



ECUADOR – SEPTIEMBRE 2016 - ISSN: 1696-8352

EXPORTACIÓN DE SANDALIAS DE LA EMPRESA ECUA-ANDINO AL MERCADO DE BAHAMAS-NASAU

Luis Iván Costales Figueroa

Luisivanc09@gmail.com

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Egresado de la Carrera de Comercio Exterior

MSC. Diana Vanessa Cucalón Gaibor

Máster en Ciencias de la Educación

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Carrera de Comercio Exterior

dcucalong@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Luis Iván Costales Figueroa y Diana Vanessa Cucalón Gaibor (2016): “Exportación de sandalias de la empresa Ecu-Andino al mercado de Bahamas-Nasau”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (septiembre 2016). En línea:
<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/sandalias.html>

Resumen

El objetivo principal del tema que se investiga es Determinar la viabilidad de exportación de zapatillas de Ecu - Andino al mercado de Bahamas-Nassau para la creación de un negocio en el sector productor de calzado.

Para poder desarrollar este objetivo es necesario realizar el presente estudio titulado: “EXPORTACIÓN DE SANDALIAS DE LA EMPRESA ECUA-ANDINO AL MERCADO DE BAHAMAS-NASAU”. La investigación está dirigida en demostrar la factibilidad de la exportación de las sandalias de la empresa Ecu Andino además, de demostrar la diversificación de producto y de mercado.

Para el presente estudio, se ha utilizado una metodología exploratoria y descriptiva, también se han utilizado encuestas para determinar la aceptación del producto y si las personas estarían dispuestas a adquirirlo. Para la encuesta se tomo una muestra de 384 personas en edades de 18 a 55 años.

En la parte financiera, el producto es rentable y se demuestra ya que se obtiene una TIR del 49% y una VAN de 352. El punto de equilibrio se lo obtiene entre el año 1 y 2 una vez iniciada las ventas.

Como conclusiones y recomendaciones se demuestra la viabilidad de la exportación y se recomienda a la empresa Ecu Andino iniciar la venta de sus sandalias al mercado de Bahamas Nassau.

Palabras Claves

Exportación, Sandalias, Bahamas, Nasáu, Mercado Internacional,

ABSTRACT:

The main objective of the subject under investigation is to determine the feasibility of exporting Ecu-Andino sandals market Bahamas-Nassau for creating a business in the footwear producer sector.

To develop this goal is necessary to conduct this study entitled "SANDALS EXPORT COMPANY ECUA-ANDINO MARKET BAHAMAS-Nassau"(EXPORTACIÓN DE SANDALIAS DE LA EMPRESA ECUA-ANDINO AL MERCADO DE BAHAMAS-NASAU). The research is aimed at demonstrating the feasibility of exporting sandals Ecu Andino company also demonstrate product diversification and market.

For the present study, we used an exploratory and descriptive methodology, have also been used surveys to determine product acceptance and whether people would be willing to buy it. For the survey a sample of 384 people aged 18-55 years took. On the financial side, the product is profitable and is shown as an IRR (TIR) of 49% and a NPV (VAN) of 352. The breakeven point is only available between year 1 and 2 once started sales is obtained.

Conclusions and recommendations of export feasibility is demonstrated and the company Ecu Andino is recommended to start selling their sandals Bahamas Nassau market.

Key Words

Export, Sandals, Bahamas, Nassau International Market.

INTRODUCCIÓN

Durante más de un cuarto de siglo, Ecu-Andino ha sido la primera marca ecuatoriana de Sombreros de Paja Toquilla, que combina la experiencia de sus artesanos locales y su equipo de diseñadores que muestran una amplia gama de formas y colores.

Cada seis meses una nueva colección se inicia con diseños exclusivos creados por un equipo de diseñadores ecuatorianos que siguen tendencias europeas de la moda. Ecu-Andino inició sus exportaciones desde Ecuador a Europa en 1985, posteriormente se fundó en 1994 la oficina en Alemania. Cada año la empresa participa en más de 25 Ferias y Exhibiciones Internacionales.

En su afán de diversificar la oferta de productos derivados de la paja toquilla se han creado unas sandalias de muy alta calidad que combina con el estilo de los productos realizados por la empresa y se espera que el producto tenga acogida internacional.

Para promocionar este nuevo producto la empresa participa de manera frecuente en ferias internacionales donde se vende la marca Ecuador y Ecu Andino es una de las más prestigiosas en su producto.

Este producto está dirigido a la oferta internacional, pero de manera especial a las personas que hacen turismo en zonas tropicales provenientes principalmente de Norteamérica y Europa. Se escogió como destino las Bahamas debido a que no existen las ofertas de sandalias y además Las Bahamas son un lugar que es visitado anualmente por millones de turistas provenientes de todo el mundo. Las Bahamas es un destino obligado para los cruceros más prestigiosos.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo es de suma importancia ya que tiene varios enfoques. En cuanto a lo social se contribuiría con la creación de nuevas plazas de empleo que ayuda directamente a las familias además que se contribuye al cambio de la matriz productiva debido a que se estaría exportando un producto terminado. También ayuda al Plan Nacional de Buen Vivir ya que mejoraría la calidad de vida de las personas involucradas en este proyecto.

El proyecto es de alta conveniencia porque brinda la oportunidad de ingresar a un nuevo mercado con un nuevo producto y así dar a conocer la marca país por medio de la empresa Ecu Andino. Exponer que es factible el proyecto aparte de ganar un nuevo mercado se está ampliando la oferta productiva lo que conllevaría a dinamizar la economía.

La exportación de nuevos productos ayudará a disminuir el déficit que tenemos en la balanza comercial ya que al no tener moneda propia el Ecuador depende mucho del dinero que ingresa al país. Si el proyecto es factible se confirmaría que Ecuador no es solo un país que produce materias primas y productos agrícolas, sino que puede fabricar y exportar productos terminados con valor agregado.

El comercio exterior ayuda a fortalecer lazos comerciales con diferentes países y a establecer cláusulas en las diferentes negociaciones, para que de esta manera exista una regulación de la entrada y salida de productos en los diferentes países.

ANTECEDENTES DEL PROYECTO

Para los antecedentes históricos se ha tomado como referencia diferentes trabajos de titulación que han servido de guía y ayuda para enfocar y profundizar mucho más el tema de investigación, de estos trabajos se ha tomado como referencia los siguientes:

Según lo indicado por Avendaño & Peña (2014), en su trabajo de titulación “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y PROPUESTA DE PLAN DEEXPORTACIÓN DE CALZADO DE CUERO ELABORADO EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO, PARA EL MERCADO VENEZOLANO” , donde indica que la exportación es el proceso de realizar transacciones comerciales en territorios ajenos de la mercancía fabricada, en este proceso es preciso conocer los procesos de comercialización así como cada uno de los pasos para incursionar en mercados extranjeros, en ello explica que debe elaborar un plan de factibilidad para conocer el mercado de operación, de otra forma la exportación no tendrá el éxito esperado.

Según lo expresado por Arguello & Espinoza (2012), en su estudio desarrollado “PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE CALZADO DE CUERO PARA CABALLEROS DESDE LA CÁMARA ARTESANAL DEL CANTÓN GUANO PROVINCIA DE CHIMBORANZO A SANTIAGO DE CHILE-CHILE”, el presente estudio proporcionó información acerca de la importancia sobre el conocimiento de la exportación a mercados ajenos, dentro de ello, se encuentra el conocimiento del mercado y la demanda de la misma para conocer la factibilidad de incursionar en dicho territorio a través del calzado que puede ser producido en el Ecuador, además de ello es importante estar al tanto de las reglamentaciones acerca de los aspectos legales en lo que concierne a la aduana y procesos de envío.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Determinar la viabilidad de exportación de zapatillas de Ecu - Andino al mercado de Bahamas-Nassau para la creación de un negocio en el sector productor de calzado.

Objetivos Específicos

- Conocer los procesos de exportación de zapatillas al mercado de Bahamas.
- Indagar el nivel de aceptación actual por zapatillas en el mercado de Bahamas.
- Proponer un plan de exportación de zapatillas al mercado de Bahamas.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Exportación en Bahamas

Las Bahamas es la 123^o más gran economía de exportación en el mundo. En 2013, las Bahamas exportó \$ 3.51B e importaron \$768.2 BSD, lo que resulta en un saldo comercial negativo de \$ 3.96B. En 2013 el PIB de las Bahamas fue de \$ 8.42B y su PIB per cápita fue de \$ 23.3k.(United Nations, 2013)

Importaciones en Bahamas

Las importaciones en Bahamas disminuyeron a 628,30 BSD millones en el tercer trimestre de 2015 de 704,30 BSD millones en el segundo trimestre de 2015. Las importaciones en Bahamas promediaron 668.35 BSD millones desde 2002 hasta 2015, alcanzando un máximo histórico de 910,30 tiempo BSD millones en el cuarto trimestre de 2014 y un mínimo récord de 373,30 BSD millones en el tercer trimestre de 2002. La importación en Bahamas es reportada por el Banco Central de las Bahamas.(Trangineconomics, 2015)

Las Bahamas importan principalmente, pinturas, hierro y acero, vehículos y muebles. Importaciones principales socios de las Bahamas es los Estados Unidos, que representan el 87 por ciento de las importaciones. Otros incluyen Venezuela, Antillas Holandesas, Trinidad y Tobago, Japón, Cuba, Suiza y Francia.(Trangineconomics, 2015)

Relación comercial Ecuador – Las Bahamas

Según datos de Pro Ecuador (2014), entre las exportaciones de Ecuador hacia Las Bahamas, se encuentran principalmente las arvejas, seguido de las demás conservas de frutas, las rosas cortadas, las hortalizas de vaina seca, maletines con hojas de plástico o materia textil, las demás flores y capullos frescos, las plantas secas, entre otro tipo de flores. (ProEcuador, 2014).

Nassau

Nassau es la capital y ciudad más grande y el centro comercial de la Mancomunidad. La ciudad tiene una población de 248.948 (el censo de 2010), el 70% de toda la población de las Bahamas (353,658).(Permenter & Bigley, 2014)

La ciudad está situada en la isla de Nueva Providencia, que es aproximadamente el centro financiero y comercial. Nassau es el sitio del Parlamento y varios departamentos judiciales y se consideraba en la antigüedad como un bastión de los piratas.(Permenter & Bigley, 2014)

Principales Países Importadores de Snacks

Los destinos de exportación superiores de las Bahamas son Costa de Marfil (\$ 1.46B), los Estados Unidos (\$ 501M), Polonia (\$ 350M), Mozambique (\$ 194M) y Turquía (\$ 136 millones). Los orígenes principales importaciones son los Estados

Unidos (\$ 3.16B), Corea del Sur (\$ 1.01b), la India (\$ 773m), Colombia (\$ 588M) y Polonia (\$ 301M).

Productos Importados

Las principales exportaciones de las Bahamas son (\$ 1.61B), refinado de petróleo (\$ 538 millones), de pasajeros y buques de carga (\$ 404 millones), polímeros de estireno (\$ 167m) y petróleo crudo (\$ 147 millones), con la revisión de 1992 la clasificación del SA (Sistema Armonizado). Sus principales importaciones son refinadas de petróleo (\$ 2.8B), de pasajeros y buques de carga (\$ 839M), los buques para fines especiales (\$ 520M), petróleo crudo (\$ 499M) y otras embarcaciones marinas (\$ 188m). (Smart Export, 2015)

Una vez determinados los productos que son exportados a dicho país, es importante tener conocimientos cuáles son los requisitos que se necesitan para poder realizar el proceso de exportación hacia dicho país. Según ProEcuador (2012) pone de manifiesto los documentos solicitados para el ingreso de mercancía:

Envío comercial

- Facturas comerciales por el exportador.
- Certificado que apruebe los productos como preferente o referente
- Licencia de importación

Envío de muestras

- Sin valor comercial: Dos facturas pro forma

Envío de regalo

- Tres facturas pro forma que detallen artículo y valor

METODOLOGÍA APLICADA

Tipo de Investigación

Investigación Exploratoria.-

Al tratarse de la exportación de un producto, es preciso por parte de El Autor conocer más a fondo sobre cómo llevar a cabo dicha actividad comercial, identificar las ventajas y desventajas, los posibles beneficios de comercializar un producto internacionalmente, y todo lo que se encuentre relacionado con aquello.

Es por eso, que, en dicha fase de investigación, lo que busca El Autor es alcanzar información proveniente de fuentes secundarias, dado que estos ayudarán a sustentar cada una de las definiciones conceptuales obtenidas para el discernimiento del mismo, siendo así que las principales referencias a tomar en cuenta serán los libros y revistas científicas, así como también periódicos digitales.

Investigación Descriptiva.-

Se consideró la investigación descriptiva, ya que con el uso estadístico de la información hará posible conocer los gustos y preferencias del mercado de las Bahamas-Nasáu, así como también, el nivel de conocimiento que mantiene el grupo objetivo en relación a la paja Toquilla, siendo esta la materia prima que caracterizará el producto a exportar, y lo más importante, medir la aceptación de los mismos sobre estos productos.

Por ende, se emplearán procesos de investigación estadísticos, empleando técnicas de investigación que permitan poder recolectar los datos requeridos, y que posterior a ello, puedan ser analizados e interpretados, para conocer la factibilidad del producto a exportar

Según la clase de medios utilizados para obtener los datos, esta investigación es de campo. Debido a que se aplican encuestas directamente a importadores canadienses, quienes serán los posibles socios comerciales en el exterior, también se adquirieron diferentes snacks que ya se comercializan en el mercado de Canadá para demostrar que el producto es de aceptación en el mercado seleccionado.

Enfoque de la Investigación

Se concluyó que el enfoque más adecuado a utilizar es el enfoque cuantitativo, el mismo que permite examinar datos de una forma más numérica, utilizando herramientas estadísticas para recolectar y analizar la información que dan respuestas a las preguntas de investigación para que se cumpla con lo que se quiere dar a conocer y demostrar.

Técnicas De Investigación

Con el fin de obtener información que responda a las preguntas de investigación del problema planteado, la técnica que se utilizó en el trabajo fue la encuesta, la misma que estuvo dirigida a posibles socios comerciales canadienses, en la que se cuestionó al importador con información exacta que se necesitaba conocer.

Encuesta

En cuanto a la técnica de la encuesta, la misma se la tomó en consideración, ya que, al tratarse de un grupo objetivo considerable, es necesario poder recolectar los datos de forma ordenada y precisa, para el correcto análisis de la información, ya que los resultados que dicha técnica ofrece, se reflejan regularmente a través de porcentajes, siendo notorio el desarrollo de estudios cuantitativos.

Población

Como población se considera a los habitantes de las Bahamas-Nasáu que comprenden edades entre los 18 a 55 años, siendo alrededor de 319.031 individuos, manifestándolo así el Ministerio de Comercio Exterior (2015), por ello, aquella población se la establece como infinita, debido a que el tamaño que alcanza supera las 100.000 personas.

Análisis de Resultados de las Encuesta:

En la investigación fue necesario filtrar a los individuos que les gusta utilizar sandalias, dado que aquellos son los que cumplen con las características del producto, por ello se formuló la presente pregunta filtro, en donde se puede observar que agradarles el utilizar sandalias, por lo que se puede justificar que los el 87% de los encuestados manifestó sí le gustan las sandalias:

- la variedad es el principal factor que influye en los habitantes de las Bahamas para comprar una sandalia, ya que exigen opciones del cual, tengan opción alguna de elegir el producto en base a sus gustos.
- la mayor parte de los encuestados compran sandalias con mucha frecuencia, ya que requieren tener una comodidad en sus pisadas, siendo aquel producto, el ideal para satisfacer su necesidad.
- Es mínima los escasos de conocimientos por parte de los objetos de estudio sobre aquella materia prima, siendo esta la que caracterizará a las sandalias que se pretenden exportar.
- el sombrero de paja toquilla es el producto con aquella materia prima del cual conocen los encuestados, siendo vidente que las sandalias a exportar serían innovadoras para aquel mercado, ya que, al no tener noción de ello, sentirían la necesidad de adquirir un producto que posiblemente cumpla con sus expectativas.
- El grupo objetivo sí considera los productos importados a la hora de realizar una compra, resultados que se presentan a favor del producto a exportar.
- El mercado de las Bahamas al no contar con aquellos productos se inclinaría a experimentar por algo nuevo.
- Se cuenta con una aceptación alta por parte del grupo objetivo, siendo resultados favorables para el desarrollo de la propuesta.
- La mayoría de los habitantes de las Bahamas prefieren tener una sandalia cómoda en forma y facilidad de adaptación al pie.
- A los encuestados les gustaría obtener información de las sandalias de paja toquilla a través de las redes sociales, dado que frecuentan mucho aquellos medios para así estar al margen de noticias o información que requieran conocer

PROPUESTA DEL PROYECTO

PLAN DE EXPORTACIÓN

Proceso Comercial

El Producto

En cuanto a la problemática que se asemeja en este proyecto, se puede indicar que la empresa ecuatoriana Ecu-Andino, pretende comercializar una nueva línea de productos, sandalias hechas con paja Toquilla al mercado de Bahamas-Nasáu. Realizado el análisis exhaustivo en la isla, se pudo constatar la inexistencia de un negocio con la misma naturaleza, teniendo como objetivo principal suplir la necesidad que se encuentra en el sector. La demanda por este tipo de productos proyecta a incremento de mercado, el plan de exportación permitirá crear vías comerciales para la exportación de este tipo de sandalias, sacando provecho de la materia prima originaria del país. Así mismo, usando la información obtenida en la investigación, se puede definir un perfil del consumidor, tendencias y como llevar al mismo al conocimiento del producto, mediante estrategias de comunicación. Al ser las Bahamas una zona tropical, lugar turístico que reúne a millones de visitantes del todo el mundo, se considera favorable fomentar el consumo de este producto de forma masiva, creando nuevas oportunidades de relación comercial con otros países y aportando al cambio de la matriz productiva que fomenta el gobierno nacional del Ecuador.

Marca Del Producto

La marca de las sandalias cuenta con un nombre significativo como lo es Ecu-Andino que permitirá que el cliente final lo pueda identificar en cualquier punto de venta en el mercado Bahamas-Nasáu, además de ser una marca única.

Marketing Mix

Para dar privilegios a las sandalias en otro sector como es las Bahamas se deberá tomar en cuenta esta herramienta que es marketing, dado que la función que posee es dar a conocer el producto, las características, beneficios, tipos, estilo, entre otros., con la finalidad de hacer que el público objetivo tenga ese interés en adquirir la sandalia. Para esto se deberá detallar a continuación los elementos que está compuesto el marketing mix.

Producto

El producto que se enfoca específicamente la empresa Ecu-Andino son las sandalias, son éstas los que se va a exportar en la Bahamas-Nasáu, este tipo de zapatillas cuenta con una característica en particular, porque están hechas de un material poco tradicional como lo es la paja toquillas, además hay que mencionar que los diseñadores desarrollan modelos donde el cliente puede optar en elegir el que más cumpla sus expectativas. Por otra parte, este tipo de calzados son comfortable, duraderas y ecológicas.

Precio

La empresa cuenta con variedad de diseños de sandalias, una con estilos diferente que la otra y por supuesto con precios distintos, donde la persona puede darse el gusto de comprar el que le guste, además hay que tener en cuenta que estos calzados no solo demuestran ser una simple zapatilla que se utiliza para poder transitar por cualquier lugar que uno desea pasear, al contrario, proyecta más que eso, ofrece comodidad, relajación, combina con la personalidad que uno tiene, es por tanto que la empresa Ecu-Andino da lo mejor a sus clientes.

La estrategia a implementar será en que los clientes que deseen comprar más de 3 sandalias se les concederán un descuento del 10%, teniendo así un precio

considerable a pagar y por supuesto adquirirlo, con la finalidad de que se sientan a gusto con el servicio brindado.

Promoción

Se promocionará el producto Pachos mediante los siguientes medios:

- En Redes sociales, debido a que esta tiene un gran alcance y además se consigue que la empresa o marca pueda ser vista incluso para quienes no la conocían, aumentando su presencia a muchas más personas. (Gestión, 2016)
- Mediante presencia en ferias comerciales, inicialmente en Canadá y en diferentes países donde dará a conocer su oferta de exportación, también participará en ruedas de negocios donde se pondrá en contacto con importadores interesados en el producto, esto debido a los vínculos que mantendrá con instituciones ecuatorianas que promueven el comercio, como lo es PRO ECUADOR

Plaza o Distribución

En los canales de distribución se deberá identificar la ubicación que el cliente ha La empresa Ecu-Andino tiene pensado orientarse al mercado internacional como es las Bahamas-Nasáu donde se va proceder a realizar la exportación de sandalias a este lugar, siendo este el mercado objetivo, mediante aquello se utilizará las acciones publicitarias que ayudarán a que los habitantes de este sector estén informados que una empresa ecuatoriana va ofrecer productos de calidad y con un precio económico.

La estrategia a implementar será el medio o canal de distribución que se llevará a cabo, donde el consumidor final será directamente el cliente, el que compre las sandalias, pero para llegar hacia ellos, se deberá ejecutar un proceso donde estará especificando el modo como el cliente tendrá en sus manos el calzado.

Incoterms

El acuerdo comercial con la otra parte o también denominado Incoterms establecido por la Cámara Internacional de Comercio (ICC) establece los parámetros como lugar, condiciones de entrega de mercadería, delimitación de riesgo y las responsabilidades en lo que respecta a trámites.

En relación a lo mencionado la exportación de las sandalias de paja toquilla a Bahamas-Nasáu se encuentran dadas por el siguiente Incoterms:

FAB (Free AlongShip): este Incoterms tiene como ente diferenciador que el compromiso del exportador culmina cuando la mercadería se encuentra al costado de la embarcación del puerto, es decir que el que compra la mercadería posteriormente deberá asumir costos y riesgos.

Obligaciones de exportador:

El exportador deberá proporcionar la mercadería con los documentos necesarios, empaque y embalaje correspondiente, evitando de esta forma perdida de la mercadería hasta la embarcación, además de gestionar los permisos y requisitos aduaneros como los gastos de exportación.

Obligaciones de importador:

Las obligaciones del importador comienzan desde que la mercadería comienza su proceso de exportación por lo que deberá efectuar el pago de seguro, flete, demoras hasta que el producto llegue a punto de venta del país importador

Segmentación de Mercado

La segmentación tiene por entendido un proceso, donde se divide o como su propio nombre lo indica segmenta cierto mercado que se va enfocar, dentro de este procedimiento se puede apreciar características relevantes que ayudan a tener bien claro a donde en sí se está orientando el proyecto, lo cual sería muy ventajoso dar uso de aquello para la respectiva gestión pertinente del mercado donde se va exportar las sandalias.

Se enfocará en los habitantes de la zona tropical Bahamas, Nasau. El cual se puede categorizar como un lugar turístico y comercial, dirigido a niveles socio económicos medio, medio alto, y alto. Que tengan una ocupación suficiente para desembolsar el valor monetario establecido para el producto. Frecuentemente utilizan sandalias.

PROCESO LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN

Proceso de Exportación

El proceso de exportación se encuentra dado mediante tres procesos principales para la comercialización de las sandalias en el mercado Nasáu como lo es el pre-embarque, embarque y post-embarque en donde intervienen diversas personas y organismos que llevan a cabo cada una de las actividades a desarrollar y que se encuentran reflejadas en el proceso de exportación desarrollado en la figura anterior.

El proceso se inicia con la presentación y aceptación de una solicitud de autorización de embarque a través del sistema informático aduanero y el proceso termina con el embarque de la mercancía.

Validación y aceptación de la autorización de embarque

Entrada de productos a la zona primaria aduanera o bodegas del transportador, destinadas al cargue de las mercancías de exportación, para la determinación selectiva o aleatoria del embarque o de la inspección física o documental.

Realización por parte de la autoridad aduanera de la práctica de la inspección documental o física de las mercancías.

Procedencia del embarque de la mercancía en el medio de transporte respectivo, previa autorización de la autoridad aduanera.

Proceso Logístico Y De Transporte

El Embalaje

Una vez que las sandalias han sido empacadas correctamente se procede a guardarlas en cajas de cartón corrugado, para que el producto no sea estropeado durante la transportación, las mismas que tienen un costo unitario de \$0,80

Las cajas son de 47,5cm (largo) x 30cm (ancho) x 42cm (alto) como se muestra en la Imagen N. 21.

Se colocarán 32 unidades de 170 gr en cada caja, como se muestra en la Imagen N. 22

Serán selladas con cinta de embalaje.

El nivel de resistencia de cada caja indica que soportan un apilamiento de hasta 7 niveles.

Peso final con producto incluido será 2,72kg.

Etiquetado

El diseño del producto también será parte del etiquetado, será un punto fundamental para conseguir el éxito en el mercado exterior debido a que será la imagen que se desea transmitir, por esto se eligió inicialmente el logo del nombre del producto que está conformado con letras simples más una hoja verde, posteriormente el color del empaque será llamativo al cliente, debido a que esto estimula a la visión del comprador a que el producto que está adquiriendo es un producto saludable, debido a que es así como se desea posicionar el snacks en el mercado canadiense.

Adicionalmente, también llevará grabado todos los requisitos que solicita el etiquetado del producto para ingresar al mercado canadiense.

Marcado y Rotulado

Para el etiquetado de la caja del producto a exportar debe contar con toda la información que requiere los clientes al momento de adquirir un nuevo producto:

- Nombre del producto y número de estilo
- Color del producto
- Peso de la caja en kilogramos
- Número de artículos por contenedor
- Medida de la caja; País y región de origen
- Información del fabricante o exportador
- País de origen
- Marca con logo

Las marcas de manipulación deben estar impresas en la parte superior izquierda y su tamaño debe superar los 10 centímetros, en colores oscuros

Toda la información obligatoria en las etiquetas debe figurar en las dos lenguas oficiales, es decir, español e inglés. (Pro Ecuador , 2015)

ESTUDIO FINANCIERO

Inversión Inicial

Según Análisis Financiero el monto inicial como inversión que se necesita para llevar a cabo el proyecto es de \$56.559,49 como se muestra en tabla N 5, se detallan los valores indicados en la inversión inicial, se ha considerado un valor estimado de 1,000.00 por gastos imprevisto como suministros de limpieza y servicios varios.

Precio Del Producto

El precio de venta se calcula a través de los costos fijos, costos variables y la utilidad. Dentro de esta tabla se puede evidenciar los precios de ventas para cada modelo de sandalia, por lo que se ha considerado que los precios van a regularizarse con la tasa de inflación, a menos de se presenten nuevos cambios significativos en la política económica del Ecuador. Los diferentes modelos tendrán los siguientes costos

- Modelo A \$23,15
- Modelo B \$23,15
- Modelo C \$16,21
- Modelo B \$16,21
- Modelo D \$12,73
- Modelo F \$12,73

Proyección en ventas

La proyección de venta mensual sirve para elaborar el presupuesto de ventas y mediante este establecer los demás presupuestos, así como el de producción, el de compra de materia prima, la demanda de personal, el de flujo efectivo etc. Evidenciando la necesidad de lograr alcanzar 159.478,63 dólares el primer año.

Flujo De Caja

En el estado de resultado se proyectan las utilidades netas que percibirán los accionistas, estas estimaciones se realizaron a partir del año 2016 hasta el 2020, se puede verificar los porcentajes que se van a aplicar para la repartición de utilidades a los trabajadores así también el porcentaje de impuesto a la renta.

Por otro lado, está el flujo de efectivo que refleja el retorno de la inversión o Pay Back, el cual se encuentra en el tercer año, específicamente el mes 27. Esta información es esencial para la toma de decisiones futuras ya que la compañía atravesará una situación económica solvente.

Además, los gastos de depreciación se estiman con signo positivo, pues estos se mantienen en caja para el momento que se necesite dar mantenimiento o renovar algún activo.

Indicadores De Evaluación.

Punto de equilibrio

Para realizar este cálculo se utilizaron los datos de costo unitario y de precio unitario, como se logra observar se debe producir al menos 2.758 unidades para llegar al punto de equilibrio.

Así también se interpreta que al cabo del primer año estimado se deben cumplir ventas de \$74.465 para llegar a dicho punto, a partir de ello todos los ingresos serán considerados como utilidad para la compañía. En el siguiente plano cartesiano se señala el punto de equilibrio.

Valor Actual Neto (Van) - Tasa Interna De Retorno (TIR)

Con los datos que aparecen en el estado de resultado se procede a elaborar la tabla de valorización del proyecto, en el análisis planteado se pudo determinar que la tasa interna de retorno (TIR) es de 49,61% lo que resulta mayor que la tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR) 10%, además se realizó una inversión de \$ 39.216 dólares y el valor actual neto (VAN) de \$352.907, lo que quiere decir que queda demostrado que los datos reflejan beneficio en el proyecto.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que:

- La empresa Ecu-Andino desde sus inicios ha mantenido en alto a la compañía, sirviendo a las personas con un excelente servicio y trato, además con calidad en los productos que oferta tales como sombreros y sandalias hechas a base de paja toquilla, con la ayuda de diseñadores se han realizado diversos estilos acordes al gusto de los clientes, por lo que se puede determinar que la compañía tanto en el mercado nacional como internacional mantiene un alto grado de potencialidad, de esta forma la empresa ha tenido un buen desarrollo y desenvolvimiento en el mercado.
- El lugar de destino donde se va exportar las sandalias de la empresa Ecu-Andino será en Bahamas-Nasáu donde se ha podido evaluar a los habitantes que pertenecen en esta capital, sus gustos, comportamientos y cultura donde se ha podido identificar la buena aceptación que podría haber si se llegase a comercializar las sandalias, dado que no existe una empresa que oferte este tipo de productos y con las mismas características, siendo esto un punto a favor para la compañía.
- Para poder llevar a cabo un proceso de exportación, deberá regirse a ciertos trámites que pide la aduana, por lo tanto la empresa Ecu-Andino contará con toda la documentación pertinente y desde luego poder aplicar parte publicitaria para que el mercado donde se está enfocando tenga noción del producto que se va a comercializar en Nasáu y así poder propiciar el interés de compra por parte de ellos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que:
- La empresa Ecu-Andino siga participando en eventos y ferias internacionales donde ayude dar más realce a su marca y sus productos para que de esta forma más países puedan estar interesados en hacer negociaciones con la empresa y por supuesto comenzar con la exportación del mismo.
- Se deba mantener los productos en óptimos precios, un valor monetario diferencial para que las personas no perciban que el producto que oferta la empresa Ecu-Andino tiene un costo alto, de esta forma complacer las necesidades que tienen ellos en cuanto a los diseños que se comercializarán ante el público.
- Por ser una empresa que pretende abarcar mercado en Bahamas-Nasáu necesitará poner en ejecución las diversas herramientas que existen para promocionar las sandalias de esta forma tenerlos bien informados sobre el producto tales como, características, beneficios y precios.

Bibliografía

- Aduanet. (15 de Octubre de 2014). Aduanet. Obtenido de Aduanet:
<http://www.aduanet.gob.pe/servlet/EAIScroll?Partida=6402999000&Desc=>
- Alvira, F. (2014). La encuesta: una perspectiva general metodológica . Barcelona: CIS.
- Bernal, C. (2013). Metodología de la investigación. Barcelona: Pearson Educación.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones . (20 de Julio de 2015).
<http://www.proecuador.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/02/1-Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones-pag-37.pdf>
- Coleman, C. (2013). MANUAL DEL BUCEADOR (Bicolor). Panamá: Paidotribo.
- Comercio Exterior e Inversiones . (22 de Agosto de 2014). www.sice.oas.org. Obtenido de http://www.sice.oas.org/investment/NatLeg/Ecu/Ec1297_s.asp
- Daniels, J. D. (2013). International Business (Spanish Translation). México, DF: Pearson.
- Devore, J. (2013). Probabilidad y estadística . Ciudad de México: CENGAGE Learning.
- Esquivel, G. (2014). Macroeconomía: Versión para latinoamérica. Catalunya: Reverte.
- Fernández, Á. (2011). Investigación y técnicas de mercado. Madrid: ESIC.
- Google Maps. (26 de 01 de 2016). Google Maps. Obtenido de Ubicación del mercado objetivo:
<https://www.google.com.ec/maps/place/Nas%C3%A1u,+Bahamas/@25.0293979,-77.5388506,11z/data=!4m2!3m1!1s0x892f7c99b981dbc9:0x2aef01d3485e50d2>
- Hernández, L. (2014). Los riesgos y su cobertura en el comercio internacional. Madrid: FC Editorial.
- Hingston, P. (2013). Inicie Su Negocio. California: Prentice Hill.

IICA. (2013). La empresa andina y la exportación: guía práctica para el uso de las organizaciones económicas de productores y agroindustrias rurales. Barcelona: IICA.

Karen Avendaño; Cristhian Peña . (18 de abril de 2014). <http://dspace.ups.edu.ec/>.
Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6812/1/UPS-GT000648.pdf>

María Arguello; Christopher . (21 de marzo de 2012). <http://dspace.esPOCH.edu.ec/>.
Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2742/1/52T00211.pdf>

Mercado, S. (2012). Comercio Internacional I / International Commerce. Catalunya: Reverte.

Ministerio de Comercio Exterior. (2015). Ficha técnica de Bahamas. Quito: Ministerio de Comercio Exterior.

Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración . (2016). www.proecuador.gob.ec. Obtenido de www.proecuador.gob.ec:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07.pdf>

Molina, T. (2012). La industrialización orientada a la exportación. México, DF: Siglo XXI.

Moreri, L. (2012). El gran diccionario histórico o Miscellanea . Madrid: SAO.

NoticiasBahamas. (26 de 01 de 2016). NoticiasBahamas. Obtenido de Información del capital Nasáu: <http://www.taringa.net/post/noticias/18510057/El-pais-con-el-tercer-PIB-Per-Capita-mas-alto-de-America-es.html>

O'Keeffe, L. (2012). Zapatos - Un Tributo a Las Sandalias, Botas. Irlanda: Könnemann.

Permenter, P., & Bigley, J. (2014). Nassau and the Best of the Bahamas Alive. New York: Hunter Publishing.

Plan Nacional del Buen Vivir . (19 de Julio de 2014). www.buenvivir.gob.ec. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>

Pope, J. (2011). Investigación de mercados . Santiago de Chile : Grupo Editorial Norma.

Pro Ecuador . (22 de agosto de 2013). <http://www.proecuador.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/12/Ficha-Tecnica-Bahamas-Dic-2013.pdf>

Pro Ecuador . (2015). www.proecuador.gob.ec. Obtenido de www.proecuador.gob.ec:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/10/Servicios-PRO-ECUADOR.pdf>

ProColombia . (2012). Perfil logístico de exportación a Bahamas. Colombia: ProColombia .

ProColombia. (2012). Perfil logístico de exportación a Bahamas. Quito : ProEcuador.

Smart Export. (23 de Noviembre de 2015). <http://www.smartexport.com/>. Obtenido de <http://www.smartexport.com/>: <http://www.smartexport.com/es/Bahamas.html>

United Nations. (2013). America Latina Y El Caribe. Puerto Rico: United Nations.

Vargas, A. (2012). Estadística descriptiva e inferencial. Barcelona: Pearson Educación.

Vázquez, L., & Mogollón, A. (2012). Introducción a las técnicas cualitativas de investigación. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

