso en este país.
- El resultado del plan de exportación aplicado es de gran utilidad para el proceso de la exportación de bolsos/carteras de material reciclado de la empresa FUI hacia Medellín-Colombia.
- Un estudio Financiero adecuado permitirá que el plan de exportación a desarrollarse sea confiable y viable.

1.1.4 Objetivos

1.1.4.1 Objetivo General

Elaborar un plan práctico para el implemento de un departamento de comercio exterior para realizar la exportación de bolsos/carteras de lona y caucho reciclado de la empresa FUI Reciclados CIA. LTDA. hacia Medellín –Colombia.

1.1.4.2 Objetivos Específicos

- Conocer el problema de investigación para crear un plan de exportación para FUI Reciclados CIA. LTDA. Con el fin de crear un departamento de comercio exterior.
- Investigar la empresa FUI, la venta del producto dentro del Ecuador y crear un departamento de Exportaciones para llevar el producto al mercado internacional.
- Estudiar el mercado internacional al que se desea llegar con el producto de la empresa FUI a Medellín-Colombia, analizando su oferta y demanda.
- Desarrollar una propuesta de plan de exportación del producto carteras/bolsos hacia Medellín-Colombia.
- Realizar un estudio financiero que refleje los datos reales del proyecto de exportación.

1.1.5 Justificación

El objetivo de la Investigación es dar a conocer el producto fuera del país, ya que dentro del mismo ha tenido gran acogida, además conocer los pasos y la información necesaria para realizar la exportación de la mejor manera y cumpliendo todo lo reglamentario establecido en la ley.

La investigación práctica del proyecto, es analizar todos los pasos a seguir para realizar la exportación, es decir conocer todos los mercados tentativos para la exportación, saber los requisitos, conocer las entidades a las que se debe acudir o en las que se debe registrar el exportador, establecer tiempos para

realizar el trabajo y que este sea el valor agregado para el producto ya que así el cliente estará satisfecho y la empresa FUI logrará expandirse por el mundo. Con esta Investigación se logrará que la empresa FUI de a conocer el producto fuera del Ecuador, gracias a este proyecto se logrará tener una guía para realizar la exportación sin problemas, sin saltarse ningún paso y sin faltar a los reglamentos establecidos por la ley.

Este estudio será utilizado dentro de la empresa FUI para realizar la exportación de manufacturas como lo son: cartera/ bolsos de lona y caucho reciclado.

1.1.6 Marco Teórico

En el 2008 se conocieron Antonio Portilla y Takashi Hirakawa y unieron sus proyectos de vida (el reciclaje y la ayuda social respectivamente) para dar inicio a lo que hoy en día es FUI. Posteriormente, el ecólogo José Fabara y la diseñadora Mengumi Arima, aportaron con más ideas dentro del mensaje y la utilidad de los productos FUI.

El proyecto inició con la asesoría de la bióloga Ana María Troya y el diseñador industrial Jaime Andrés Navarrete, quienes identificaron los distintos materiales que no se reciclaban en los botaderos del Distrito Metropolitano Quito, los que eventualmente les servirían para desarrollar distintos productos. Uno de los lugares más visitados durante la investigación y donde se encontraron materiales con distintas posibilidades de ser reciclados fue la zona de Zámbriza / El Inca, donde viven y trabajan familias cuyas vidas dependen de la clasificación de desechos. Entre los materiales que se identificaron estaban plástico de botellas, caucho, vidrio de botella, alambre y chatarra electrónica. Desde entonces la empresa Fui viene creando más productos como son bolsos, carteras, billeteras, llaveros, etc. Dando importancia al reciclaje.

1.2 Glosario

1.2.1 Partida Arancelaria

Una partida arancelaria son las unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por 4 dígitos.

1.2.2 Balanza Comercial

La Balanza Comercial es la parte de la balanza de pagos que contempla las importaciones y exportaciones de mercancías o bienes tangibles. Se utiliza para registrar el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan es déficit o superávit; el primero cuando son mayores la importaciones; y el segundo cuando son mayores las exportaciones.

1.2.3 FODA

El FODA es una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos interno o externos de programas y proyectos.

El FODA se representa a través de una matriz de doble entrada, llamada matriz FODA, en la que el nivel horizontal se analiza los factores positivos y negativos. En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables.

1.2.4 Mercado Meta

El Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar. Al Mercado Meta También de le conoce con MERCADO OBJETIVO o TARGET.

El valor principal del plan de negocios será la creación de un proyecto escrito que evalúe todos los aspectos de la factibilidad económica de su iniciativa comercial con una descripción y análisis de sus perspectivas empresariales.

1.2.5 Costos

Los costos tienen diferentes clasificaciones de acuerdo con el enfoque y la utilización que se les dé. Algunas de las clasificaciones más utilizadas son:

Según el área donde se consume:

- **Costos de Producción:** son los costos que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados: se les clasifica en Material Directo, Mano de Obra Directa, CIF y Contratos de servicios.
- **Costos de Distribución:** son los que se generan por llevar el producto o servicio hasta el consumidor final.
- **Costos de Administración:** son los generados en las áreas administrativas de la empresa. Se denominan Gastos.
- **Costos de financiamiento:** son los que se generan por el uso de recursos de capital.

1.2.6 Reciclar

Para el público en general, reciclar es el proceso mediante el cual productos de desecho son nuevamente utilizados. Sin embargo, la recolección es sólo el principio del proceso de reciclaje.

1.2.7 Reutilizar

El concepto de reutilizar comprende el utilizar repetidamente o de diversas formas distintos productos consumibles. En otras palabras el no descartar aquellos materiales o artículos que pueden ser utilizados nuevamente ya que cuantos más objetos sean reutilizados, menos basura será producida y se gastarán menos recursos agotables.

1.2.8 Manufacturas

Manufacturar significa fabricar o producir objetos o mercancías manualmente o por medios mecánicos, sin embargo desde el punto de vista moderno envuelve todas las actividades necesarias para transformar la materia prima en producto terminado, para entregar el producto al cliente y soportar el desempeño del producto en el campo. Este concepto de manufacturas empieza con el concepto de la entrega del producto, incluye actividades de diseño y especificaciones y se extiende hasta la entrega y actividades de ventas, por lo tanto involucra la integración de todos los sistemas de información.

1.3 Metodología

1.3.1 Tipos de metodología

1.3.2 Método descriptivo

Se utilizará el método descriptivo, porque se requiere explicar el tipo de mercado al que se va a llegar, los procesos de representación del país de origen, la estructura de la demanda. También se describirá cada uno de los procesos que intervienen en la exportación de manufacturas de lona y caucho reciclado, así como sus costos y los gastos de la exportación.

1.3.3 Método deductivo

El método deductivo será utilizado para determinar la demanda del producto dentro del país meta, y la incidencia de ventas dentro del Ecuador, se deducirá tanto los costos como los gastos para realizar la exportación.

1.3.4 Método analítico

Se estudiará el mercado mediante el FODA, de esta manera sabremos que tan viable es el plan de negocios.

1.4 Recursos

1.4.1 Recursos humanos

El plan de negocio para la exportación de manufacturas de lona y caucho reciclado de la empresa FUI hacia el mercado colombiano será desarrollado por:

Margarita Elizabeth Landeta Terán

1.4.2 Recursos materiales

Para la realización de este proyecto se utilizará los siguientes recursos materiales:

- Computadora
- Libros
- Impresora
- Hojas
- Internet
- Suministros de oficina
- Vehículo

1.4.3 Recursos financieros

Los recursos que se necesitarán en el desarrollo de este proyecto se los detalla a continuación:

Cuadro 1 Gastos del proyecto

ACTIVOS FIJOS	GASTOS	MENSUALES	ANUALES	A 5 AÑOS
Suministros de oficina	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 108.000,00
1 Computador	\$ 600,00	\$ 35,00	\$ 420,00	\$ 25.200,00
1 Impresora Láser HP	\$ 275,00	\$ 35,00	\$ 420,00	\$ 25.200,00
Hojas	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00	\$ 10.800,00
Internet	\$ 25,50	\$ 25,50	\$ 306,00	\$ 18.360,00
Vehículo	\$ 3.500,00	\$ 80,00	\$ 960,00	\$ 57.600,00
TOTAL	\$ 4.565,50	\$ 340,50	\$ 4.086,00	\$ 245.160,00

Fuente: Datos obtenidos durante el desarrollo del plan de negocios

Elaborado por: Margarita Landeta

CAPITULO II

2 EMPRESA FUI PROCESO Y PRODUCCIÓN

2.1 Fui Reciclados CIA. LTDA.

En los últimos 50 años, como consecuencia de sociedades altamente consumistas, a nivel mundial la producción de desechos no degradables ha incrementado alarmantemente. Para poder manejar la gran cantidad de residuos, los gobiernos de países desarrollados han considerado un costo adicional por procesarlos, basándose en el concepto “Extended Producer Responsibility” (EPR). Es decir, que la responsabilidad de las empresas abarca tanto la producción y uso, como el tratamiento que se debe dar a estos productos una vez desechados.

Apoyados en este concepto y en la idea de educar a la comunidad, FUI propone trabajar en conjunto con distintas empresas para fomentar una conciencia ambiental. Esto se logra al dar un mejor fin a materiales de larga vida como lonas, tubos de llanta y vidrios, que en la mayoría de casos acaban en rellenos sanitarios sin un procesamiento adecuado.

2.2 Objetivos de la empresa

FUI es un estudio de diseño que trabaja con los siguientes objetivos:

- Fomentar la conciencia ambiental tanto en productores como en consumidores.
- Contribuir a la conservación del ambiente mediante reutilización de materiales.
- Diseñar y producir accesorios de uso diario utilizando materiales de larga vida ya desechados.
- Crear nuevas fuentes de trabajo enfocadas a grupos necesitados de la sociedad y artesanos.

2.3 Antecedentes / Historia

En el 2008 se conocieron Antonio Portilla y Takashi Hirakawa y unieron sus proyectos de vida (el reciclaje y la ayuda social respectivamente) para dar inicio a lo que hoy en día es FUI. Posteriormente, el ecólogo José Fabara y la diseñadora Mengumi Arima aportaron con más ideas dentro del mensaje y la utilidad de los productos FUI.

El proyecto inició con la asesoría de la bióloga Ana María Troya y el diseñador industrial Jaime Andrés Navarrete, quienes identificaron los distintos materiales que no se reciclaban en los botaderos del Distrito Metropolitano Quito, los que eventualmente les servirían para desarrollar distintos productos. Uno de los lugares más visitados durante la investigación y donde se encontraron materiales con distintas posibilidades de ser reciclados fue la zona de Zámbriza/El Inca, donde viven y trabajan familias cuyas vidas dependen de la clasificación de desechos. Entre los materiales que se identificaron estaban plástico de botellas, caucho, vidrio de botella, alambre y chatarra electrónica. Desde entonces la empresa Fui vine creando más productos como son bolsos, carteras, billeteras, llaveros, etc. Dando importancia al reciclaje.

Entre tanto, Antonio trabajaba como diseñador en una empresa de medios de publicidad. Este empleo le sirvió de ventana para observar lo que sucedía con todos los materiales (sintra, lonas, vinilo, backlight, cintas adhesivas, papel, plástico) utilizados para promocionar marcas y productos. Hasta ese momento, una vez finalizadas las campañas publicitarias, el material no se aprovechaba de la mejor manera. Actualmente, existen casos en que las lonas son regaladas para hacer techos de viviendas (por su cualidad impermeable) pero, desafortunadamente, en muchos casos son trituradas, incineradas, desechadas en botaderos comunes donde se mezclan con materiales orgánicos o simplemente son embodegadas. Las posibilidades que brinda la lona publicitaria es sorprendente y hay grandes cantidades de este material para ser reutilizado.

Luego de analizar el potencial de este material desarrollamos el primer producto: Mercadote. Éste es el bolso ícono de FUI, sirve para ir de compras y se comercializa hasta ahora en mercados, ferias de alimentos orgánicos y tiendas del país. Inicialmente, estos bolsos fueron confeccionados por un grupo de mujeres internas en el Centro de Rehabilitación del Inca, en Quito. Esta gestión fue realizada a través del Ministerio de Justicia hasta finales del año de 2009. Lamentablemente, este trabajo se detuvo debido al reordenamiento del centro y entonces, tuvimos que reformular nuestro mecanismo de trabajo; así, ofrecimos empleo a algunos artesanos que, dadas sus habilidades, nos ayudaron a desarrollar nuevos productos con un excelente acabado.

Desde el principio, importantes empresas aportaron a esta iniciativa, todas consientes de los problemas ambientales en el planeta y dispuestas a asumir su responsabilidad con la comunidad y entorno. Igual de importantes son todas las personas que adquieren nuestros productos, sin su apoyo, la tarea de alargar la vida de estos materiales sería imposible. Por eso, les agradecemos, ustedes son parte esencial en este gran proyecto que emprendimos.

2.4 Valor Agregado de la empresa FUI Reciclados CIA. LTDA.

Si usted es parte de una empresa con responsabilidad social encaminada hacia lo ambiental y que busca dar un buen fin a sus desechos, FUI es la mejor alternativa. Al destinar sus desechos de campañas publicitarias y residuos de producción a FUI, podrá obtener beneficios nunca antes imaginados:

- Presencia de marca en las etiquetas de aquellos productos que hayan sido elaborados con el material aportado.
- 10% de descuento para todos sus empleados en los puntos de venta (previa presentación de identificación empresarial)
- Precios preferenciales en sus compras al por mayor de regalos corporativos
- Las empresas aliadas a FUI podrán usar el sello "Marcas con Conciencia" para mencionar su gestión.

- Presencia de marca en todos los puntos de venta
- Presencia de marca en nuestro sitio Web
- Difusión de su gestión en medios virtuales: Facebook, Twitter y Youtube
- Presencia en el boletín electrónico mensual de FUI
- Menciones en reportajes de prensa / medios masivos

2.5 Marcas con Conciencia

La idea de crear MARCAS CON CONCIENCIA nace al momento en que FUI realiza las gestiones necesarias para que muchas empresas grandes dentro de Ecuador donen sus lonas publicitarias para la elaboración de los bolsos y carteras.

Marcas con conciencia se trata de que el nombre de las empresas que realizan sus donaciones de lonas publicitarias van en las etiquetas de los productos que elabora FUI, esto es sin ningún costo ya que gracias a sus donaciones es posible que FUI pueda cubrir su demanda.

Además Marcas con conciencia es más que solo donaciones, es responsabilidad, conciencia de que son responsables directos de cuidar el medio ambiente donde se vive, es importante saber que hay materiales que pueden ser utilizados más de una vez antes de desecharlos, como es el caso de la lona que una vez que termina de ser utilizada como publicidad puede ser utilizada en la elaboración de otras cosas como carteras, bolsos, billeteras, mandiles y muchas cosas más.

2.6 Producto (Carteras, Bolsos)

Después de haber analizado todos los productos que ofrece FUI se determinó que los que se van a exportar serán los bolsos/carteras ya que estas son los primeros productos elaborados y el que mayor éxito han tenido en el mercado local.

Estos se encuentran fabricados con lona y caucho reciclado con un terminado de calidad, que ofrece al público un producto duradero y útil.

Gráfico 2 Carteras/Bolsos



Fuente: www.fuireciclado.com

Elaborado por: Margarita Landeta

2.7 Proceso de Producción

2.7.1 Materia Prima.

Gráfico 3 Material Reutilizado



Fuente: www.fuireciclado.com

Elaborado por: Margarita Landeta

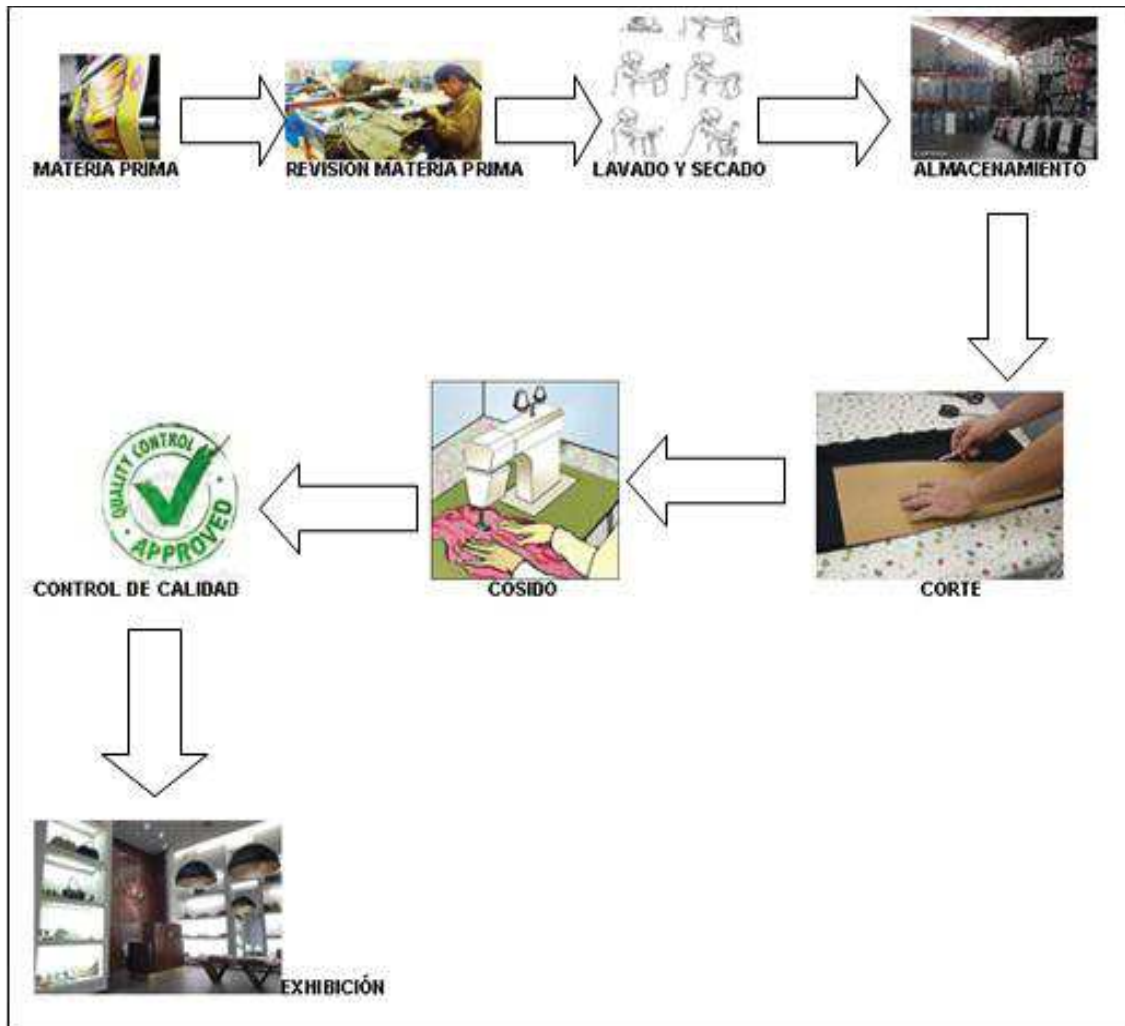
La obtención de la materia prima, esta es donada por las empresas antes mencionadas, llamadas Marcas con Conciencia, esto en el caso de las lonas, el caucho que proviene del tubo de llantas se obtienen por medio de donación de vulcanizadores o la compra a los mismos.

Para la elaboración de cada uno de los productos FUI sigue un cauteloso cuidadoso proceso que se detalla a continuación:

1. Como primer paso es la revisión de la materia prima, estas pasan por manos de personas que ven que se encuentren en buen estado, limpias y en perfectas condiciones para ser utilizadas.
2. Después de ser revisadas estas pasan al proceso de lavado y secado, se lavan en grandes tinas con sustancias especiales y agua, en una tina la lona y en otra el caucho, luego estas son tendidas en alambres para que se sequen con el sol.
3. Cuando estas se encuentran secas son almacenadas en un lugar donde se encuentran separadas por empresas donadoras.
4. El siguiente paso será el cortado de las lonas y el caucho por lo cual se siguen patrones realizados por el diseñador de FUI.
5. Una vez cortada la lona y el caucho pasa al proceso de cosido, este es muy importante ya que de él depende que las carteras no se desarmen y duren largo tiempo.
6. Ya una vez listas las carteras estas pasan al control de calidad donde se verifica que este bien hecha, una vez aprobada esta será colocada una etiqueta en la cual encontraremos el logo de FUI, el logo y nombre de la empresa donadora del material, el nombre de flora, fauna o tradiciones ecuatorianas destacadas, importantes o que están por extinguirse.
7. Y así pasa al mostrador para ser vendida al público.

Gráfico 4

Proceso de Producción de bolsos/carteras de lona y caucho reciclado.



Elaborado por: Margarita Landeta

2.8 Precios en el Mercado local

Fui ofrece al público precios muy económicos para que todo público lo pueda comprar, estos van desde los \$5.50 el más económico hasta los \$50.00 el más caro, los precios dependen del tamaño, el tiempo de elaboración, la complejidad de su armado y la cantidad de material utilizada en las mismas.

Gráfico 5. Bolsos/Carteras a exportarse



Pequeña a \$20.00



Mediana a \$35.00



Grande \$50.00

2.9 Implementación Departamento de Comercio exterior

Este proyecto tiene como objetivo la creación de un departamento de Comercio Exterior para llevar a cabo la exportación de los bolsos/carteras de la empresa FUI Reciclados CIA. LTDA. Es importante recalcar que FUI cuenta con oficinas para ser implementado dicho departamento, los gastos en los que se tendrá que incurrir serán:

- Adecuaciones Oficina comercial.
- Maquinaria.
- Equipo de computación.
- Muebles y enseres.
- Equipos de oficina.

Tabla 1

PRESUPUESTO ACTIVOS FIJOS			
INMUEBLES			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Oficina Comercial adecuaciones	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
SUB-TOTAL			\$ 3.500,00
MAQUINARIA			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Maquinaria de costura	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Máquina Overlock	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Cortadora de tela	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Planchas	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Tijeras	4	\$ 12,00	\$ 48,00
SUB-TOTAL			\$ 1.838,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador Portátil	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Impresora Multifunción	1	\$ 62,72	\$ 62,72
SUB-TOTAL			\$ 812,72
MUEBLES Y ENSERES			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	1	\$ 195,00	\$ 195,00
Sillas escritorio	1	\$ 79,99	\$ 79,99
Sillas para operaria	3	\$ 29,99	\$ 89,97
Sillas departamento de comercio	4	\$ 40,00	\$ 160,00
Mesa de reuniones	1	\$ 96,00	\$ 96,00
Archivador	1	\$ 96,21	\$ 96,21
Mesa de cortar	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Vitrina	2	\$ 310,00	\$ 620,00
Repisa	1	\$ 190,00	\$ 190,00
SU-TOTAL			\$ 1.707,17
EQUIPOS DE OFICINA			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Telefax	1	\$ 176,96	\$ 176,96
Extintor	1	\$ 123,20	\$ 123,20
SUB-TOTAL			\$ 300,16
TOTAL			\$ 8.158,05

Elaborado por: Margarita Landeta

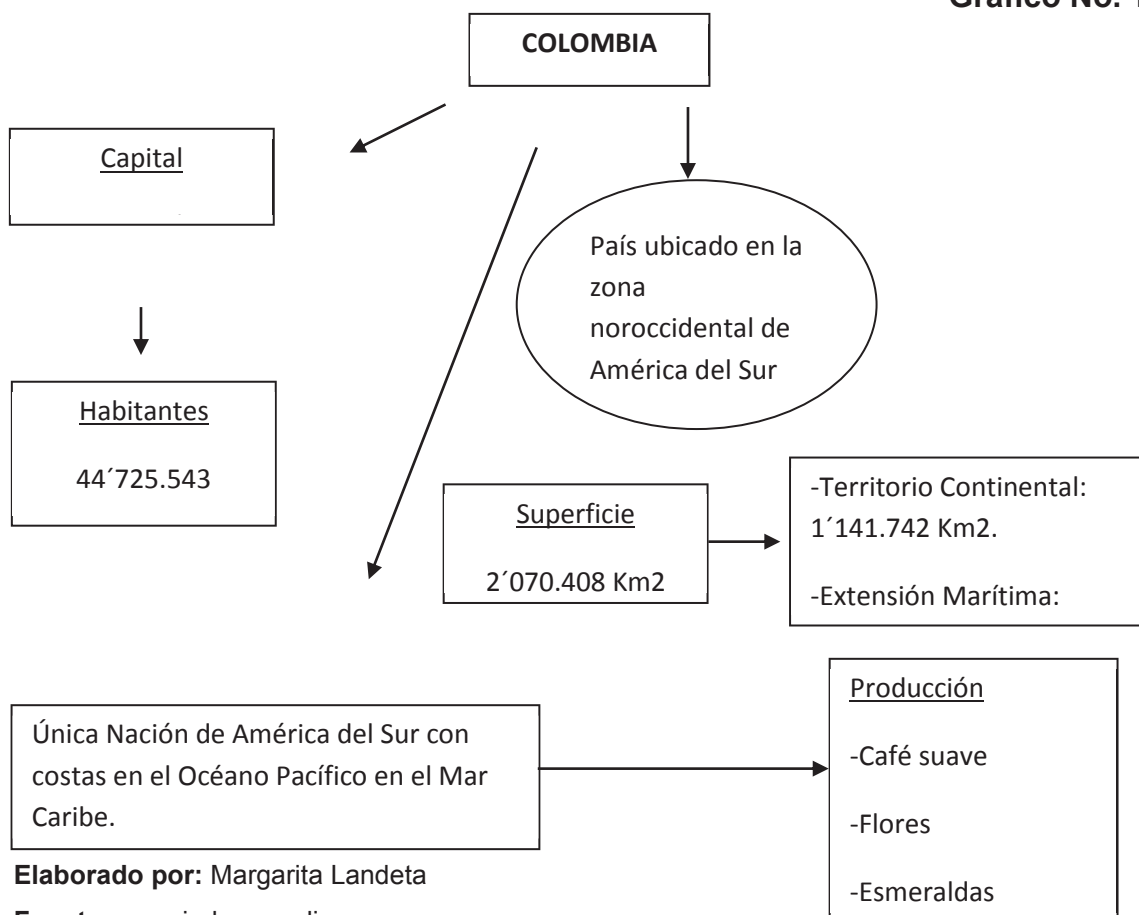
CAPÍTULO III

3 Estudio de Mercado

3.1 Colombia

Colombia es un país de América ubicado en la zona noroccidental de América del Sur, organizado constitucionalmente como una república unitaria descentralizada. Su capital es Bogotá. Su superficie es de 2 070 408 km², de los cuales 1 141 748 km² corresponden a su territorio continental y los restantes 928 660 km² a su extensión marítima, de la cual mantiene diferendos limítrofes con Venezuela y Nicaragua.

Grafico No. 1



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: www.indexmundi.com

Gráfico No. 2. Colombia



Fuente: www.indexmundi.com

3.2 Medellín

La ciudad cuenta con una población de 2.223.078 habitantes, siendo ésta la segunda aglomeración urbana de Colombia. El 46,7 % de la población son hombres y el 53,3 % mujeres.

Tabla No. 1. Tamaño del Universo

POBLACIÓN FEMENINA PROYECTADA	
Mujeres (Medellín)	53,3 % (1.184.901)

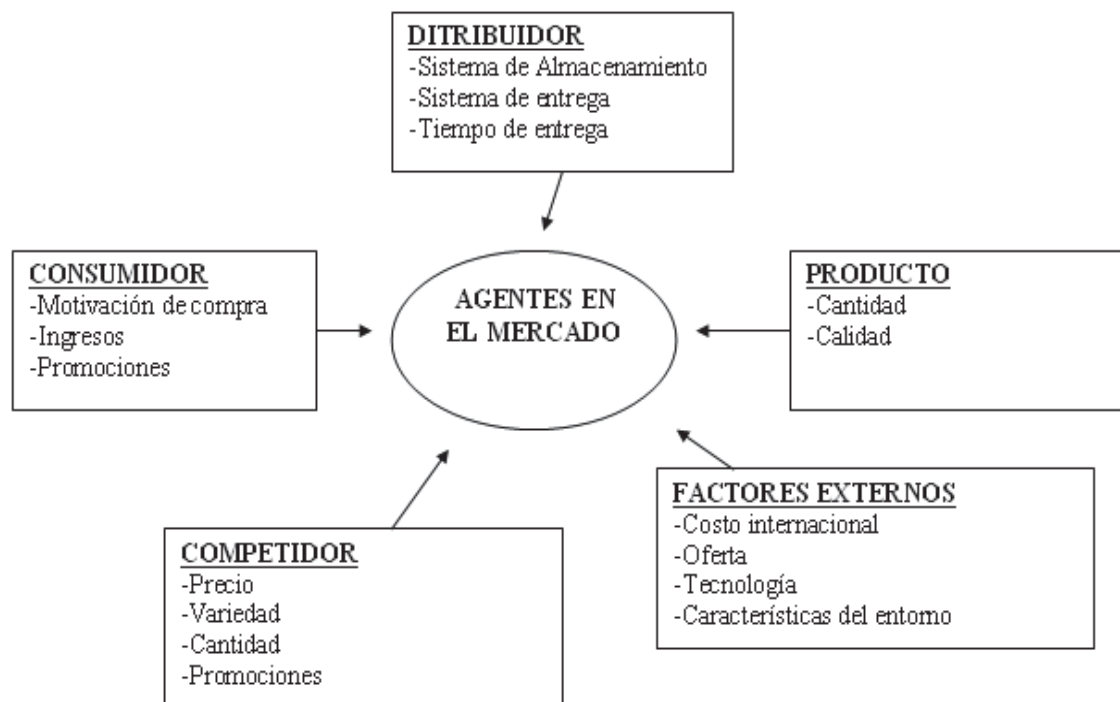
Fuente: www.indexmundi.com

Elaborado por: Margarita Landeta

3.3 Estudio de Mercado

El primer paso que todo Empresario debe tener en cuenta para poder realizar un proceso de Exportación es el Estudio de Mercado, este análisis le permite identificar las Oportunidades Comerciales que se puede tener con su producto o servicio en los mercados Internacionales.

Grafico No 3. Agentes en el Mercado



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: <http://www.funlan.edu.com>

El Mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio, para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y el precio.

3.4 Análisis de la Demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

3.4.1 Mercado de bolsos/carteras en Colombia

El mercado de bolsos, cinturones y billeteras de los colombianos en niveles de ingreso promedio presentó un crecimiento real de 5,07 % durante el primer semestre del año.

De hecho, el consumo de marroquinería (Bolsos, cinturones y billeteras) entre enero y junio del 2011 fue de 128.000 millones de pesos, con un incremento del 4%, con respecto al primer período del año anterior.

3.4.2 Proyección de la Demanda

Proyección de la demanda es un elemento importante debido a que se constituye en el factor crítico que permite determinar la viabilidad y el tamaño del proyecto. La demanda proyectada se refiere fundamentalmente al comportamiento que esta variable puede tener en el tiempo, suponiendo que los factores que condicionaron el consumo histórico del bien actuaran de igual manera en el futuro.

3.4.3 Clasificación

Para los efectos del análisis, existen varios tipos de demanda, que se pueden clasificar de la siguiente manera:

3.4.3.1 En Relación con su oportunidad: (Existen dos tipos)

- a) Demanda Insatisfecha
- b) Demanda satisfecha
 - Satisfecha saturada
 - Satisfecha no saturada

3.4.3.2 En relación con su necesidad: (Existen dos tipos)

- a) Demanda de Bienes social y nacionalmente necesarios
- b) Demanda de bienes no necesarios o de gusto

3.4.3.3 En relación con el tiempo: (Existen dos tipos)

- a) Demanda continua
- b) Demanda cíclica o estacional

3.4.3.4 De acuerdo con su destino: (Existen dos tipos)

- a) Demanda de bienes finales
- b) Demanda de bienes intermedios o industriales

En conclusión la demanda de la empresa FUI según la clasificación de la demanda se determina que es de acuerdo con su destino y dentro de esta clasificación como Demanda de bienes finales.

3.4.4 Potenciales Clientes

Después de realizar un estudio de los clientes a los que se puede llegar con los bolsos y/o carteras, se da a conocer las mejores opciones, cabe recalcar que el contacto con dichas tiendas fueron vía correo electrónico y la idea les gustó y les encantaría obtener dichos productos, además se nos da a conocer que su compra sería de 10 a 150 carteras y o bolsos mensuales.

A continuación un detalle de las tiendas a las que FUI podría llegar con sus productos:

Estos clientes se determinan después de investigar mediante internet las tiendas de moda más importantes en Medellín, se escogen 10 tiendas a las que se llegará mediante una encuesta, la cual reflejará la aceptación positiva o negativa del producto.

CASA SOLÓRZANO



Av Nutibara C 1-48

Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 2506374

Celular: (57) 3154282071

Tel: (57) (4) 2506361

www.casasolorzano.com.co

ONDAEMAR S.A.



CI 14 52 A-304

Colombia, Medellín

Fax: (57) (4) 3618155

Tel: (57) (4) 4480410

FLOR DE CANELA

Cr52 D 81 A-20

Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 2778116

LE' SENTIER SWITZERLAND

Cr25 1 A S 45 L-3048

Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 3215675

ALMACEN BELO HORIZONTE

Cr50 52-126 L-107

Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 2313853

ALMACÉN "MARY MESA-ES LA MODA"

Cr80 20 A-183

Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 3427155

VICKY TCHERASSI

Cr43 A 6 Sur-15 L-3212

Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 3214047

ALMACÉN SALOMÓN

CI 1 B S 32-12

Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 3121688

CHEVIGNON

CI 14 52 A-370 Of 201

Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 2629065

ALMACÉN BOUTIQUE CHARMÉ

CI 30 30-27 Ap 111 El Carmen de Viboral

Colombia, Medellín

Teléfono: (57) (4) 5432184

3.4.4.1 Competencia**Lujo y detalle en las carteras de Nancy González**

Después de realizar un estudio en Medellín-Colombia se pudo obtener como resultado que la única competencia que se tiene dentro del mercado son las carteras de la diseñadora Nancy González, las mismas que no se la debería llamar competencia ya que ofrece carteras de lujo, por lo tanto esto no afectaría la venta de los bolsos/carteras de FUI en Medellín.



Nancy González es una de las marcas principales en departamento de accesorios (Bolsos y/o carteras en Colombia). Ella es una verdadera visionaria que ha revolucionado el mercado de las pieles de lujo y su combinación de diseños y colores escapa a lo convencional.

3.5 Análisis de la Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

3.5.1 Oferta FUI

La capacidad de producción de la empresa FUI es de 300 bolsos/carteras mensuales, como se mencionó anteriormente se implementara un departamento de Comercio Exterior el mismo que vendrá acompañado de un/a operario/a el que trabajará únicamente en la producción de 160 bolsos/carteras que estarán destinados a la exportación.

3.5.2 Clasificación

Con propósitos de análisis se hace la siguiente clasificación de la oferta.

EN RELACIÓN CON EL NÚMERO DE OFERENTES (Tres tipos)

- a) OFERTA COMPETITIVA O DE MERCADO LIBRE.- Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrece al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.
- b) OFERTA OLIGOPÓLICA.- Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores.
- c) OFERTA MONOPÓLICA.- Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.

En relación a la clasificación de la oferta FUI se encontraría dentro de la oferta Monopólica ya que sería el único productor dentro del mercado, por lo tanto sería quien imponga calidad, precio y cantidad, cabe recalcar que esto sería al inicio ya que una vez que el producto se conozca dentro del mercado y más aún si tiene mucho éxito habrá alguien más que lo haga y sea una competencia directa.

3.5.3 Oferta del producto

El proyecto se identifica en cuanto con su competencia como OFERTA COMPETITIVA O DE MERCADO LIBRE, ya que al producto se le califica de acuerdo a la calidad, el precio y el servicio que se ofrece al consumidor.

3.5.4 Encuesta

La encuesta es un instrumento de investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica.

Para realizar el estudio de mercado se utilizó como fuente de información primaria la encuesta, la cual se aplicó a las 10 tiendas que fueron investigadas.

3.5.4.1 Diseño del Cuestionario

(Ver anexo No. 1)

3.5.4.2 Análisis de Resultados

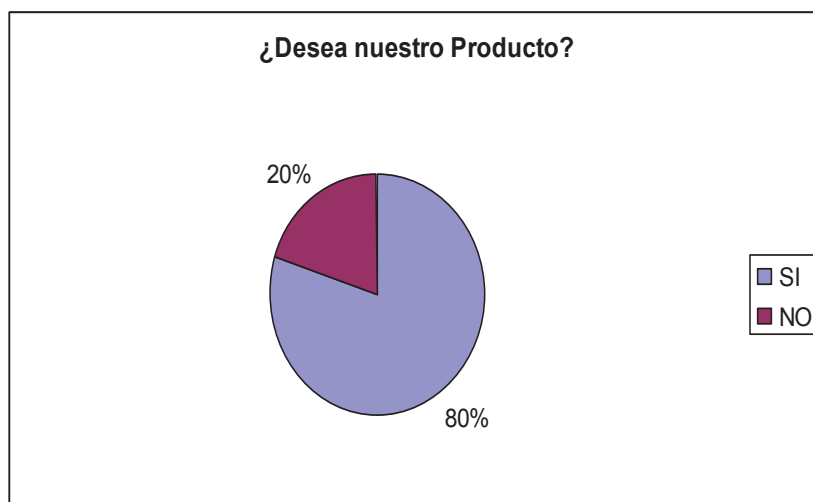
El análisis de la información conduce a la obtención de conclusiones. Esta fase se hace uso de herramientas de análisis especiales que proporcionan una base objetiva y potente para interpretar datos.

Tabla No. 2. ¿Desean adquirir nuestro producto?

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Elaborado Por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 4

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: El 80% de las tiendas encuestadas están interesadas en adquirir nuestro producto, mientras que tan sólo el 20% no lo desean.

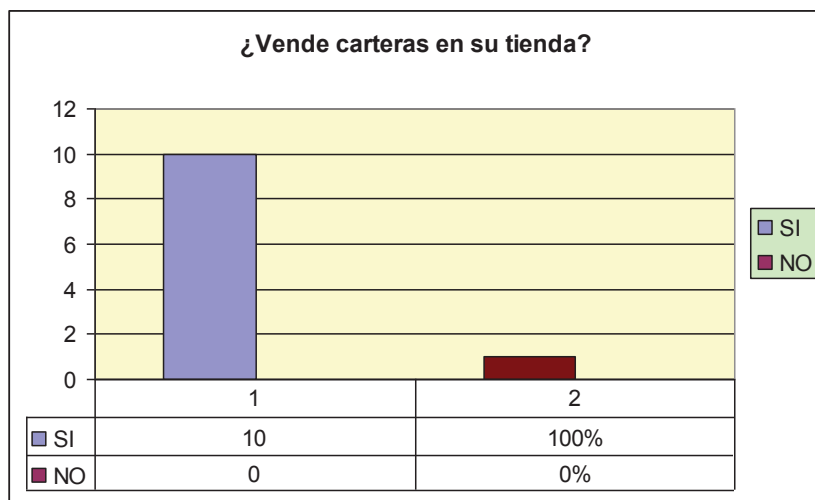
Tabla No. 3. PREGUNTA No. 1 ¿Usted vende bolsos (Carteras) en su tienda?

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 5



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: De la investigación de mercado se determina que el 100% de las tiendas encuestadas venden carteras y/o bolsos, siendo un porcentaje muy favorable ya que podremos llegar a la mayoría con nuestro producto.

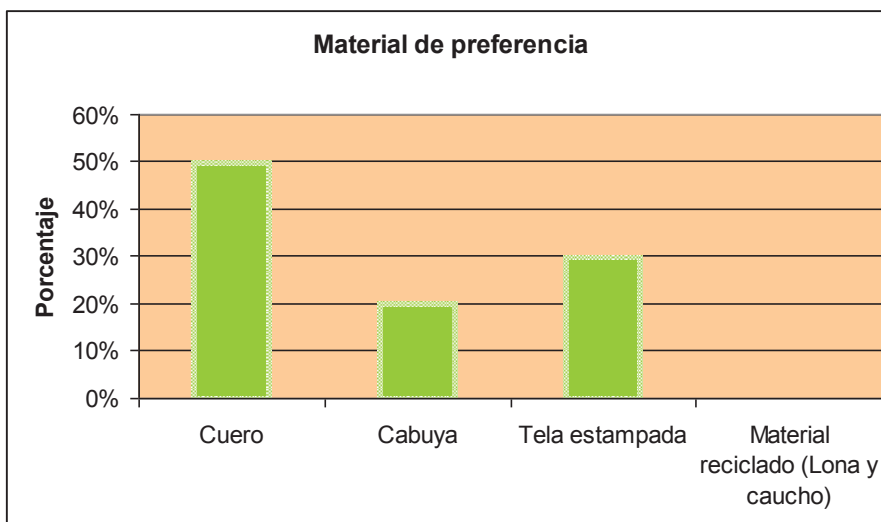
Tabla No. 4. PREGUNTA No. 2 ¿Cuál es el material de su preferencia al momento de adquirir un bolso para ponerlo en venta en su tienda?

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuero	5	50%
Cabuya	2	20%
Tela estampada	3	30%
Material reciclado (Lona y caucho)	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 6



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: El 50% de las tiendas encuestadas prefieren adquirir para la venta bolsos de cuero, el 30% bolsos de tela estampada y el 20% cabuya, el resultado refleja que los bolsos de material reciclado no tienen competencia dentro del mercado al que vamos a llegar por lo que serían innovadores dentro del mismo.

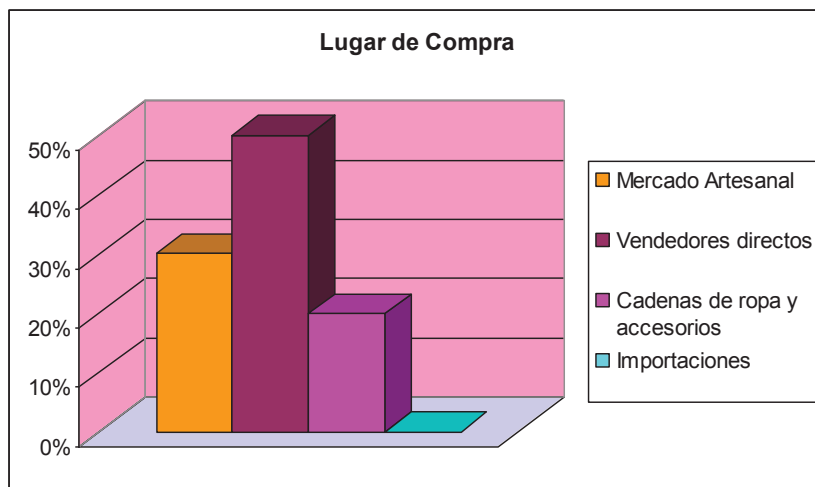
Tabla No. 5. PREGUNTA No. 3 ¿Usualmente dónde adquiere sus bolsos para la venta?

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado Artesanal	3	30%
Vendedores directos	5	50%
Cadenas de ropa y accesorios	2	20%
Importaciones	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 7



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: El 50% de las tiendas adquieren los bolsos para la venta por medio de vendedores directos, el 30% las compra en el mercado artesanal el 20% en cadena de ropa y accesorios y un 0% importan, el resultado refleja que las importaciones serían nuevas para las tiendas por lo que sería un punto en contra, pero no imposible ya que están muy interesados en nuestro producto.

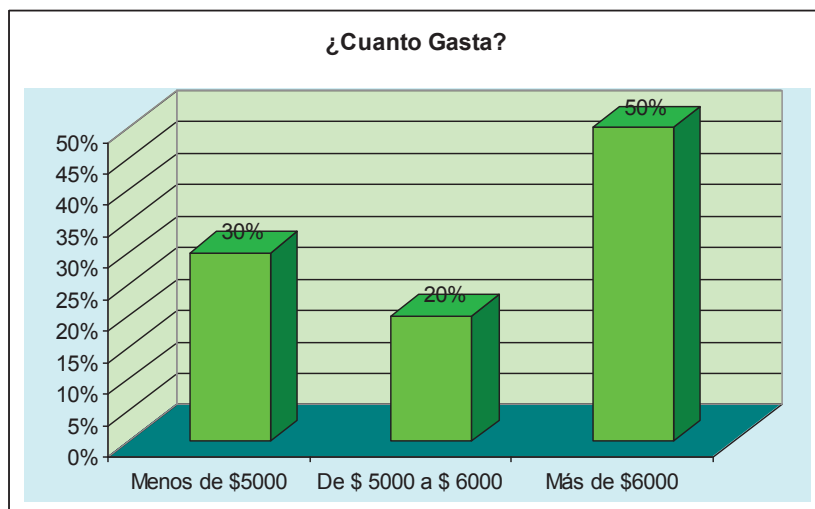
Tabla No. 6. PREGUNTA No.4 ¿Aproximadamente cuánto gasta en adquirir bolsos o carteras? (150 unidades)

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$5000	3	30%
De \$ 5000 a \$ 6000	2	20%
Más de \$6000	5	50%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 8



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: El 50% de los encuestados indica que gasta la de \$ 6000 en la compra de bolsos o carteras, el 30% menos de \$ 5000 y el 20% de \$5000 a \$ 6000, este resultado refleja que la mitad de las tiendas gastan mucho en bolsos, esto es un punto a favor ya que al adquirir nuestros bolsos estarían gastando aproximadamente de \$ 5000 a \$ 6000 por la compra de algo nuevo e innovador dentro del mercado.

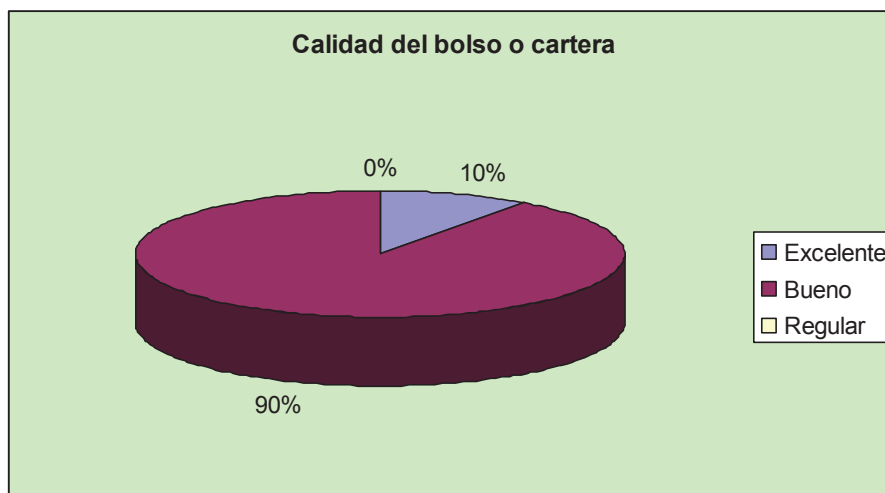
Tabla No. 7. PREGUNTA No. 5 ¿La calidad del bolso que usted ha adquirido como le calificaría?

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	1	10%
Bueno	9	90%
Regular	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 9



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: El 90% de las tiendas encuestadas dicen que los bolsos o carteras que adquieren son de buena calidad, mientras que un 10% afirman que los bolsos o carteras que venden son de excelente calidad.

Tabla No. 8

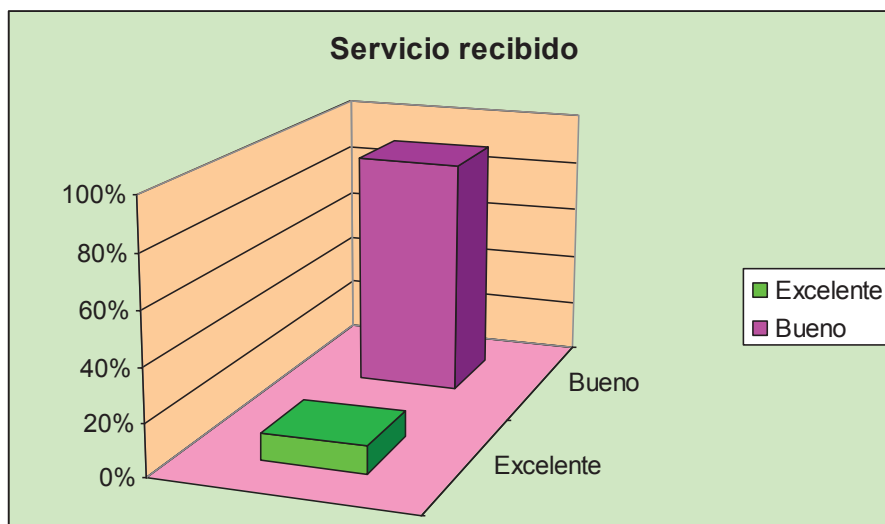
PREGUNTA No. 6 ¿El servicio que ha recibido en el lugar donde ha comprado su bolso ha sido?

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	1	10%
Bueno	9	90%
TOTAL	10	100%

Elaborado Por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 10



Elaborado Por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: El 90% de los encuestados indican que el servicio que han recibido ha sido bueno mientras que un 10% dicen que ha sido excelente, el resultado nos indica que nuestro servicio debe ser excelente para tener ventaja sobre la competencia.

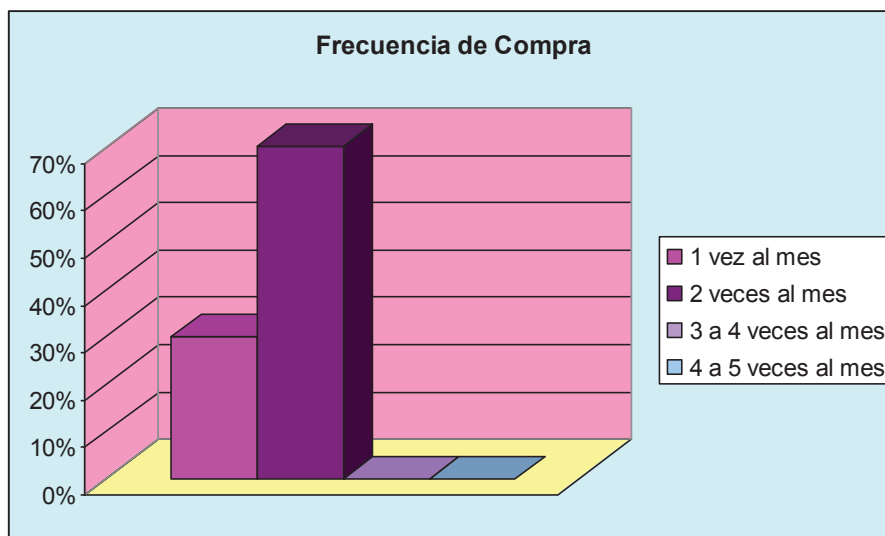
Tabla No. 9. PREGUTA No. 7 ¿Con qué frecuencia compra bolsos (carteras) para mujer?

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 vez al mes	3	30%
2 veces al mes	7	70%
3 a 4 veces al mes	0	0%
4 a 5 veces al mes	0	0%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 11



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: El 70% de las tiendas encuestadas compran dos veces al mes y el 30% una vez al mes, esto nos indica que nuestra producción para ser exportada debe ser por lo menos para dos veces al año.

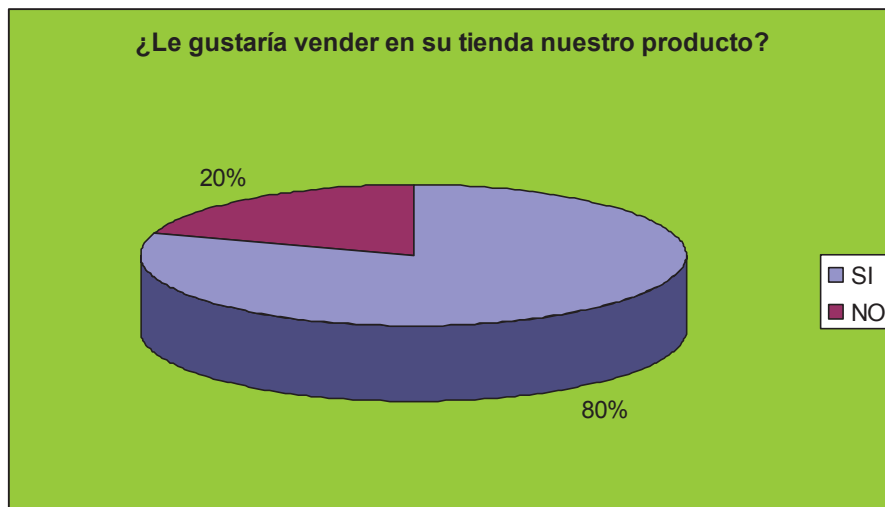
Tabla No. 10. PREGUTA No. 8 ¿Le gustaría vender en su tienda bolsos y/o carteras hechas de material reciclado como lona y caucho a precios muy económicos?

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	80%
NO	2	20%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 12



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: El 80% de las tiendas que fueron encuestadas nos dijeron que si les interesa adquirir nuestro producto mientras que el 20% nos dijeron que no, esto nos indica que el producto tendrá gran acogida.

Tabla No. 11. PREGUTA No. 9 ¿Cuánto pagaría usted por este tipo de bolso (cartera)?

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$15 a \$20	3	30%
de \$21 a \$ 30	1	10%
De \$31 a \$ 40	3	30%
De \$ 41 a \$ 50	3	30%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 13



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: El 30% nos indican que estarían dispuestos a pagar de \$ 15 a \$ 20, el 30% de \$ 31 a \$ 40, el 30% de \$ 41 a \$ 50 y el 10% de \$ 21 a \$ 30, este resultado refleja que el producto estaría dentro del rango que los clientes están dispuestos a pagar.

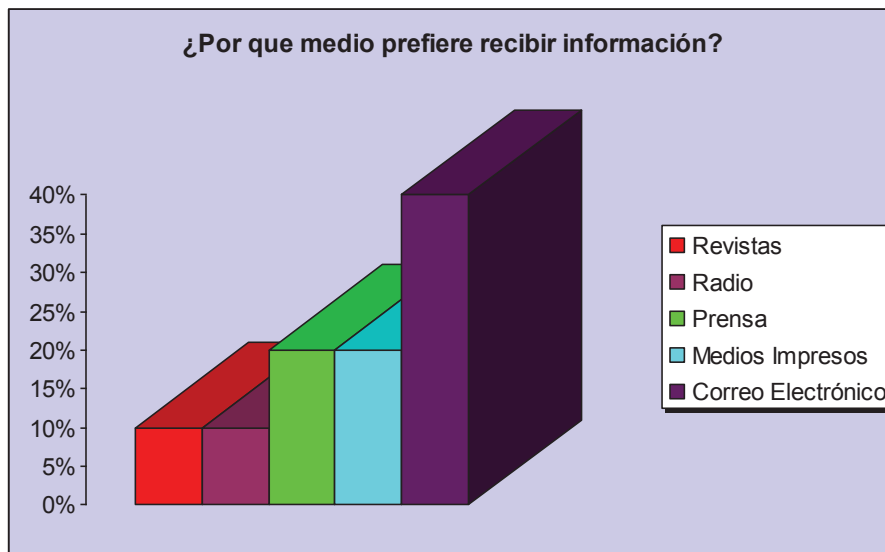
Tabla No. 12. PREGUTA No. 10 ¿A través de qué medio publicitario preferiría recibir nuestra información y promociones de los productos que ofrecemos?

VALIDOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Revistas	1	10%
Radio	1	10%
Prensa	2	20%
Medios Impresos	2	20%
Correo Electrónico	4	40%
TOTAL	10	100%

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Gráfico No. 14



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

ANÁLISIS: El 40% dice preferir el correo electrónico, el 20% prensa, el 20% medios impresos, el 10% revistas y el 10% radio, esto es favorable ya que por correo electrónico y medios impresos nos es fácil llegar al cliente.

3.6 Identificación del Producto

El producto es el resultado de un proceso innovador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles los cuales son percibidos por sus compradores, capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

El producto que la empresa FUI va a vender son bolsos y/o carteras basados en la reutilización de materiales como lo son la lona y el caucho de llantas. Así mismo, los diferentes diseños, tamaños y colores de las lonas, hacen de la elaboración de este producto una actividad en la que no hay lugar para el aburrimiento.

De acuerdo a la Clasificación Internacional Uniforme CIIU3, la fabricación de productos textiles y prendas de vestir forma parte de la industria manufacturera. Según las previsiones del Banco Central del Ecuador (BCE), en el 2009 este

sector aportó con cerca de dos puntos porcentuales al Producto Interno Bruto (PIB), contribución que se ha mantenido similar desde la década anterior.

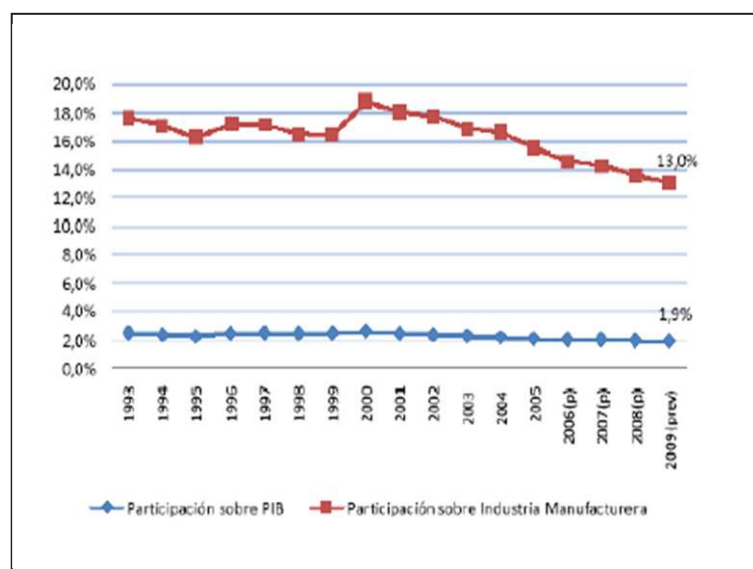
Tabla No. 13. CODIGO INTERNACIONAL INDUSTRIAL UNIFICADA (CIU)

SECCIÓN	SUB CLASE	DESCRIPCIÓN ACTIVIDAD ECONÓMICA	MACRO SECTOR	SECTOR CORPORATIVO	SUBSECTOR CORPORATIVO
D	1730000	Acabado de productos textiles no producidos en la misma unidad de producción.	Industria	Textil	Acabados, Accesorios de vestir
D	174100	Confección de artículos con materiales textiles no producidos en la misma unidad, excepto prendas de vestir	Industria	Textil	Ropa Hogar

Fuente: CIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme)

Elaborado por: Margarita Landeta

Gráfico No. 15. Valor Agregado Bruto de la industria de fabricación de productos textiles, prendas de vestir fabricación de cuero y artículos de cuero a precios, desde 1993 al 2009.



Fuente: Banco Central del Ecuador, Cuentas Nacionales Anuales

En relación al valor agregado de la industria manufacturera, el aporte del sector en el 2009 fue del 13%, excluyendo la refinación de petróleo es el segundo más importante después de la industria de fabricación de alimentos y bebidas. Sin embargo esta participación muestra una tendencia descendente en los últimos diez años.

Tabla No. 14. Matriz Segmentación de Mercado para la comercialización de bolsos y/o carteras de la empresa FUI al mercado colombiano

Ítem	Características
Segmentación geográfica	País: Colombia (Medellín)
Densidad	Urbana
Segmentación demográfica	Sexo: Femenino Edad: 15-45 años
Segmentación socio económicas	Ocupación: Estudiantes secundarios , universitarios, profesionales, familias Ingresos: Mayos al salario básico unificado
Segmentación psicográfica	Estrato Social: Media y Media alta
Segmentación Conductual	Beneficios Esperados: Innovación al momento de vestir Ocación de compra: mensual y fechas especiales.

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

3.7 Precio

3.7.1 Tipos de Precio

Los precios se tipifican como siguen:

3.7.1.1 Internacional

Es el que se usa para artículos de importación – exportación. Normalmente está cotizado en dólares estadounidenses y FOB (Libre a bordo) en el país de origen.

3.7.1.2 Regional Externo

Es el precio vigente sólo a una parte del continente.

3.7.1.3 Regional Interno

Es el precio vigente en sólo una parte del país.

3.7.1.4 Local

Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. Fuera de esa localidad el precio cambia.

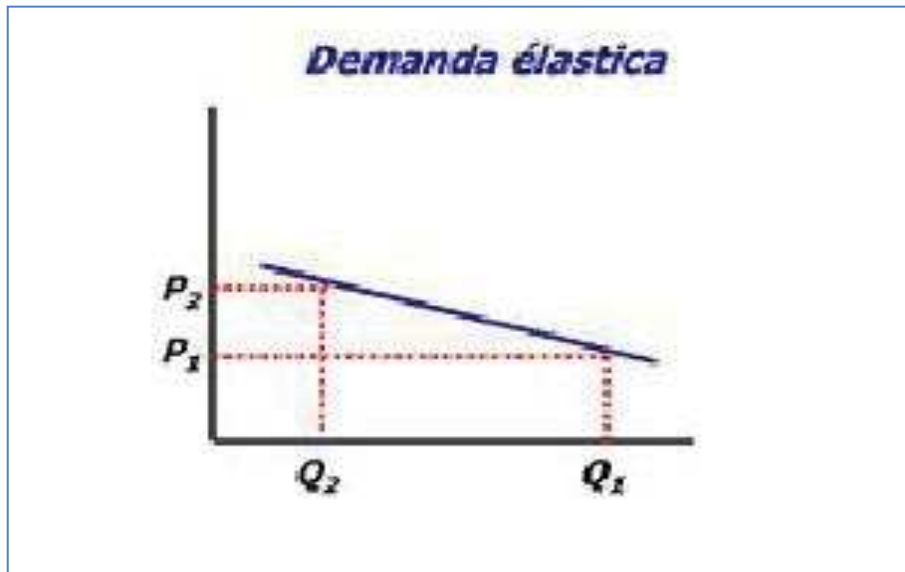
3.7.1.5 Nacional

El precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados.

3.7.1.6 Elástica

Los cambios en los precios producen cambios más que proporcionales en las cantidades demandadas, es decir, al cambiar un precio levemente, el cambio en la cantidad demandada es mayor que ese cambio (ver gráfica). Su coeficiente es $E > 1$.

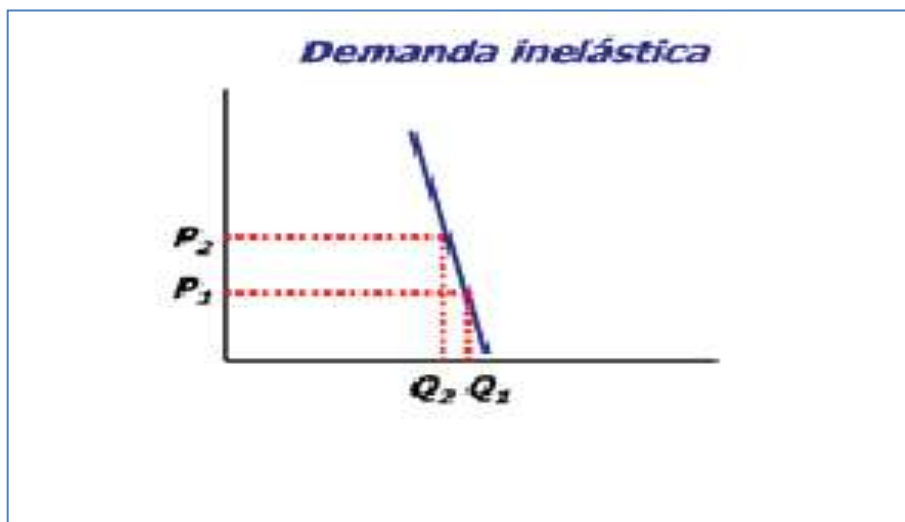
Gráfico No. 16



3.7.1.7 Inelástica

Los cambios en los precios producen cambios menos que proporcionales en las cantidades demandadas, es decir, al cambiar un precio levemente, el cambio en la cantidad demandada es menor que ese cambio (ver gráfica). Su coeficiente es $E < 1$.

Gráfico No. 17



La demanda de un bien es elástica si la cantidad demandada responde significativamente a una variación del precio, e inelástica si la cantidad demandada responde muy levemente a una variación del precio.

Nuestro producto se encuentra en la clasificación inelástica debido a que si aumenta un porcentaje en el mismo no existiera un cambio significativo, además los consumidores tienen la capacidad de conocer que un producto es de buena calidad ya sea por su materia prima y acabado.

3.7.2 Volumen

Es la cantidad de unidades operadas durante un cierto período.

El volumen de venta que se manejara será con una variación en el precio dependiendo de la cantidad y frecuencia de compra por el momento se estima que la empresa tendrá una capacidad de confección de 300 bolsos mensuales, estos continuaran destinados a la venta nacional ya que se contará un/a operario/a para la producción exclusiva de 160 bolsos/carteras que serán destinados para la exportación, son tres tamaños como se detalla a continuación:

- Bolsos grandes (750 g) 50 unidades.
- Bolsos medianos (500 g) 50 unidades.
- Bolsos pequeños (250 g) 60 unidades.

3.7.3 Forma de Pago

Es aquel aceptado comúnmente para comprar o arrendar un bien, para cancelar una deuda y para cualquier pago en general.

La empresa manejará políticas de pago en este caso se lo realizará mediante transferencias bancarias a una cuenta destinada exclusivamente para pagos de Exportación.

CAPITULO IV

4 Implementación de un Departamento de Comercio Exterior para la exportación de bolsos/carteras de FUI Reciclados hacia Medellín-Colombia

4.1 Estudio Técnico

“En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo”.

El estudio técnico busca responder a las interrogantes básicas: ¿Cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?

Si el estudio de mercado indica que hay demanda suficiente; características del producto o servicio, tamaño de la demanda y cuantificación del volumen de venta y precio de venta, hay necesidad de definir el producto en el estudio técnico. El estudio técnico determina la necesidad de capital y de mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.

Después de realizar el estudio técnico, se estudian los pasos a seguir para la implementación del departamento de Comercio Exterior.

Este departamento estará conformado por:

- Jefe de Departamento de Comercio Exterior.
- Un operario/a (encargado/a de la producción).

Cabe recalcar que después de analizar cómo sería la producción que va a ser exportada se llega a la conclusión de contratar a estas dos personas ya que la producción nacional está cubierta y ningunos de los empleados puede asumir una producción extranjera, por esta razón el Jefe de Departamento trabajará directamente con el/la operario/a que será el/la encargado/a de la producción de los 160 bolsos/carteras destinados a la exportación.

Además para la implementación de dicho departamento es necesario:

- Oficina / Adecuaciones.
- Maquinaria y Equipo.
- Equipo de Computación.
- Equipo de Oficina.
- Muebles y Enseres.

Por otra parte se incurrirán en gastos tales como:

- Gastos de adecuaciones.
- Gastos elaboración de proyecto.

Los valores tanto de los activos fijos como de los gastos se detallaran en el capítulo V (Financiero).

4.2 Tamaño del Proyecto

“El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando”.

En conclusión el tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción ya sea de bienes o servicios, durante un período determinado. Esta capacidad se expresa por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados por ciclo de operación, y finalmente se puede plantear por indicadores indirectos, como es el monto de inversión, monto de ocupación efectiva de mano de obra o la generación de ventas o de valor agregado al mismo.

4.3 Capacidad de Producción

“La capacidad de producción indica qué dimensión debe adoptar la estructura económica, pues si la capacidad es mucho mayor que la producción real estaremos desperdiciando recursos. Lo ideal es que la estructura permita tener una capacidad productiva flexible (minimizando costos fijos e incrementando los variables), que nos permita adaptarnos a variaciones de los niveles de producción.

El tamaño del proyecto también se puede medir por el monto de la inversión aplicada, el número de empleos generados, el área física ocupada, participación en el mercado, niveles de ventas alcanzados o generación de valor agregado para la región”.

El cuadro que a continuación se detalla nos indica la capacidad de la maquinaria para producir los bolsos de mujer basados en el reciclaje de lona y caucho, utilizando en cada bolso un tiempo estimado de 45 minutos a 1 horas

por cada uno. Para determinar la capacidad de producción de este tipo de bolso se detalla en la siguiente tabla.

Tabla No. 1

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA Y SEMANAL

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN SEMANAL			
Numero de Operarias	Total de Producción diaria	número de días laborables	Total de producción semanal
1	8 bolsos	5 días	40 bolsos

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Tabla No. 2

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL			
Numero de Operarias	Total de Producción semanal	No. De semanas	Total de producción mensual
1	8 bolsos	4 semanas	160 bolsos

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Tabla No. 3

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL			
Numero de Operarias	Total de Producción Mensual	No. De meses	Total de producción mensual
1	160 bolsos	12 meses	1920 bolsos
TOTAL CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN			1920

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Investigación de Mercado

Como es lo mismo simplificando el cálculo si la operaria trabaja 8 horas diarias, donde emplea un tiempo de 45 a 1 hora para confeccionar un bolso, lo que significa que diariamente produce 8 bolsos diarios, este valor es multiplicado por 240 días laborales del año, esto da un resultado de 1.920 bolsos anuales.

4.4 Exportación

“Venta de bienes y servicios de un país al extranjero; es de uso común denominar así a todos los ingresos que recibe un país por concepto de venta de bienes y servicios, sean estos tangibles o intangibles. Los servicios tangibles corresponden generalmente a los servicios no factoriales tales como, servicios por transformación, transportes diversos, fletes y seguros; y los intangibles corresponden a los servicios, como servicios financieros que comprenden utilidades, intereses, comisiones y algunos servicios no financieros. Salida de mercancías y de otros bienes, por la frontera aduanera de un país, incluidas las compras directas en el interior del país, efectuadas por las organizaciones extraterritoriales y las personas no residentes. Comprende el valor FOB (libre abordó) de las exportaciones de bienes y los servicios por fletes, seguros y servicios de transformación que se venden al exterior”.

“En economía, una **exportación** es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden dar lugar, además, a toda una serie de fenómenos fiscales”.

4.4.1 Registro como Exportador

Para obtener el registro como Exportador ante la Aduana, se deberá gestionar previamente el RUC en el Servicio de Rentas Internas, una vez realizado este paso se deberá:

1. Registrar los datos ingresando en la página www.aduana.gob.ec, link: **OCE's** (Operadores de Comercio Exterior), menú: **Registro de Datos** y enviarlo electrónicamente.
2. Llenar la Solicitud de **Concesión/Reinicio de Claves** que se encuentra en la misma página web y presentarla en cualquiera de las ventanillas de Atención al Usuario del SENA, firmada por el Exportador o Representante legal de la Cia. Exportadora. Recibida la solicitud se convalidan con los datos enviados en el formulario electrónico, de no existir novedades se acepta el Registro inmediatamente.

Una vez obtenido el registro se podrá realizar la transacción electrónica de la Declaración de Exportación.

4.4.2 Declaración de Exportación

Es un formulario Declaración Aduanera Única de Exportación en el que todas las exportaciones deben ser presentadas, siguiendo las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones para ser presentada en el distrito aduanero donde se formaliza la exportación junto con los documentos que acompañan a la misma.

4.4.3 Documentos de acompañamiento a la Declaración de exportación

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (Cuando proceda).
- Certificado de Origen (Cuando proceda).
- Documento de Transporte.
- Orden de Embarque impresa.

4.4.4 Fases de una Exportación

4.4.4.1 FASE DE PRE-EMBARQUE:

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos de exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional.

Una vez aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

Existe la posibilidad que ante una restricción o control solicitado por otras instituciones reguladoras o por control aduanero, ciertas mercancías requieran cumplir una formalidad aduanera antes de ser embarcadas.

4.4.4.2 FASE POST-EMBARQUE:

Se presenta la DAU definitiva) Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, en un plazo no mayor a 30 días hábiles posteriores al embarque de las mercancías.

Para las exportaciones por vía aérea de productos perecibles en estado fresco podrá presentarse una sola Declaración Aduanera, para varios embarques hacia un mismo destino, realizados dentro de un mismo mes. Esta declaración y sus documentos de acompañamiento y de soporte deberán presentarse hasta 15 días posteriores a la finalización del mes.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transporte. El SICE validará la información de la DAU contra el Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el número de refrendo de la DAU. Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana deberán presentarla ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía junto con los documentos que acompañan a la misma.

Se deberá considerar que la norma contempla que hasta que esté listo el nuevo sistema informático, la DAU de exportación y sus documentos de acompañamiento y soporte deben ser entregados físicamente dentro del término de 15 días posteriores a la aceptación electrónica a la administración aduanera.

Así mismo se aclara que los tiempos de transmisión y entrega de documentos físicos se adjuntarían cuando se encuentre incompleto el nuevo sistema informático.

4.5 Vías de Transporte para la Exportación

Todos los medios de transporte presentan ventajas e inconvenientes. El medio seleccionado dependerá en gran medida, de los productos comercializados, de las necesidades y preferencias del exportador y desde luego de las exigencias de sus clientes o de los propios productos.

Los factores a tomar en cuenta para la selección apropiada de transporte, se resumen en:

- a. Precio
- b. Plaza de entrega
- c. Y exigencias especiales del producto.

Los principales medios de transporte son:

4.5.1 Transporte aéreo

Es un medio muy rápido y seguro que, por lo general, necesita poco embalaje y con poco capital asociado a la mercancía; a pesar de todo es el medio de transporte más costoso. No obstante puede ser muy rentable para transportar mercancía de poco volumen y mucho valor. Durante el período de fin de año, normalmente debido a los altos volúmenes que demandan este tipo de transporte, las líneas aéreas manejan tarifas más altas las cuales se clasifican de la siguiente manera:

- Priority one para cargas urgentes la tarifa es la más alta
- Priority two para cargas en tiempo promedio, tarifa intermedia.
- Priority three para cargas que pueden esperar más tiempo, aplica la tarifa más baja.

Este tipo de transporte es el mas adecuado para productos no perecederos, sobre todo si se trata de pocas cantidades.

Cuando se solicita una cotización para un flete vía aérea es importante proporcionar el peso neto (peso del producto más empaque) y medidas de los bultos (si son cajas, por ejemplo; proporcionar alto, ancho y largo en centímetros) y nombre del aeropuerto en destino. También se debe especificar quién hará efectivo el pago del servicio por el flete. No hay ningún inconveniente se paga localmente, si por el contrario será cancelado en destino, se debe extender una carta por parte de la empresa haciéndose responsable que el cliente en destino será quien efectúe el pago.

Para contactar cualquier línea aérea que le pueda proporcionar este servicio puede localizarla en la guía telefónica o bien consultando Servicios de Transporte Aéreo.

4.5.2 Transporte marítimo

Su principal inconveniente es la lentitud. Tal vez no sea el método más práctico cuando se transportan productos perecederos. Es el medio más económico para artículos de gran valor en relación peso/volumen, por ejemplo vehículos, aparatos electrodomésticos, etc.

Transportar una mercancía por este medio puede tomar entre 1 semana a 15 días aproximadamente. La carga que se maneja en contenedores completos se manejan vía marítima. Sin embargo, cuando se van a enviar cajas sueltas (siempre y cuando se trate de productos no perecederos) pueden enviarse también por esta vía. No todas las navieras manejan cajas sueltas pero sí algunas proporcionan este servicio.

Para contactar el servicio de navieras en Guatemala puede localizarlas Servicios de Transporte Marítimo..

4.5.3 Transporte terrestre

Permite el transporte de producto directa, del depósito del vendedor al comprador. Este medio de transporte es el más utilizado desde México hasta Panamá, por lo general es bastante rápido y seguro. Los precios varían mucho dependiendo de la empresa de transporte.

Es importante considerar los tiempos y si es necesario realizar trasiegos (cambio de camión o contenedor), esto desde luego afectará el tiempo y posiblemente costo de cuadrilla para carga y descarga.

Para solicitar cotización de este tipo de servicio, es necesario proporcionar a la empresa de transporte: el peso neto de las mercancías, así como las medidas (alto por ancho por largo en metros o centímetros)

Para productos perecederos es necesario contratar un contenedor refrigerado, indicar claramente la temperatura correcta, así como establecer los horarios para evitar daño al producto. La logística para el manejo de estos productos por esta vía debe ser muy exacta y bien planificada conjuntamente con la empresa de transporte.

Para contactar el servicio de carga en Guatemala puede localizarlas en Transporte Terrestre de Carga

4.5.4 Transporte multimodal

Es la combinación de dos o más de los métodos descritos anteriormente. Con este medio de transporte, es conveniente utilizar contenedores.

Para la selección de servicio consultar el Auxiliares de la Función Pública

- Agentes Aduaneros
- Bancos
- Empresas Transportistas
- Empresa de Mensajería Internacional o Courier

4.6 Incoterms 2000

Los incoterms (International commercial terms, términos internacionales de comercio) son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías, productos.

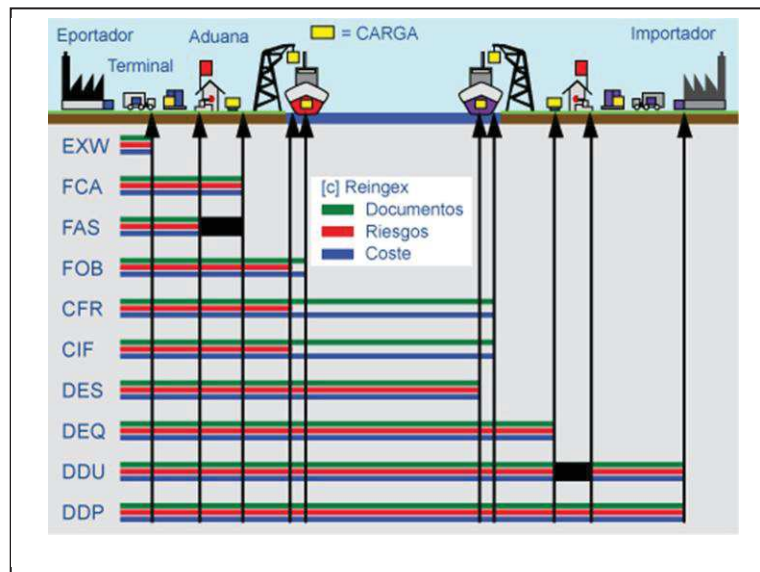
Se usan para aclarar los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y refleja la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

El objetivo fundamental de los incoterms consiste en establecer criterios definidos sobre la distribución de los gastos y trasmisión de los riesgos entre la parte compradora y la parte vendedora en un contrato de compraventa internacional.

Los incoterms se aplican únicamente en las compraventas internacionales de mercancías, no en las de servicios ya que éstos son intangibles en los que no se utiliza la logística.

Los incoterms regulan cuatro aspectos básicos del contrato de compraventa internacional: la entrega de mercancías, la trasmisión de riesgos, la distribución de gastos y los trámites de documentos aduaneros.

Cuadro No. 1. Incoterms



Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Llamazares García- Loma, Olegario. Capítulo 4: Los Incoterms uno a uno.

4.6.1 Incoterm a implementarse en la exportación

4.6.1.1 Grupo C-Entrega indirecta, con pago del transporte principal

CPT

Carriage Paid to → Transporte pagado hasta (Lugar de destino convenido).

El vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen.

El incoterm CPT se puede utilizar con cualquier modo de transporte incluido el transporte multimodal.

4.6.2 Pasos para la venta del producto al cliente internacional

Como se está iniciando con las exportaciones únicamente se tendrá un cliente hasta adquirir experiencia y dinero para contratar más operarios/as y más maquinaria, los pasos a seguir son:

- Primeramente se contacta con el cliente que este caso es la tienda llamada Casa Solórzano, nuestro primer contacto es vía mail en el cual indicaremos la fecha que la mercancía saldrá de Ecuador hacia Colombia que será el lugar donde el cliente recogerá los bolsos/carteras.

Gráfico No. 1



Elaborado por: Margarita Landeta

- Como se indico anteriormente la producción será de 160 bolsos/carteras como se detalla a continuación:
 - Bolsos grandes (peso 750 g) 50 unidades.
 - Bolsos medianos (peso 500 g) 50 unidades.
 - Bolsos pequeños (peso 250 g) 60 unidades.

El/la operario/a se dedicará específicamente a producir los bolsos/carteras destinados para la exportación, cabe recalcar que estos no van solos incluyen un empaque llamativo el cual es una caja de cartón cuadrada, con colores llamativos las cuales las vende UNICEF, ya que estas cajas son hechas por niños con capacidades especiales, estas cajas miden 46 cm de largo, 35 cm de ancho y 10 cm de de profundidad (75 g).

Gráfico No. 2



Elaborado por: Margarita Landeta

Estas cajas cuestan las 160 \$50,00, este valor se debe a que FUI colocará el logo de UNICEF en dichas cajas para que el cliente sepa que como empresa FUI apoya a esta organización.

Además los bolsos/carteras llevarán etiquetas en las cuales aparece el nombre de la empresa que donó las lonas para su elaboración, y se dará a conocer los lugares turísticos que Ecuador posee e incluye la palabra hecho en Ecuador.

Gráfico No. 3

Elaborado por: Margarita Landeta

- Una vez terminados los bolsos/carteras estos serán metidos y las caja y envueltos en papel de embalaje para que estos no sufran daños al momento de ser transportados, estos serán embalados y colocados en una caja que será transportada por vía aérea de Ecuador hacia Colombia.

Gráfico No. 4

Elaborado por: Margarita Landeta

- Ya empacadas esta caja será enviada vía aérea por medio de la agencia de carga Panalpina, ellos enviarán la mercancía por la aerolínea TACA del aeropuerto de Ecuador hacia José Ma. Córdoba Medellín-Colombia donde el cliente recibirá la mercancía.

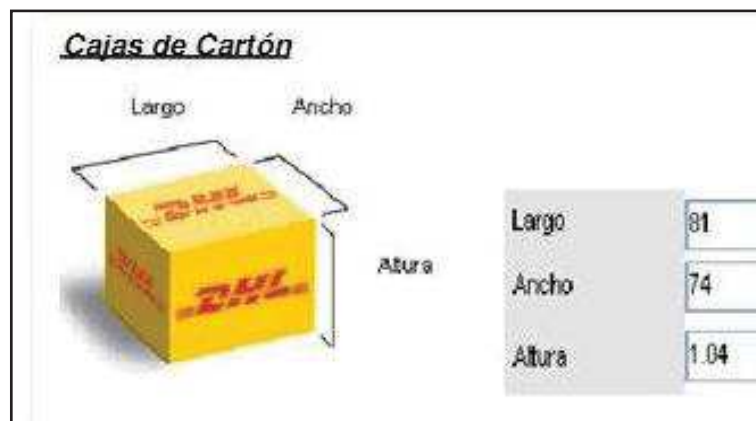
Gráfico No. 5



Elaborado por: Margarita Landeta

- Adicionalmente una vez que las carteras sean colocadas en las caja individuales estas serán guardadas en cajas de cartón de 81 cm de largo, 74 cm de ancho y 1.04 m de altura.

Gráfico No. 6



Elaborado por: Margarita Landeta

4.6.3 Costos del flete

Como se menciona anteriormente la vía de transporte será aérea, a continuación se presenta un cuadro del costo del flete.

Cuadro No. 2

Transporte aéreo	
Flete aéreo mínimo 100 kg.	US\$ 370
Flete aéreo (+ 100 Kg.)	US\$ 2.6
Otros gastos aprox.	US\$ 220

Elaborado por: Margarita Landeta

Tabla No. 4

NÚMERO	ARTÍCULO	LARGO	ANCHO ALTURA	CANTIDAD	PESO
1	Caja de cartón	81 cm	74 cm	104 cm	41,25kg
2	Caja de cartón	81 cm	74 cm	104 cm	28,75kg
3	Caja de cartón	81 cm	74 cm	104 cm	19,5kg
PRECIO FLETE					\$ 370

Elaborado por: Margarita Landeta

4.7 Precios Bolsos/Carteras

FUI ofrece sus productos en el mercado nacional al precio que se detalla a continuación:

- Bolsos/carteras grandes \$ 50,00.
- Bolsos/carteras medianas \$ 35,00.
- Bolsos/carteras pequeñas \$ 20,00.

Los precios de los bolsos/carteras en el mercado internacional serán:

- Bolsos/carteras grandes \$ 65,00.
- Bolsos/carteras medianas \$ 50,00.
- Bolsos/carteras pequeñas \$ 35,00.

4.8 Forma de Pago

FUI al momento de contactarse con el cliente CASA SOLÓRZANO, llegaron al acuerdo que el pago de la mercancía sería en dólares, y el pago sería en dos partes una al momento de realizar el pedido y otra al momento en que reciben la mercancía vía transferencia bancaria, el pago será el 20 % al realizar el pedido, el 30 % a la mitad del tiempo acordado de entrega y el 50% al ser recibida la mercadería por parte del comprador, esta cuenta será en PRODUBANCO a nombre de FUI Reciclados CIA. LTDA, el costo de la transferencia bancaria es de \$10,00 dicho valor será asumido por el cliente.

4.8.1 Costo Seguro

El coste del seguro es el 1% del valor de la mercancía, la compañía de que se usará es Seguros MAFRE pues no brinda seguro sólo para transporte terrestre sino también para transporte aéreo. La duración del seguro es de 30 días después de finalizar la descarga de la mercancía de la aeronave en el lugar final de descarga.

4.9 Subpartida arancelaria

Los bolsos/carteras que la empresa FUI Reciclados Cía. LTDA. Va a exportar se encuentran en la Subpartida arancelaria 42 02 29 00 00 (Los demás bolsos de mano carteras).

Cuadro No. 3 Arancel Nacional Integrado

Sección VIII :	PIELES, CUEROS, PELETERIA Y MANUFACTURAS DE ESTAS MATERIAS; ARTICULOS DE TALABARERIA O GUARNICIONERIA; ARTICULOS DE VIAJE, BOLSOS DE MANO (CARTERAS)Y CONTINENTES SIMILARES; MANUFACTURAS DE TRIPA
Capítulo 42 :	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos de mano (carteras) y continentes similares; manufacturas de tripa
Partida Sist. Armonizado 4202 :	Baúles, maletas (valijas), maletines, incluidos los de aseo y los portadocumentos, portafolios (carteras de mano), cartapacios, fundas y estuches para gafas (anteojos), binoculares, cámaras fotográficas o cinematográficas, instrumentos musicales o ar
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 42022900 :	- - Los demás
Código Producto Comunitario (ARIAN) 4202290000-0000 :	
Código Producto Nacional (TNAN) 4202290000-0000-0000 :	

Fuente: Aduana del Ecuador

Cuadro No. 4. Arancel Nacional Integrado

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	30 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	Unidades (UN)
Observaciones	
Es Producto Perecible	NO

Fuente: Aduana del Ecuador

4.10 Relación Comercial entre Ecuador y Colombia

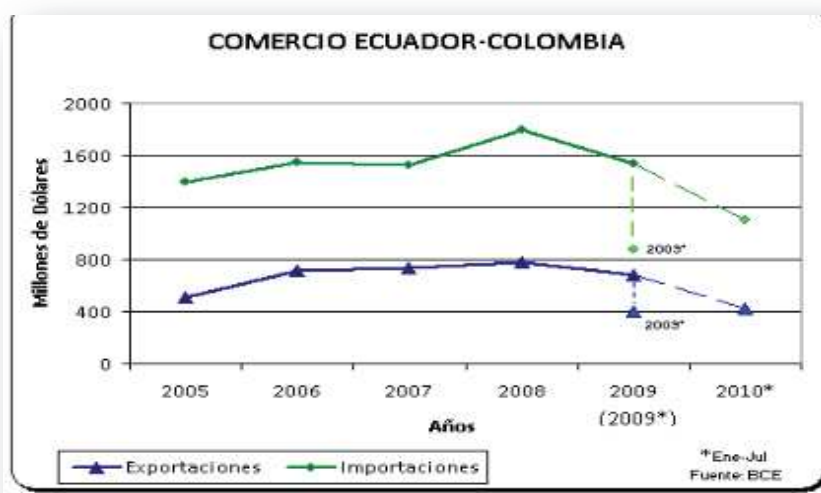
El intercambio comercial entre Ecuador y Colombia se ha desarrollado principalmente en industrias como la automotriz, productos del mar, medicamentos, textiles y recursos energéticos.

La balanza comercial con Colombia ha mantenido históricamente saldos negativos.

En el 2009 el comercio entre ambos países se vio afectado por la aplicación de salvaguardias, reflejándose esto en una disminución del 14% de las importaciones con respecto al 2008. Por otro lado las exportaciones hacia el vecino país también se redujeron en un 13%.

En el 2010 junto con la disminución progresiva de las salvaguardias, las exportaciones repuntaron en 6%, y las importaciones 26%, considerando el período de enero a julio de este año con el mismo período del año anterior.

Cuadro No. 5. Balanza Comercial Ecuador Colombia



Fuente: Banco Central del Ecuador

4.10.1 Importaciones 2012 Colombia

En marzo del 2012, las importaciones colombianas crecieron 5,5% con relación a igual mes de 2011, al pasar de US\$4.644,7 millones CIF a US \$4.899,7 millones CIF.

CAPITULO V

5 Estudio Financiero y Económico

5.1 Estudio Financiero

Se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de vida útil del proyecto. Por lo tanto permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará.

5.2 Presupuesto de Inversión

Vienen a cuantificar las necesidades en bienes de capital, consecuencia de las decisiones tomadas dentro de la planificación estratégica. Con base en el cronograma de actividades de realización del proyecto y los estudios de viabilidad técnica se puede identificar y discriminar la magnitud de cada una de las inversiones necesarias.

La inversión será de dos maneras: \$5.058, 05 invertirá FUI y \$5.000,00 se realizara por medio de un préstamo bancario.

Cuadro No. 1. Préstamo Bancario

Plazo : 12 meses
Monto del crédito a solicitar : \$ 5.000
Tasa de Interes Mensual : 0.93 %
Tasa de Interes Anual Calculada: 11.16 %

Elaborado por: Margarita Landeta

Cuadro No. 2

Monto a pagar mensualmente :	\$ 442
Monto total a pagar :	\$ 5.307
Total intereses a pagar :	\$ 307
Capital total a pagar :	\$ 5.000

Elaborado por: Margarita Landeta

Cuadro No. 3

Meses	Deuda Inicial	Pago de Intereses	Pago a Capital	Cuota Mensual a Pagar
1	\$ 5.000	\$ 47	\$ 396	\$ 442
2	\$ 4.604	\$ 43	\$ 399	\$ 442
3	\$ 4.205	\$ 39	\$ 403	\$ 442
4	\$ 3.802	\$ 35	\$ 407	\$ 442
5	\$ 3.395	\$ 32	\$ 411	\$ 442
6	\$ 2.984	\$ 28	\$ 415	\$ 442
7	\$ 2.569	\$ 24	\$ 418	\$ 442
8	\$ 2.151	\$ 20	\$ 422	\$ 442
9	\$ 1.729	\$ 16	\$ 426	\$ 442
10	\$ 1.303	\$ 12	\$ 430	\$ 442
11	\$ 872	\$ 8	\$ 434	\$ 442
12	\$ 438	\$ 4	\$ 438	\$ 442

Elaborado por: Margarita Landeta

A continuación se detalla la Determinación de la Inversión Inicial del proyecto:

Tabla No. 1

DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Oficina Comercial adecuaciones	\$ 3.500,00
Maquinaria y Equipo	\$ 1.838,00
Equipo de Computación	\$ 812,72
Equipo de Oficina	\$ 300,16
Muebles y Enseres	\$ 1.707,17
Total de Activos fijos	\$ 8.158,05
GASTOS DIFERIDOS	
Gastos de Adecuación	\$ 500,00
Gastos elaboración de proyecto	\$ 1.400,00
Total Activos Diferidos	\$ 1.900,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 10.058,05

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Estudio Financiero

5.2.1 Activos Fijos

Son bienes tangibles de larga duración adquiridos con el objeto de apoyar las operaciones; por ejemplo: terrenos, edificios, autos, computadores, etc.

5.2.1.1 Presupuestos de Activos Fijos

A continuación se detalla los activos fijos que se requiere para que la empresa inicie sus operaciones en el departamento de Comercio Exterior:

Tabla No. 2. Presupuesto de Activos Fijos

PRESUPUESTO ACTIVOS FIJOS			
INMUEBLES			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Oficina Comercial adecuaciones	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
SUB-TOTAL			\$ 3.500,00
MAQUINARIA			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Maquinaria de costura	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Máquina Overlock	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Cortadora de tela	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Planchas	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Tijeras	4	\$ 12,00	\$ 48,00
SUB-TOTAL			\$ 1.838,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador Portátil	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Impresora Multifunción	1	\$ 62,72	\$ 62,72
SUB-TOTAL			\$ 812,72
MUEBLES Y ENSERES			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	1	\$ 195,00	\$ 195,00
Sillas escritorio	1	\$ 79,99	\$ 79,99
Sillas para operaria	3	\$ 29,99	\$ 89,97
Sillas departamento de comercio	4	\$ 40,00	\$ 160,00
Mesa de reuniones	1	\$ 96,00	\$ 96,00
Archivador	1	\$ 96,21	\$ 96,21
Mesa de cortar	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Vitrina	2	\$ 310,00	\$ 620,00
Repisa	1	\$ 190,00	\$ 190,00
SU-TOTAL			\$ 1.707,17
EQUIPOS DE OFICINA			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Telefax	1	\$ 176,96	\$ 176,96
Extintor	1	\$ 123,20	\$ 123,20
SUB-TOTAL			\$ 300,16
TOTAL			\$ 8.158,05

Elaborado por: Margarita Landeta

Fuente: Estudio Financiero

Tabla No. 3. Gastos de Ventas

GASTOS	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
GASTOS GENERALES				
Contacto cliente	1	\$ 55,00	\$ 330,00	\$ 660,00
Gastos/Exportación.	1	\$ 446,00	\$ 2.676,00	\$ 5.352,00
Otros Gastos de Ventas.	1	\$ 70,00	\$ 420,00	\$ 840,00
SUBTOTAL		\$ 571,00	\$ 3.426,00	\$ 6.852,00
2% Imprevistos		\$ 11,42	\$ 17,42	137,04
TOTAL COSTO VENTAS		\$ 582,42	\$ 3.433,42	\$ 6.989,04

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Margarita Landeta

En esta tabla se muestra cuanto se gastará por ventas tanto por mes, por semestre y por año.

Tabla No. 4. Gastos Administrativos

GASTOS PERSONALES	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR SEMESTRAL	VALOR ANUAL
Operario/a	1	\$ 300,00	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00
Jefe/Exportaciones	1	\$ 500,00	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00
TOTAL		\$ 800,00	\$ 4.800,00	\$ 9.600,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Margarita Landeta

En esta tabla se puede ver cuánto será el valor destinado a los sueldos de las personas que trabajan en el departamento de exportaciones.

Tabla No.5. Producto

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL POR MES	COSTO ANUAL
Bolsos/carteras	\$ 150,00	\$ 1.800,00
2% imprevistos	\$ 3,00	\$ 36,00
TOTAL	\$ 153,00	\$ 1.836,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Margarita Landeta

En este cuadro podemos ver cuánto se gastará en la elaboración de los bolsos/carteras, hay que tomar en cuenta que la lona y el caucho reciclado FUI lo recibe por medio de donaciones, por esta razón no se gastará mayor cosa en la materia prima.

Tabla No. 6. Gato Total

CONCEPTO	COSTO mensual	COSTO ANUAL
Gastos Administrativos	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Gastos de ventas	\$ 582,42	\$ 6.989,04
Producto	\$ 153,00	\$ 1.836,00
Teléfono	\$ 25,00	\$ 300,00
Internet	\$ 150,00	\$ 1.800,00
SUBTOTAL	\$ 1.710,42	\$ 20.525,04
2% Imprevistos	\$ 34,21	\$ 410,50
TOTAL	\$ 1.744,63	\$ 20.935,54

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Margarita Landeta

En esta tabla se muestra el valor total del gasto.

Tabla No. 7. Costo Bolso/Cartera

CONCEPTO	Costo unitario	Cantidad a exportar	Costo mensual	Costo anual
Bolso grande	\$ 60,00	50	\$ 3.000,00	\$ 36.000,00
Bolso mediano	\$ 50,00	50	\$ 2.500,00	\$ 30.000,00
Bolso pequeño	\$ 35,00	60	\$ 2.100,00	\$ 25.200,00
TOTAL	\$ 145,00	160	\$ 7.600,00	\$ 91.200,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Margarita Landeta

A continuación se detalla brevemente en un cuadro los gastos y los ingresos mensual, semestral y anual, en este se podrán ver todos los gastos en los que se debe incurrir y cuál será el valor que quedará del ingreso por la venta de los bolsos/carteras al disminuir dichos gastos.

Tabla No. 8. Gastos/Ingresos

GASTOS	MENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL
Total costo ventas	\$ 582,42	\$ 3.433,42	\$ 6.989,04
Gastos administrativos	\$ 800,00	\$ 4.800,00	\$ 9.600,00
Gasto producto	\$ 153,00	\$ 918,00	\$ 1.836,00
Otros	\$ 209,21	\$ 1.255,26	\$ 2.510,52
Cajas	\$ 70,00	\$ 420,00	\$ 840,00
Préstamo	\$ 442,00	\$ 2.652,00	\$ 5.304,00
TOTAL	\$ 2.256,63	\$ 13.478,68	\$ 27.079,56
INGRESOS	MENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL
Valor ventas	\$ 7.600,00	\$ 45.600,00	\$ 91.200,00
INGRESO TOTAL	\$ 5.343,37	\$ 32.121,32	\$ 64.120,44

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Margarita Landeta

CAPITULO VI

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- Se escogió a FUI Reciclados CIA. LTDA. Ya que es una empresa nueva e innovadora dentro del mercado Ecuatoriano, además ofrecen un producto nuevo para el mercado Colombiano que a dónde se pretende llegar, dicha empresa no exporta sus productos ya que no poseen un departamento ni personal capacitado para hacerlo, es por eso que nace esta idea y se realizan los estudios necesarios para ponerla en marcha.
- FUI Reciclados CIA. LTDA. Es una empresa creada en el año 2008, un grupo de personas unieron sus proyectos de vida (el reciclaje y la ayuda social respectivamente) para dar inicio a un gran proyecto como lo es la elaboración de productos como bolsos/carteras a base de material reciclado como la lona y el caucho, además de reciclaje la responsabilidad social y con el medio ambiente es su principal objetivo.
- El estudio de mercado demuestra con amplia exactitud las percepciones, y hábitos que tienen las tiendas encuestadas, al momento de adquirir un bolso/cartera para la venta en sus tiendas, lo cual hace pronosticar que la empresa tiene perspectivas de éxito.
- El estudio Técnico realizado muestra la gran posibilidad de llegar al mercado colombiano, cabe recalcar que FUI nunca antes lo ha hecho por lo que será una nueva experiencia la cual se espera esté llena de éxito y que esta empresa pueda seguir expandiéndose por el mundo.
- En la evaluación del proyecto, se pudo comprobar que este es rentable si se sigue los parámetros expuestos, por lo tanto este refleja una rentabilidad satisfactoria, indicando la puesta en marcha del proyecto.

6.2 Recomendaciones

- Es importante conforme se vaya adquiriendo experiencia dentro del mercado internacional implementar un plan de marketing para dar a conocer no solo al Ecuador sino al mundo este producto y lo importante que es que el cliente lo adquiera ya que no sólo se llevan algo lindo sino que detrás de ese bolso/cartera hay muchas sonrisas de niños que reciben ayuda y el cuidado al medio ambiente donde se vive.
- La empresa FUI Reciclados CIA. LTDA. Al implementar este proyecto debe tener en cuenta que al inicio costará trabajo y tiempo pero conforme el tiempo transcurra irán aprendiendo y aún mas si se contrata a alguien especializado para llevarlo a cabo.
- Se ha demostrado en la investigación de mercado que el proyecto es viable y ejecutable se recomienda implementarlo a la brevedad posible para atender a la necesidad de los clientes en Medellín-Colombia , por el momento con una sola tienda hasta obtener el capital para expandirse y proveer a más tiendas.
- Brindar un producto de calidad y exclusivo orientado siempre a satisfacer las necesidades de los clientes.
- Realizar un estudio financiero y económico mucho más a fondo que refleje la rentabilidad de este proyecto, este debe hacerlo una persona especializada en las finanzas para que sea real y garantizado.

REFERENCIAS

Libros

- Eco Ediciones, 2006.
- EVALUACIÓN DE PROYECTOS/GABRIEL Baca Urbina
- Evaluación de Proyectos/GABRIEL BACA URBINA
- EVALUACIÓN DE PROYECTOS/Gabriel Baca Urbina
- FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN/Juan Gallardo Cervantes
- FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS/Marcial Córdoba Padilla
- FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS/Marcial Córdoba Padilla
- Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y amenazas.
- GESTIÓN DE PROYECTOS/ Juan José Miranda MM Edición 5ta. Edición 2005.
- INTRODUCCIÓN A LA CONTADURÍA/ Óscar R. Sánchez L., Ma. Elena Sotelo S., Martha J. Mota P. /Pearson Prentice Hall 2008.
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UN ENFOQUE APLICADO, Cuarta Edición, de Malhotra Naresh.
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, CONCEPTO Y PRÁCTICA, Arturo Orozco J.
- Llamazares García-Lomas, Olegario Cap. 4: Los Incoterms uno a uno//Guía Práctica de los Incoterms 2010 (1era edición).
- McGrawHill 4ta. Edición 2003
- MORALES CASTRO, Proyectos de Inversión en la Práctica 3ra. Edición
- Párrafo 39 del Boletín NIF C-6
- PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA/ Lawrence J. Gitman /10ma. Edición Pearson Educación, México 2003.
- TÉCNICA PRESUPUESTAL Pág. 7/ Del Río González, Cristóbal.

Internet

- Cf. Banco Central del Ecuador (2011), Metodología de la Información Estadística Mensual, Quito, Ecuador, p. 89.
- DANA E, DIAN. Cálculos; DANE-COMEX
- <http://antiguo.itson.mx/Publicaciones/contaduria/Julio2008/estudiotecnico.pdf>
- http://es.mimi.hu/economia/medio_de_pago.html
- <http://merk2dosmeta.blogspot.com>
- http://sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/procesoadmvo/tema2_8.htm
- <http://ssf-manu.blogspot.com>
- [ADUANA DEL ECUADOR](http://www.aduana.gov.ec)
- <http://www.biodegradable.com.mx>
- <http://www.businesscol.com>
- <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp>
- <http://www.definicion.erg>
- <http://www.elprisma.com>
- <http://www.fuireciclado.com>
- <http://www.fuireciclado.com>
- <http://www.infomipyme.com>
- <http://www.myownusiness.org>
- <http://www.productosdecolombia.com>
- <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- <http://www.uprrp.edu>
- <http://www.ur.mx/cursos/post/obarraga/base/pre.htm>
- www.aulafacil.com/Microeconomia/Lecciones/Lecc-7.htm
- www.indexmundi.com¹ <http://www.funlan.edu.com>
- www.yofui.org

Contacto FUI Reciclados CIA. LTDA.

- José Fabara (Relaciones Públicas y Ventas FUI)

Anexos

ANEXO 1

Buenos días/tardes soy egresado de la UDLA de la carrera de Tecnología en Importaciones y Exportaciones, estoy realizando una encuesta y considero que su opinión es de gran importancia para el éxito de la investigación a realizarse:

ENCUESTA DE GUSTOS Y PREFERENCIAS PARA LA COMPRA DE UN BOLSO BASADO EN LA TÉCNICA DE RECICLADO DE LONA Y CAUCHO FABRICADO POR LA EMPRESA FUI

OBJETIVO: Conocer el grado de aceptación del nuevo e innovador producto que estará ofertando la empresa FUI en Colombia-Medellín.

INSTRUCCIONES:

- a) Responda con sinceridad a las siguientes preguntas que se plantean a continuación.
- b) Los resultados de esta encuesta serán analizados con absoluta reserva.
- c) Señale con una X en el lugar que escoja.

Fecha:

INFORMACIÓN PERSONAL

Nombres de su Tienda

¿Le gustaría adquirir los nuevos e innovadores bolsos y/o carteras que FUI (Empresa Ecuatoriana) ofrece al mercado Colombiano?

Si

No

1.- ¿Usted vende Bolsos (Cartera) en su tienda?

Si

No

2.- ¿Cuál es el material de su preferencia al momento de adquirir un bolso para ponerlo en venta en su tienda?

Cuero

Cabuya

Tela estampada

Material reciclado como lo es lona y caucho

3.- ¿Usualmente dónde adquiere sus bolsos para la venta? Indique el lugar

Mercado Artesanal

Vendedores Directos

Cadenas de Ropa y Accesorios

Importaciones

4.- ¿Aproximadamente cuánto gasta en adquirir bolsos o carteras (150 bolsos y/o carteras)?

Menos de 5.000 dólares

De 5.000 a 6.000 dólares

Más de 6.000 dólares

5.- ¿La calidad del bolso que usted ha adquirido como le calificaría?

Excelente

Bueno

Regular

6.- El servicio que ha recibido en el lugar donde ha comprado su bolso ha sido:

Excelente

Bueno

7.- ¿Con qué frecuencia compra bolsos (carteras) para mujer?

Una vez al mes

Dos veces al mes

3 a 4 veces al año

4 a 5 veces al año

8.- ¿Le gustaría vender en su tienda bolsos y/o carteras hechas de material reciclado como lona y caucho que además de ser nuevos en el mercado, ser de varios modelos y de gran utilidad los podrá adquirir a precios muy económicos?

Si

No

9.- ¿Cuánto pagaría Usted por este tipo de bolso (cartera)?De \$15 a \$20 De \$21 a \$ 30 De \$31 a \$40 De \$41 a \$50 **10.- A través de qué medio publicitario preferiría recibir información y promoción de los productos que ofreceremos.**Revistas Radio Prensa Medios Impresos Correo Electrónico ***Gracias por su colaboración!!!***