



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

**TEMA:**

Factibilidad económica para la exportación de ropa de frío a base de fibra de alpaca a  
Dinamarca

**AUTORES:**

Marrasquin Cevallos Paula Jackeline

Franco Holguín Jefferson Andrés

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

**TUTOR:**

**Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**17 de septiembre del 2020**



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

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Franco Holguín, Jefferson Andrés y Marrasquin Cevallos Paula Jackeline**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

**TUTOR:**

**Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. Teresa Knezevich Pilay, Ph.D**

**Guayaquil, 17 de septiembre del 2020**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **Franco Holguín Jefferson Andrés y  
Marrasquin Cevallos Paula Jackeline**

**DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación, Factibilidad económica para la exportación de ropa de frio a base de fibra de alpaca a Dinamarca, previo a la obtención del título de Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 17 de septiembre del 2020**

**LOS AUTORES:**

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

**Franco Holguín Jefferson Andrés**

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

**Marrasquin Cevallos Paula Jackeline**



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

**AUTORIZACIÓN**

Nosotros: **Franco Holguín Jefferson Andrés y  
Marrasquin Cevallos Paula Jackeline**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, “Factibilidad económica para la exportación de ropa de frio a base de fibra de alpaca a Dinamarca”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 17 de septiembre del 2020**

**LOS AUTORES:**

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

**Franco Holguín Jefferson Andrés**

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

**Marrasquin Cevallos Paula Jackeline**

## **REPORTE DE URKUND**

### **Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado - “Factibilidad económica para la exportación de ropa de frio en fibra de alpaca al mercado de Dinamarca”, presentado por los estudiantes **Franco Holguín Jefferson Andrés, Marrasquin Cevallos Paula Jackeline**, fue enviado al Sistema Anti plagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 2%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



---

**Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco, Mgs.**

**Documento** [TesisMarrasquin Franco 23.08.2020.docx](#) (D78083188)

**Presentado** 2020-08-23 09:59 (-05:00)

**Presentado por** Javier Francisco Layana Ruiz (javier.layana@cu.ucsg.edu.ec)

**Recibido** javier.layana.ucsg@analysis.orkund.com

2% de estas 50 páginas, se componen de texto presente en 4 fuentes.



## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo investigación lo dedicó principalmente a dios por darme salud para poder haber llegado hasta aquí durante estos años de mi carrera universitaria, darme la salud y fortaleza para luchar ante tantas adversidades que se cruzaron en el camino, estoy muy feliz de haber llegado hasta aquí y quiero seguir llegando más lejos con la bendición de Dios.

También quiero agradecer a dios por permitirme pasar esta etapa de mi vida juntos a mis padres que han sido el pilar fundamental para forjar el hombre que soy ahora ya que con sus ejemplos sus valores y consejos me he convertido en una persona responsable y honesta, agradezco a ellos (mis padres) por su constancia en hacer de mi un gran ser humano, le debo todo a ellos. agradezco a mi prima-comadre Ericka Peñaloza Soza, por sus llamados de atención cuando estaba equivocado en algo, le agradezco también por guiarme hacia el camino del éxito que con sus sabios consejos de profesionalismo y vasta experiencia pudo orientarme para terminar mi vida universitaria. agradezco a mis amigos Paula Marrasquin y Byron Espinel por su ayuda constante en este periodo universitario, por la mano amiga que me dieron desde el primer momento que los conocí, por el constante apoyo en mi tema de tesis para poder llegar donde estamos, gracias infinitas amigos. también a mis amigos que han pasado durante esta época universitaria, a los grupos independientes empresariales, vamos por par, millonarios Boys Club y a la extinta FNB, tantos compañeros amigos que hemos estado en las buenas y en las malas. gracias abuelita mami Blanqui y abuelito papi Panchi, esto es por Uds. su nieto ingeniero los ama millón. sé que desde el cielo me cuidan y me guían en cada paso que doy. vendrán cosas mejores para mí y mi familia con la bendición de Dios.

**JEFFERSON ANDRÉS FRANCO HOLGUÍN**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios primero, ya que sin él no podría contar con aquellas personas que se esfuerzan todo el tiempo para que yo haya podido forjar esta persona que soy en la actualidad; todos mis logros, cumplidos y por cumplir se lo debo a ustedes mi familia.

A mi amada madre Lorena que siempre oró, y que siempre confió en las decisiones que he tomado en mi vida. apoyándome incondicionalmente, en cada error y acierto brindándome su consejos y sabiduría, siempre encarrilándome a un futuro mejor.

A mi padre Pablo que me enseñó a aspirar más de lo que me imaginaba, que todas mis metas eran alcanzables y que nada es imposible. mi padre que hizo todo a su alcance para brindarme todo lo que quería y necesitaba ya que sin él no hubiera podido avanzar lo necesario para cumplir este logro.

A mi hermana, Pamela, la persona que más confió en el mundo y la persona que dios me mando para recorrer el camino de la vida, es el mejor regalo que mi madre me pudo dar y que jamás nadie mejorara. por ser la persona que con paciencia entiende lo diferente que somos y así me ama y me apoya siempre.

Mis abuelos que han sido nuestros pilares más grandes. A Nelson que siempre con paciencia me ama y me cuida. A Flor que espero, que toda su vida esté junto a mí de cualquier manera. hay tanto por decir que no bastaría una tesis. les agradezco y los amo abuelos.

agradezco a mis amigos y a las personas que estuvieron conmigo emocional y profesionalmente apoyándome en este proceso tan importante en mi camino.

**PAULA JACKELINE MARRASQUIN CEVALLOS**



## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi familia, conformado por mi esposa Doménica Acuña Ochoa y mi hijo Víctor Andrés Franco Acuña, que fueron mi motor y mi inspiración para no dejar a un lado mi carrera universitaria, me ayudaron a saltar obstáculos que la vida me ponía, quizás algunos piensen que un hijo te estanca pero en mi caso fue un impulso para ser un profesional y darle a mi hijo el ejemplo de constancia y perseverancia que mis padres me dieron a mí, gracias mi querida esposa e hijo por ayudarme con mi hijo para yo ir a prepararme para sacarlos adelante, en este agradecimiento también incluyo a mi querida suegra que se porta como una madre conmigo que me ha ayudado a darme buenos consejos para ser un hombre comprometido a mi familia

### **JEFFERSON ANDRÉS FRANCO HOLGUÍN**

Le dedico este logro a mi madre, tus esfuerzos son impresionantes y tu amor para mi es invaluable me has proporcionado todo y cada cosa que he necesitado. tus enseñanzas y valores inculcados siempre me han hecho diferente a los demás y te lo agradezco. mi anhelo siempre ha sido crecer y enseñar a mi familia como tú me has enseñado. te dedico este y todos los logros que yo tenga en la vida porque es gracias a tí todo lo que tengo. gracias a Dios por darme a la mejor de todas las madres.

### **PAULA JACKELINE MARRASQUIN CEVALLOS**



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

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

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

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Ph.D  
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

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

Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.  
COORDINADOR DEL ÁREA

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

Ing. Andrea Rodríguez, Mgs.  
OPONENTE



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

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
Franco Holguín Jefferson Andrés	
Marrasquin Cevallos Paula Jackeline	

---

**Lcdo, Javier Layana Ruiz, Mgs.**

**TUTOR**

## Contenido

Introducción .....	2
Capítulo I. Generalidades del Trabajo .....	4
Antecedentes .....	4
Planteamiento del problema .....	5
Formulación del problema .....	7
Justificación.....	7
Delimitaciones del tema .....	8
Campo.....	8
Delimitación espacial .....	8
Delimitación temporal .....	8
Limitaciones del trabajo .....	9
Objetivos .....	9
Objetivo general .....	9
Objetivos específicos .....	9
Capítulo II. Fundamentación metodológica, referencial, conceptual y legal .....	10
Marco teórico .....	10
Teoría de la Ventaja absoluta desarrollada por Adam Smith. ....	10
Teoría del mercantilismo .....	11
Marco conceptual .....	12
Cinco Fuerzas Porter .....	12
Participación del Mercado .....	12
Plan de Marketing.....	13
Marketing Mix 7P.....	13
Marco referencial .....	13
Características de la fibra de alpaca .....	13
Comercio exterior .....	14
Matriz productiva .....	14
Marco Metodológico .....	15
Método.....	15
Enfoque del trabajo .....	16
Estudios descriptivos .....	16

Método Analítico.....	16
Herramientas y procedimientos para procesar información recopilada.....	16
Fuentes primarias.....	16
Tipo de investigación a usarse.....	17
Marco Legal .....	17
Ley de Corporación .....	17
Requisitos y procedimientos para aprobación de estatutos. ....	17
Estándares de Calidad.....	18
Marco legal de la compañía: generalidades y procesos de constitución .....	19
Capítulo III. Estudio técnico para la exportación de ropa de frio a base de fibra de alpaca a Copenhague.....	22
Análisis de la industria nacional de la alpaca .....	22
Situación del sector textil ecuatoriano .....	22
Industria textil de la alpaca en el ecuador .....	25
Generalidades de la fibra de alpaca .....	25
Propiedades higroscópicas.....	26
Ubicación geográfica.....	28
Proceso de producción de fibra de alpaca en ecuador.....	30
Organizaciones gremiales.....	30
Organizaciones Gremiales del Sector Textil .....	30
Empresas relacionadas.....	30
Análisis comparativo de la producción de fibra de alpaca.....	32
Exportaciones de prendas de vestir a Europa .....	34
Análisis comparativo de las características de la fibra alpaca y otras fibras textiles .....	34
Capítulo IV. Estudio de Mercado de prendas de fibra de alpaca.....	38
Análisis de la oferta de prendas de fibra de alpaca en Dinamarca.....	38
Análisis de la demanda de productos textiles de alpaca en Dinamarca .....	38
Contexto estratégico.....	39
Análisis Pest –Dinamarca.....	39
Aspectos políticos.....	40
Tramite de importación a Dinamarca.....	41
Aspectos tecnológicos .....	43
Análisis cinco fuerzas de Michael Porter .....	43
Rivalidad entre competidores .....	43

Amenaza de nuevos competidores .....	44
Amenaza de productos sustitutos .....	44
Poder de negociación de los clientes .....	45
Negociación de los proveedores.....	45
Análisis FODA.....	45
Fortaleza .....	46
Oportunidades.....	46
Debilidades .....	47
Amenazas.....	47
Matriz consolidada FODA .....	47
Análisis de la cadena de valor .....	49
Actividades de principales .....	49
Infraestructura .....	49
Metodología .....	53
Tipos de investigación .....	53
Estudio descriptivo .....	54
Estudio exploratorio .....	54
Instrumentos de recopilación de información. ....	54
Formato de cuestionario de preguntas para la entrevista a profundidad .....	55
Entrevista a Exportadores .....	55
Modelo Encuesta al consumidor de Dinamarca .....	56
Modelo de entrevista a presidente de la asociación de textiles en ecuador .....	57
Capítulo V. La empresa .....	59
La comuna.....	59
Filosofía empresarial: misión, visión, objetivos y valores .....	60
Valores.....	61
Tipo de Organización .....	62
Mercado meta.....	66
Segmentación.....	66
Estimación de la demanda y precio del producto. ....	66
Matriz ansoff .....	70
Dimensión logística del proyecto.....	71
Términos De Negociación Comercial .....	71

Responsabilidades Del Exportador .....	72
Responsabilidades Del Importador .....	72
Marketing Mix.....	73
Producto .....	73
Modelo de las prendas a exportar.....	74
Precio .....	76
Bodega.....	77
Capítulo VI. Análisis financiero del proyecto .....	79
Inversión inicial del proyecto.....	79
Plan de inversión: amortización, gastos financieros .....	80
Detalle de gastos: gastos operativos, sueldos, flujo de caja. ....	82
Depreciación.....	83
Presupuesto de costos de producción .....	86
Presupuesto de ventas.....	87
Proyección de estado de pérdidas y ganancias .....	88
Proyección de flujo de caja a cinco años.....	89
Análisis de la rentabilidad del proyecto .....	91
Escenario pesimista .....	91
Escenario optimista .....	94
Conclusiones .....	97
Recomendaciones .....	100
Se recomienda lo siguiente en función de las conclusiones presentadas:.....	100
Bibliografía .....	101
Anexos .....	105

## Índice de Figuras

Figura 1. Secciones CPC. Tomado de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020 .....	23
Figura 2. Características de la raza de las Alpacas. Elaborado por autores.....	25
Figura 3. La familia Camelidae está formada por dos tribu. Tomado en Camelini y los Lamini. Elaborado por autores.....	28
Figura 4. Provincias dónde se registra concentración de alpacas, Elaborado por autores.....	28
Figura 5. Top cinco mercados de las exportaciones de fibras e hilados a Europa.....	34
Figura 6. Muestra de colores naturales de la fibra de Alpaca. Tomado de La Vigna Alpacas, 2020.....	37
Figura 7 Organigrama .....	62
Figura 8 Funciones del Gerente General .....	63
Figura 9 Funciones del Jefe financiero .....	64
Figura 10 Funciones del Jefe financiero .....	65
Figura 11 Funciones de Jefe de ventas .....	65
Figura 12 Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Dinamarca. (trade map, 2019).....	68
Figura 13 Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador (Trade Map, 2019) .....	69
Figura 14 Matriz Ansoff .....	70
Figura 15 Logo de la compañía .....	73
Figura 16. Render oficina .....	77
Figura 17. Ubicación oficina.....	77
Figura 18. Ubicación bodega .....	78



## Índice de tablas

Tabla 1. ....	29
Tabla 2. ....	30
Tabla 3. ....	36
Tabla 4. ....	48
Tabla 5. ....	59
Tabla 6. ....	60
Tabla 7. ....	67
Tabla 8. ....	69
Tabla 9. ....	76
Tabla 10. ....	80
Tabla 11. ....	80
Tabla 12. ....	81
Tabla 13. ....	81
Tabla 14. ....	82
Tabla 15. ....	83
Tabla 16. ....	84
Tabla 17. ....	84
Tabla 18. ....	84
Tabla 19. ....	86
Tabla 20. ....	86
Tabla 21. ....	87
Tabla 22. ....	88
Tabla 23. ....	91
Tabla 24. ....	91

## RESUMEN

Ecuador se ha encontrado en un constante proceso de transformación de la matriz productiva, para poder disminuir la dependencia petrolera que ha caracterizado a la economía por las pasadas décadas. En su búsqueda de desarrollo de sectores claves, la sustitución de importaciones, y la diversificación de destinos de exportación y de productos con valor agregado ha sido lo más relevante para este proceso.

Se pudo determinar que el país posee una gran ventaja en la demanda existente en mercados por las prendas elaboradas a base de fibra de alpaca, que se ha desarrollado dentro de la industria textil, contribuyendo al desarrollo económico de las comunidades de criadores de esta especie. Este interés por prendas de este material se presenta en Dinamarca siendo la ciudad de Copenhague, el principal mercado meta debido a los cambios climáticos presentes.

Al realizar el análisis financiero para la propuesta de comercialización de prendas con base en la fibra de alpaca a la ciudad de Copenhague se pudo determinar que con una inversión inicial de \$90.986,00 los cuales serán obtenidos mediante fondos propios y préstamo bancario, se puede lograr unas ventas totales el primer año de \$273,663.84, la misma que al ser evaluada; dejaría una TIR para el proyecto la TIR sería 23% en un escenario conservador.

**Palabras claves:** Alpaca, sector textil, prendas de frio, Dinamarca, Copenhague, exportación

## ABSTRACT

Ecuador has found itself in a constant process of transformation of the productive matrix, in order to reduce the oil dependence that has characterized the economy for the past decades. In its search for the development of key sectors, the substitution of imports, and the diversification of export destinations and products with added value has been the most relevant for this process.

It was determined that the country has a great advantage in the existing demand in markets for garments made from alpaca fiber, which has developed within the textile industry, contributing to the economic development of the communities of breeders of this species. This interest in garments made of this material is present in Denmark, the city of Copenhagen being the main target market due to current climate changes.

When performing the financial analysis for the proposed for the commercialization of garments based on alpaca fiber to the city of Copenhagen, it was determined that with an investment of \$ 90,986.00, which will be obtained through own funds and a bank loan, it can be achieved total sales the first year of \$ 273,663.84, the same as when evaluated; it will give an internal rate of return for the project, would be 23% in a conservative scenario.

**Keywords:** alpaca, textile sector, cold garments, Denmark, Copenhagen, export

## **Introducción**

El propósito de este estudio es principalmente saber la factibilidad de la exportación de prendas con valor agregado de origen ecuatoriano al mercado internacional de Dinamarca, generando competitividad y promoviendo el desarrollo de la matriz productiva sin alejarnos de la sustentabilidad.

El proyecto se concentrará inicialmente en la creación de una empresa de exportación, y exportación de bufandas y abrigos; para lo cual es esencial determinar la demanda potencial de este mercado, así como también analizar el comportamiento del consumidor con respecto a este tipo de producto.

Cabe recalcar que las telas artesanales ecuatorianas de origen orgánico como la lana de oveja y la fibra de alpaca son muy bien vistas y cotizadas por sus consumidores, ya que en la actualidad se tiende a vivir cuidando el medio ambiente y la necesidad de desistir al uso de prendas elaboradas por componentes que son dañinos para el medio ambiente, y por esa razón se ha considerado la necesidad de acrecentar y fortificar a nuestro mercado nacional.

Este proyecto no solo ayuda a tener una mejor calidad de vida a los artesanos mediante ganancias económicas que obtengan con el incremento en las ventas de artesanías a base de fibra de Alpaca; también beneficia a la balanza comercial del Ecuador por la fluctuación de dinero debido a los potenciales negocios con el mercado internacional europeo.

Ecuador desde sus inicios como república ha sido reconocido como un país dependiente de las exportaciones ya que a lo largo del tiempo se ha podido observar que dichos ingresos son fundamentales para el desarrollo del mismo y los fabricantes ecuatorianos se han visto obligados a diferenciar sus productos con valores añadidos.

Para lo cual lo hemos desarrollado en seis capítulos en donde se argumentará la factibilidad

de la exportación. En nuestro primer capítulo mencionamos los antecedentes, objetivos y la problemática del caso. En el segundo capítulo definimos el marco teórico conceptual y referencial, en el mismo también están planteadas las herramientas y procedimiento para procesar la información recopilada. Lo que corresponde el tercer capítulo el análisis respectivo del sector textil y de la industria nacional de Alpaca con las pertinentes generalidades de esa fibra. Por consiguiente, también explicamos su procedencia y los diferentes tipos de camélidos, al igual que las diferentes organizaciones gremiales.

Mostraremos en el capítulo cuarto el estudio de mercado, los diferentes análisis de oferta y demanda del mercado de Copenhague, Dinamarca, desarrollando un contexto estratégico y examinando nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. En el capítulo quinto verán nuestra filosofía empresarial junto a nuestra estructura organizacional, al cual nos da paso finalmente en el capítulo sexto al análisis financiero logrando de esa manera ponderar nuestra inversión inicial del proyecto y como lograremos junto a las diferentes proyecciones de presupuesto.

## **Capítulo I. Generalidades del Trabajo**

### **Antecedentes**

La fibra de alpaca es considerada una de las fibras más lujosas y finas del mundo, tiene capacidad térmica, es suave y resistente y también muy escasa en el mercado, haciéndola más exclusiva. (AYNI BOLIVIA, 2020)

Ecuador se ha caracterizado a lo largo de su historia mercantil por la producción y exportación de productos primarios hacia el resto de países. En el caso ecuatoriano tenemos que en sus inicios la producción básica fue exitosa, como es el caso del cacao a finales del siglo XIX, el banano a mediados del siglo XX, y el petróleo; cuyos estallidos de productividad lograron acelerar en su momento, la economía local, mejorando el nivel de ingresos nacionales y a su vez posicionando al Ecuador en el mercado mundial como productor primario.

En los últimos años el ingreso de divisas de Ecuador se ha dado esencialmente por la comercialización del petróleo, la exportación de productos tradicionales y por el percibo tributario (aranceles) al mercado mundial, dando el abandono de los sectores productivos y servicios de más valor agregado de potencial de exportación.

La exportación petrolera, de bienes tradicionales y de bienes primarios no tradicionales alcanzó el 76% del total de exportaciones del Ecuador en 2014, mientras que la exportación de bienes no tradicionales industrializados para 2014 alcanzó el 14% de la oferta exportable de las mercancías del país (Ecuador, 2016) que por la poca ayuda recibida de entidades competentes no han tenido un desarrollo favorable en la industria ecuatoriana.

Europa es considerada un mercado en crecimiento en el cual se comercializan prendas de todo tipo. Países europeos, como Italia, son los que más compran este producto para fabricar, sobre todo abrigos. Las casas de alta costura con mayor renombre en Europa compran los tops de fibras especiales que provienen de Sudamérica para confeccionar prendas que después consume el sector de mayor poder adquisitivo mundial (Europa). También desde la Patagonia,

parte un porcentaje importante de esas fibras que incluyen pelo de guanaco y conejo de angora, entre otras.

La ropa de frío siempre ha sido una necesidad para los países o regiones que su clima es de baja temperatura, en las ciudades más grandes existe una gran demanda de moda, así como los accesorios de vestir. Las bufandas ya han pasado no sólo a de ser una prenda de abrigo, en los últimos tiempos se han convertido en un accesorio fundamental a la hora de vestir y estar a la moda.

La Unión Europea ha tenido tratados de comercio exterior con el Ecuador lo que ha permitido que se impulse el intercambio comercial entre los países, es por eso que se lo consideró en el año 2018 como el primer país que demanda la producción no petrolera del Ecuador adquiriendo productos como banano flores, camarones y cacao. No obstante, la Unión Europea cerró sus puertas a productos como el aceite de palma debido a los grandes índices de cáncer que produce este producto, según investigaciones científicas europeas han catalogado el aceite de palma como uno de los más perjudiciales para la salud del ser humano es por esto que han puesto barreras con este producto. Como también pusieron barreras arancelarias a productos petroleros no tradicionales como lo es el baby banano debido a que la demanda internacional aumentó y por ende suponen que los precios que vende el Ecuador son más bajos que el precio internacional, debido a eso se ha hecho varios acuerdos comerciales que permitan sostener una buena relación comercial y así poder vender los productos no petroleros del país. (Cevallos, 2019)

### **Planteamiento del problema**

El sector textil este año genera pérdidas económicas, son más de 500 empresas y alrededor de 3000 unidades productoras de economía popular y solidaria que trabajan en el sector textilero del Ecuador, han paralizado su producción a causa de la pandemia provocada

por el COVID-19, por esta razón el gobierno nacional decretó emergencia sanitaria a nivel nacional por 70 días y se enfrenta a la masiva pérdida de empleos. A lo que suma más problemas, no solo a la falta de ventas, sino a las cuentas por cobrar pendientes de diciembre, enero o febrero porque las empresas otorgan créditos a 30, 60, 90 días plazo o más.

En enero de 2020 las ventas de la actividad en el país cayeron un 10% con relación al mismo mes de 2019. “febrero no fue bueno y el mes pasado (marzo) fue catastrófico”, dijo Javier Díaz, presidente ejecutivo de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador. Él agregó que, en marzo del 2019, la actividad textil facturó cerca de USD 95 millones en el mercado nacional y ahora como mucho llegó al 30% de esa cantidad. (Giovanni, 2020)

En el 2019 el sector textil presentaba un balance negativo por diversas razones en los tres primeros meses. Según el presidente de ese año, Milton Altamirano, entre las causas está el contrabando que a nivel regional representaría \$ 150.000 millones, y el invierno en la Costa. En comparación con el mismo periodo de 2018 en confección la caída fue de \$106 millones, que representó una reducción de 17,84 %. En tanto que la reducción para el sector es de 20 %.

Ecuador es distinguido a nivel mundial por la variedad de materia prima variada que existe dentro del país tales como la lana de oveja, la chenilla, tafetán, fibra de alpaca etc. También es conocido por las distintas culturas representativas que son valoradas en el exterior. El sector artesanal a pesar de ser unos de los sectores más vulnerables, es uno de los más representativos a nivel nacional, debido al gran esfuerzo de grupos de artesanos y comunidades independientes que han trabajado para dar a conocer productos al exterior y lograr reconocimiento al nivel internacional.

Con base en las causales planteadas anteriormente, es fundamental que el país genere más divisas a través del incremento de la oferta exportable, por lo que comercializar prendas



de fibra de alpaca podría convertirse en el beneplácito del mercado de destino como un sector de progresivo desarrollo para la economía ecuatoriana. La compilación objeto de estudio es debido al bajo rendimiento que ha presentado el sector textil nacional, así como también el inexistente nivel de competitividad que tienen las empresas ecuatorianas en las actividades comerciales de Dinamarca respecto a la fibra de alpaca de Ecuador, para lo cual se plantea un estudio de factibilidad con esta fibra, lo que permitiría determinar el desarrollo y la exportación a este país.

### **Formulación del problema**

¿Es factible la exportación de ropa de fibra de alpaca a Dinamarca para que esta pueda contribuir con la diversificación de la oferta exportable ecuatoriana?

### **Justificación**

La fibra de alpaca actualmente es hecha por artesanos ecuatorianos, es el sustento de muchas comunidades que se encuentran en desarrollo y la mayoría se comercializan en ferias mercados y lugares a que frecuentan turistas ya sea como nacionales como extranjeros, pero aun no es muy explotado en el exterior. Por lo que es importante saber si resultaría factible la exportación y hacer el análisis del mercado al que nos queremos dirigir a Dinamarca.

El diseño de esta investigación se justifica en los siguientes aspectos:

**En el contexto legal, el proyecto** guarda relación con el artículo 276 de la Constitución, la misma que busca garantizar una economía libre de mercado, a través de la generación de oportunidades de trabajo dignas, justas y sobre todo que estén basadas en la distribución equitativa de la riqueza. Así como está relacionado con el Plan Nacional del Buen Vivir, específicamente en el objetivo 10 que plantea la necesidad de diseñar nuevas y atractivas propuestas de desarrollo empresarial enfocadas en la transformación de la matriz productiva, ya que se busca incrementar la producción de fibra de alpaca para exportar al mercado europeo

como Dinamarca. Y con el incentivo a una mejora en la exportación de esta fibra aumentaría los déficits de la balanza comercial.

**En el contexto social**, nuestro sector textil ha entrado en crisis y eso ha hecho que las tasas de empleos bajen. Nuestros artesanos están compitiendo con un mayor productor de esta fibra que es Perú. Fomentando la exportación al mercado europeo eso ayudara a crear más oportunidades de trabajo directa e indirectamente, especialmente a los proveedores textiles. Y dando la oportunidad de internacionalizar nuestra fibra mediante estrategias comerciales.

**En el contexto ambiental** las alpacas tienen bajos requerimientos de hierba verde o seca para alimentarlo, la fibra de alpaca no se deteriora ni provoca ningún tipo de contaminación, debido a que el trasquilado lo realizan de forma personal manual sin dañar al animal ni el ambiente en el cual se desarrolla. Además, el hilado y confección es realizado artesanalmente, lo que reduce el impacto ambiental.

Y así de esta forma, nuestro trabajo se justifica como un análisis sobre las prendas de fibra de alpaca en Europa, con el medio de expandir y fortalecer a la producción de artesanos nacionales, y fomentar los ingresos de la balanza comercial y general más ingresos a las comunidades dedicadas a la crianza de estas.

### **Delimitaciones del tema**

El presente trabajo está orientado a la investigación sobre la exportación de productos de tejidos de alpaca al mercado de Dinamarca.

Campo: Producción de tejidos artesanales de la sierra ecuatoriana.

Delimitación espacial: Área Rural, Provincias de Chimborazo y Azuay.

Delimitación temporal: 2020.

## **Limitaciones del trabajo**

Un condicionamiento al obtener fuentes de información primarias, debido a la poca comunicación disponible con los artesanos por el hecho de no poder movilizarnos con libertad debido al estado de emergencia del país y las restricciones de salida.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Desarrollar un plan de factibilidad económica para la exportación de ropa de frío en fibra de alpaca a Dinamarca.

### **Objetivos específicos**

1. Determinar la problemática y justificación para la idea del proyecto.
2. Conocer las diferentes teorías y referencias para la exportación de fibra de alpaca.
3. Analizar el sector textil del Ecuador e identificar el proceso de producción de fibra de alpaca.
4. Analizar la oferta y demanda de ropa de fibra de alpaca a Dinamarca.
5. Determinar un plan de exportación de ropa para frío a base de fibra de alpaca a Copenhague
6. Analizar la factibilidad y rentabilidad financiera del proyecto.

## **Capítulo II. Fundamentación metodológica, referencial, conceptual y legal**

### **Marco teórico**

Nuestro trabajo de investigación se basa en las siguientes teorías del comercio como: **Teoría del capitalismo de Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico.**

Schumpeter considera el proceso de producción como una combinación de fuerzas productivas, las que, a su vez, están compuestas por fuerzas materiales y fuerzas inmateriales. Las fuerzas materiales las componen los llamados factores originales de la producción (Factor trabajo, Factor tierra y Factor capital –“medios de producción producidos”). Las fuerzas inmateriales las componen los “hechos técnicos” y los “hechos de organización social”, que, al igual que los factores materiales, también condicionan la naturaleza y el nivel del desarrollo económico (...)

La importancia histórica de Schumpeter es su gran aporte a la teoría del Desarrollo económico consistente en la introducción a la discusión teórica prevaeciente del fenómeno de la innovación y del empresario innovador (SUÁREZ, 2004).

### **Teoría de la Ventaja absoluta desarrollada por Adam Smith.**

Adam Smith, en su obra *La Riqueza de las Naciones*, publicada en Londres en 1776, fue el primero en intentar construir un esquema de interpretación del comercio internacional que diera respuestas a los tres interrogantes básicos antes planteados. Su explicación gira en torno al concepto de ventajas absolutas, que hace referencia a diferencias de costos entre países en la producción de un mismo bien, concepto en el cual se basó para combatir las ideas mercantilistas sosteniendo que el comercio libre de trabas es beneficioso para todas las naciones. De acuerdo con Smith, un país tendría ventajas absolutas sobre otro en la producción de un mismo bien si pudiera fabricarlo con menores costos, independientemente de que esas ventajas derivaran de factores tales como el clima, la geografía o una mejor dotación de

recursos (ventajas naturales o estáticas<sup>1</sup>) o bien que fueran el resultado de acciones consientes o esfuerzos realizados a través del tiempo por los agentes económicos para el mejoramiento de sus conocimientos, capacidades y habilidades (ventajas adquiridas o dinámicas) (Landreth, 2002)

### **Teoría del mercantilismo**

El Barón Von Heyking fue el primero que afirmó que los mercantilistas perseguían la consecución de una balanza comercial favorable y la acumulación indefinida de metales preciosos solo como medios para alcanzar el poder político. (...) La descripción que hace Schomoller del pensamiento y de la política mercantilismo difiere en mucho de la hecha por Adam Smith, sólo que Schomoller aplaude lo que Smith condena, y empieza a utilizar la palabra "mercantilismo" en lugar de "sistema mercantil"

Cuando Adam Smith escribió sobre el sistema mercantilista trató principalmente sobre su política proteccionista y su contenido monetario. Cuando Schomeller en 1884 escribió sobre el sistema mercantil y su significado histórico, declaraba que el núcleo del mercantilismo no era sino la construcción del Estado. Para Cunningham el mercantilismo no era sino un sistema de poder. Estos cuatro autores analizaron cuatro aspectos diferentes del mercantilismo, dinero, protección, unificación y poder, pero cada uno de ellos se concentró en uno o dos de ellos. Heckscher retoma estos cuatro aspectos y añade un quinto, el mercantilismo como una cierta concepción de la sociedad (DURAN, SF)

---

<sup>1</sup> **Ventajas estáticas y ventajas dinámicas:** Las ventajas comparativas (o competitivas) que explican cómo y porqué una firma (región/país) tiene mejor desempeño que otra en el mercado (competitividad) pueden clasificarse, en principio, entre las "dadas" (estáticas), habitualmente asociadas a la dotación de factores de la producción o al acceso y disponibilidad de recursos y aquellas que los agentes económicos construyen y desarrollan a través del tiempo (dinámicas) mediante los procesos de aprendizaje y de adquisición de nuevos conocimientos, capacidades y habilidades. Estos esfuerzos, en definitiva, destinados centralmente al cambio tecnológico y la innovación, llevan a un proceso acumulativo en el cual el medio o contexto en que se desenvuelven los agentes puede cumplir un papel crucial.

## **Marco conceptual**

### **Cinco Fuerzas Porter**

La industria nacional o internacional se rige a las reglas de la competencia y lo principal es enfrentarlas y modificarlas a su propio beneficio ya sea que la empresa ofrezca un producto o servicio y siendo así se analizarán las Cinco Fuerzas de Porter clasificadas de la siguiente manera:

1. Amenaza de nuevos participantes
2. Amenaza de productos o servicio sustitutos
3. Poder de negociación con los proveedores
4. Poder de negociación con los clientes
5. Rivalidad entre competidores (Acosta, 2015)

Para Magretta Joan (2014) las Cinco Fuerzas de Porter es la competencia para obtener una utilidad más que conseguir una venta, para captar el valor creado por la empresa, visualiza su ámbito competitivo, lo importante no es ver si la industria es atractiva o no, sino para evaluar su desempeño en comparación con la competencia.

### **Participación del Mercado**

Para Adkins (2018) define a la Partición del Mercado como un porcentaje vendidos en productos o servicios. Para Adkins las medidas de participación del mercado podía ser amplias midiendo a la compañía dentro de las mismas industrias, los factores a utilizar son el volumen en dólares y el tamaño del mercado, es información obtenida en los estudios de gobierno publico si la empresa pertenece al estado mientras que una empresa sea privada uno llega a estar limitado haciendo suposiciones sobre su participación.

## **Plan de Marketing**

Según Hoyos (2016) define al plan de marketing como una bitácora de la empresa para plasmar estrategias, una herramienta que refleja el estado actual de la empresa con sus fortalezas y debilidades al igual que las oportunidades y las amenazas que rodean al entorno, está diseñado para periodo de un año, también ayuda a la organización a generar disciplina y supervisar sus actividades de forma sistemática y permanente.

## **Marketing Mix 7P**

Según Muñiz (2014) el Marketing Mix son una serie de herramientas que a través de la combinación se lograrían alcanzar las metas o los objetivos propuestos por la empresa, de acuerdo a su uso las diferentes variables se denominan las cuatro pes: Producto, Precio, Plaza y Promoción, cada una de estas variables dependen mucho de la otra, de un análisis del mercado y de la competencia y de las necesidades y facilidades para con el cliente.

## **Marco referencial**

### **Características de la fibra de alpaca**

Muchas son las características que tienen influencia en la transformación de la fibra en tejidos u otros terminales de uso, haciendo que el producto tenga una mayor rentabilidad y sea de preferencia para el consumidor. (Quispe, 2013)

Las principales características son: Coeficiente de variación del diámetro de la fibra (CV MDF) El coeficiente de variación del diámetro de la fibra (CVDF) es una medida de heterogeneidad del diámetro de las fibras dentro de un vellón y se expresa como el cociente entre la desviación estándar y el promedio multiplicado por 100, por lo tanto, su magnitud está expresada en porcentaje. Un vellón con CV MDF más bajo indica una mayor uniformidad de los diámetros de las fibras individuales dentro del vellón (McLennan y Lewer, 2005).

## **Comercio exterior**

El denominado comercio internacional o comercio exterior consiste en un intercambio ordinario, generalmente de productos a cambio de dinero, con la característica diferencial de que para poder realizar el intercambio se ha de atravesar una “frontera”. Como frontera se conoce tradicionalmente la aduana, límite geográfico a través del cual cada estado pretende controlar o dificultar la entrada o salida de productos. No obstante, también se ha de mencionar otra clase de obstáculos distintos de las aduanas: por ejemplo, aunque los bienes comercializados no tengan que pasar por una aduana o no deban pagar al menos derechos arancelarios en virtud de un tratado de libre comercio suscrito con el país de donde son originarias las mercancías, los suministradores pueden estar obligados a que sus productos cumplan determinadas normas técnicas distintas de las preceptivas en el país de origen de las mercancías.

También se suelen establecer controles sanitarios a los productos alimenticios, los cuales con la excusa de proteger la salud de los consumidores se emplean con frecuencia para frenar el acceso al mercado doméstico de determinados productos extranjeros. Las distintas legislaciones fiscales, las diferentes formas de pago, el encarar maneras de promocionar y distribuir el producto de manera diferente también podrían considerarse como “barreras” que sirven para distinguir entre comercio interior y comercio exterior. (Bustillo, 2015)

## **Matriz productiva**

La matriz productiva es un patrón importante para la Economía de un País, responde a las preguntas: ¿Qué producir? ¿Cómo producir? Y ¿Para quién producir?; es decir la que determina cuantitativamente cuál es el aporte de cada sector en la tarea de generar y crear: inversión, empleo y producción de bienes o servicios. El Ecuador está embarcado en el tren histórico del desarrollo y la innovación para alcanzar el cambio de la matriz productiva donde el ser humano esté por encima del capital. La economía en el Ecuador ha tenido un crecimiento



sostenible durante los últimos 7 años logrando expandirse al ritmo de América latina y el Caribe. (Villena, 2015)

Entre el año 2007 y el 2013 el país experimentó en promedio un crecimiento más alto que el alcanzado en los últimos 30 años en relación al PIB no petrolero, pasando de 3,4 % a un 5,1 %.

## **Marco Metodológico**

### **Método**

El método a utilizarse en el proyecto será descriptivo debido al uso de información recopilada y de datos numéricos para la revisión de criterios cuantitativos y cualitativos. Para reforzar este criterio Méndez (2003), indica que la investigación descriptiva utiliza criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura de los fenómenos en estudio, además ayuda a establecer comportamientos concretos mediante el manejo de técnicas específicas de recolección de información. Así, el estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.

Se utilizará este tipo de método porque se analizará la factibilidad financiera para prendas de vestir fabricadas de fibra de alpaca. Mediante el análisis de índices financieros y análisis estadísticos de los datos a través de un estudio de Mercado que permita conocer la demanda del café tostado molido.

El enfoque cualitativo “usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento. (Sampieri, 2003)

## **Enfoque del trabajo**

### **Estudios descriptivos**

El presente estudio implementará una investigación descriptiva para su desarrollo, la investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos. (Arias, 2012)

### **Método Analítico**

Para Lopera Diego, el método analítico da cuenta del objeto de estudio del grupo de investigación que en este trabajo se ocupa, con una rigurosa investigación documental, del método mismo que orienta su quehacer. Este método, empleado particularmente en las ciencias sociales y humanas, se define en el libro como un método científico aplicado al análisis de los discursos que pueden tener diversas formas de expresión, tales como las costumbres, el arte, los juegos lingüísticos y, de manera fundamental, la palabra hablada o escrita.

## **Herramientas y procedimientos para procesar información recopilada**

### **Fuentes primarias**

Este tipo de fuentes contienen información original es decir son de primera mano, son el resultado de ideas, conceptos, teorías y resultados de investigaciones. Contienen información directa antes de ser interpretada, o evaluado por otra persona. Las principales fuentes de información primaria son los libros, monografías, publicaciones periódicas, documentos oficiales o informe técnicos de instituciones públicas o privadas, tesis, trabajos presentados en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, artículos periodísticos, videos documentales, foros. (Rivera, 2015)

## **Tipo de investigación a usarse**

En este estudio se usarán fuentes de investigación primarias mediante la elaboración de entrevistas a expertos en el tema de producción y exportación de fibra de alpaca y cadena de distribución y fuentes de investigación secundarias tal como índices, estadísticas, informes, es decir usar información ya existente entre estas están: Pro-ecuador, Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC), Banco Central del Ecuador (BCE).

## **Marco Legal**

### **Ley de Corporación**

Según el Reglamento Personalidad Jurídica Organizaciones Sociales (2017), señala:

“Art. 9.- Son corporaciones las entidades de naturaleza asociativa, estable y organizada, conformada por un número mínimo de cinco miembros, expresada mediante acto constitutivo, colectivo y voluntario de sus miembros, cuya personalidad jurídica se encuentre aprobada y registrada por la institución competente del Estado, de conformidad con la ley y el presente Reglamento.

Sin perjuicio de lo establecido en la Constitución, la ley y lo que prescriban sus estatutos, las corporaciones tendrán como finalidad, la promoción y búsqueda del bien común de sus miembros, el bien público en general o de una colectividad en particular. Para efectos estadísticos y de clasificación, las corporaciones serán de primer, segundo y tercer grado. Corporaciones de primer grado: son aquellas que agrupan a personas naturales con un fin delimitado, tales como: asociaciones, clubes, comités, colegios profesionales y centros”.

### **Requisitos y procedimientos para aprobación de estatutos.**

Según el capítulo II del reglamento personalidad jurídica organizaciones sociales, decreto 193 (2017, pág. 4).

“Art. 12.- Requisitos y procedimiento. - Sin perjuicio de la facultad del presidente de la República para aprobar los estatutos de las corporaciones o fundaciones previstas en el

Código Civil, el representante de la organización que presente la solicitud de aprobación del estatuto y de reconocimiento de la personalidad jurídica a la cartera de Estado competente, deberá adjuntar los siguientes documentos, debidamente certificados por el secretario provisional de la organización:

1. Acta de la Asamblea General Constitutiva de la organización en formación, suscrita por todos los miembros fundadores, que contendrá:

A) Nombre de la organización;

B) Nombres y apellidos completos, nacionalidad y número del documento de identidad de cada uno de los miembros fundadores;

C) Voluntad de los miembros fundadores de constituir la misma;

D) Fines y objetivos generales que se propone la organización;

E) Nómina de la directiva provisional;

F) Nombres, apellidos y número del documento de identidad de la persona que se hará responsable de realizar el trámite de legalización de la organización, teléfono, correo electrónico y domicilio donde recibirá notificaciones;

G) Estatutos aprobados por la asamblea;

H) Indicación del lugar en que la organización social, en proceso de aprobación de la personalidad jurídica, tendrá su domicilio, con referencia de la calle, parroquia, cantón, provincia, número de teléfono, fax, o dirección de correo electrónico y casilla postal, en caso de tenerlos”.

### **Estándares de Calidad**

Al ser un producto que se expende en un mercado mundial, debe de desempeñar estándares de calidad que cumplan no solo requisitos de exportación, sino también del mercado destino. Para Inglaterra existe una organización que se encarga de regular los productos que se distribuyen dentro del país. The Food Standards Agency (FSA) promueve un consumo

saludable dentro de la región y es la encargada de determinar que productos son aptos para el consumo dentro de Inglaterra y cuales no lo son. Para esto, el café que se va a exportar debe de ser aprobado por la FSA, para un libre consumo y circulación en el mercado británico

### **Marco legal de la compañía: generalidades y procesos de constitución**

La empresa a constituir es una empresa de exportación de prendas de fibra de alpaca, “CEFRA SA” como su razón social. La cual es regulada por las normativas legales del Ecuador que son

- Ley de compañías
- Código civil
- Ley régimen tributario interno
- Código de comercio

Esa se encontrará regulada por las siguientes instituciones de orden público:

- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
- Servicio de Rentas Internas
- Ordenanzas Municipales
- Ministerio de Relaciones Laborales
- Cuerpo de Bomberos

El procedimiento de constitución de la compañía se conforma de la manera consecuente:

- Aprobación del nombre de la compañía: Enviar una solicitud a la Superintendencia de Compañías y Valores para reservar el nombre a utilizar, si el nombre no es propiedad de otra empresa se le otorgará en un periodo de 30 días.
- Composición del capital: La creación de una cuenta corporativa en una entidad bancaria con un porcentaje del capital societario de la empresa.
- Elevación de la escritura pública: La certificación de la escritura pública en una Notaría en presencia de un notario.

- Aceptación de la escritura de constitución de la compañía: luego haber notariado la constitución de la compañía se debe realizar en la Superintendencia de Compañías y Valores una solicitud será analizada por el Departamento Jurídico con el objetivo de emitir una Resolución Aprobatoria y se conceda la Escritura con un extracto de Publicación
- Anotaciones marginales: Se realizarán las correcciones emitidas por parte de la Superintendencia de Compañías y Valores.
- Registro de constitución de la compañía: Se registrará a la compañía en el Registro Mercantil contando con los siguientes requisitos:
  - Resolución aprobatoria
  - Nombramiento del Representante Legal: Se designará al representante legal con los siguientes documentos:
    - Cinco nombramientos originales
    - Acta de la primera Junta General de Accionistas
  - Registro del Nombramiento de Representante Legal: Se registrará al representante

Legal en el Registro Mercantil presentando los siguientes documentos:

- Cinco nombramientos originales
- Copia de la Cédula de Identidad y certificado de votación del Representante Legal.
- Aval de seguridad: Expedido por el Cuerpo de Bomberos para las instalaciones en las cuales estará domiciliada la empresa, para esto se debe contar con los extintores y requisitos de esta organización
- Obtención de R.U.C: Esto se efectúa en el Servicio de Rentas Internas presentando los formularios RUC01-A<sup>2</sup> y RUC-01-B<sup>3</sup>, luego de obtener el R.U.C se podrán emitir

---

<sup>2</sup> Inscripción y actualización de la información general del registro único de contribuyentes

<sup>3</sup> inscripción y actualización de los establecimientos de las sociedades sector privado y público

facturas y comprobantes de retención

- Registro del empleador del IESS: La empresa debe obtener un Número Patronal dentro del portal web del IESS.
- Obtención del permiso municipal: Obtener la patente municipal en la ciudad de Guayaquil, ya que ahí se domiciliará la empresa.

## **Capítulo III. Estudio técnico para la exportación de ropa de frío a base de fibra de alpaca a Copenhague**

### **Análisis de la industria nacional de la alpaca**

#### **Situación del sector textil ecuatoriano**

Latinoamérica sigue siendo una industria joven de la moda México, Brasil, Argentina ha sobresalido por la perseverancia, promoción y confianza de su industria. Los fashion weeks de Argentina, Brasil, Perú, Ecuador (también plataformas como designer book) Chile, México y Colombia han logrado captar la atención de escaparates de moda (revistas y programas de televisión) sumando los logros de las ferias y rondas de negocios que han abierto un abanico de posibilidades como el expo Guadalajara, México, que tiene cerca de 70 años y Colombia lleva la batuta en Sudamérica a raves de Colombiamoda y Colombiatex.

En 2015 Colombiatex recibió a 26 mil visitantes, 1899 compradores de 41 países (9.200 nacionales), mientras que Colombia moda, la feria más importante de América latina, supero ese mismo año a los 1.700 compradores y recibió 60 mil visitantes.

Y aunque Ecuador está lejos de lograr esas cifras, existe un evidente crecimiento en el consumo de marcas nacionales (alejándose de que lo nacional es malo) y cada vez, más, aparecen nuevas propuestas de moda y diseñadores que dinamizan el sector. “el consumidor es quien crea la industria porque eso obliga a los almacenes a complacer la demanda y al almacén a pedirles productos a los industriales” (Hernandez, 2018)

Referente al historial de la industria textil en el país, se puede sacar a relucir que sus inicios se remontan al proceso de revolución de la lana a tejidos, a comienzos del siglo XX cuando se realizó el comienzo del algodón como fibra para la tela en el año de 1950 y luego con productos que se elaboran a base de fibras de poliéster, seda, nylon, etc.

Durante medio último siglo el país ha convertido esta actividad como una de las más importantes, pues ocupa el segundo puesto en el sector manufacturero del país.



## Secciones CPC

incidencias anuales (en porcentajes)

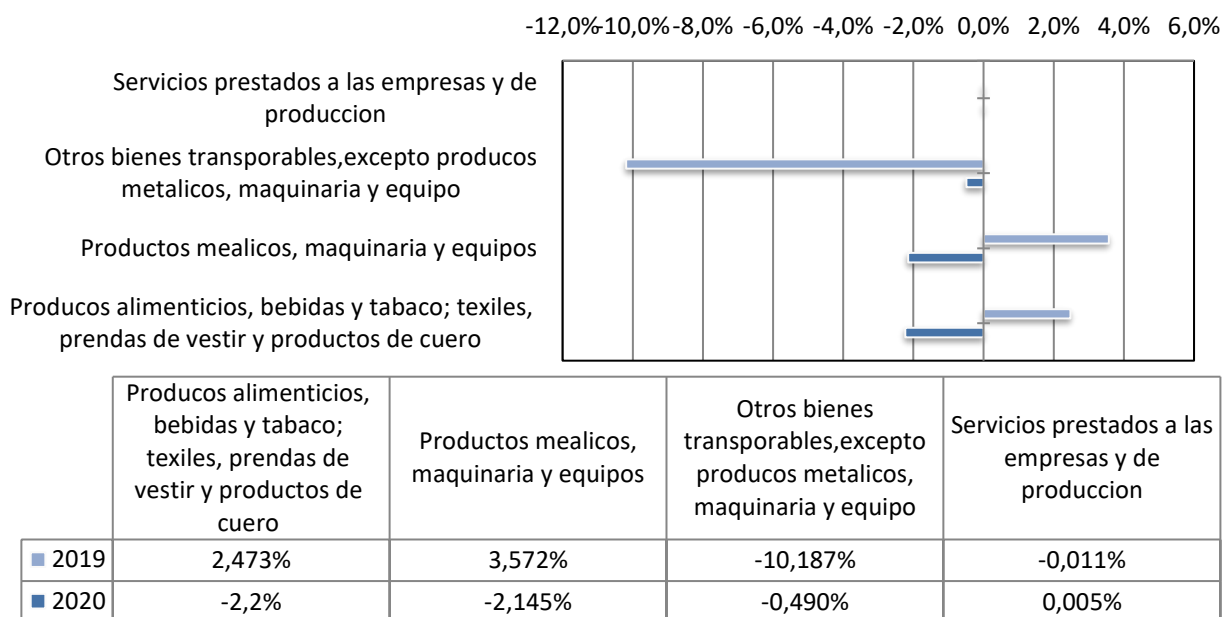


Figura 1. Secciones CPC. Tomado de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020

Debido a la emergencia sanitaria por el COVID-19, los resultados son calculados sobre una base del 54% de tomas de producción efectivamente levantadas desde las empresas informantes; para las tomas de producción que no pudieron ser recolectadas, se utilizó el proceso de imputación establecido en este tipo de indicadores, según las buenas prácticas estadísticas internacionales. (INEC, 2020)

Según cifras de la Superintendencia de Compañías (SC), el sector tiene registradas 2.304 empresas en el año 2013 que se dedican a la actividad textil, entre las organizaciones registradas como personas jurídicas y, que se encuentran bajo la codificación CIU 13 y 14, como fabricación de productos textiles y fabricación de prendas de vestir respectivamente. En el año 2014, el número de empresas disminuyó a 2.216 y en el año 2015 en 2.181. Esto refleja, una disminución promedio de 3% en el número de empresas del sector. En cuanto al número de personal ocupado entre las empresas mencionadas, existe una disminución en el número de empleados, entre el año 2013 y 2015. Las personas empleadas directamente disminuyeron de 19.870 a 17.823.

En lo que se refiere a cifras financieras correspondientes a los ingresos del sector textil, en el año 2013, generó 810 millones de dólares en ventas y utilidades por 50 millones de dólares; esto indica una rentabilidad promedio de 6%.

En el año 2014, las cifras de ingreso se incrementaron a 903 millones y las utilidades disminuyeron a 47 millones.

En el año 2015, las ventas disminuyeron a 865 millones y las utilidades a 31 millones. La rentabilidad promedio del sector disminuyó a 4%. (Reinoso, 2016). Las industrias se encontraban optimistas de su recuperación en 2019, aunque sabiendo que hay inestabilidad en el mercado. Recalcaban en alimentar las exportaciones, fortalecer mediante marketing a la industria nacional y solucionar el problema del contrabando, posibilitara mantenerse en la vía de crecimiento.

A inicios del 2020 las actividades junto a su demanda cayeron un 10% con relación al inicio del mes de enero 2019 correspondiente. Actualmente el sector textil es el que se encuentra más afectado entre nuestros otros sectores debido a la pandemia del COVID -19 en Ecuador.

Según Díaz, en este contexto, las empresas han tenido que reducir o suspender las jornadas laborales, y en otros casos, la opción ha sido despedir a sus trabajadores para mantener la sostenibilidad. El gremio no precisó la cifra de empleados que fueron despedidos. Charlie Dávila, presidente del directorio de la Aite, afirmó que, en medio de la paralización, las fábricas no han podido cubrir salarios, seguro social y otros montos. A pesar de haber implementado medidas como el teletrabajo en áreas administrativas y protocolos para evitar contagios de las personas que aún se encuentran en labores de producción, el sector textil se mantiene funcionando a un 15 o 20% de su capacidad. (EL COMERCIO, 2020)

## Industria textil de la alpaca en el Ecuador

### Generalidades de la fibra de alpaca



Figura 2. Características de la raza de las Alpacas.

Existen dos razas de alpacas diferentes, la alpaca Huacaya y alpaca Suri

La característica de la alpaca Suri

- Fibra lacia
- Más suave
- Finura de amplio rango 18 o 32 micrones
- Tipo dividido, deja al descubierto el dorso
- Mayor longitud
- Brillante con caracteres de pelo

- Mayor longitud
- Mechas colgantes y larga
- Menor cantidad
- Mas elástica

#### Las Caracterizas de Huacaya

- Mechas en forma de rulos
- Tipo enero, esponjoso, protege todo el cuerpo
- Finura de amplio rango 18 a 32 micrones
- Menos brillo parecido a la lana
- Menos suave
- Menor longitud
- Mayor densidad
- Menos elástica
- Tendencia a razonamiento

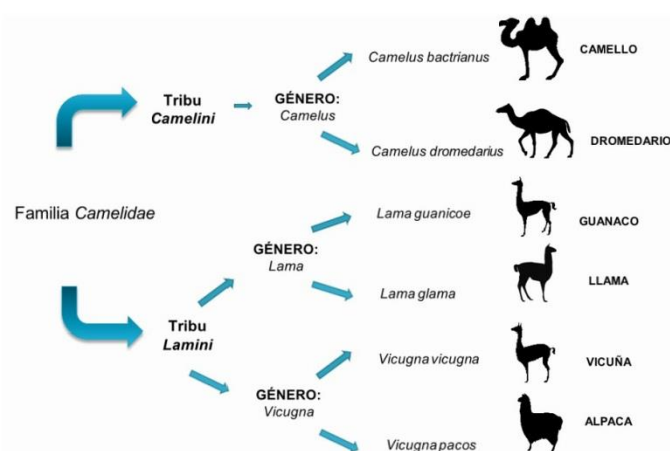
#### **Propiedades higroscópicas**

Las fibras de alpaca tienen la propiedad de absorber la humedad lo que permite que la piel respire. Durante el verano la piel se siente fresca y en invierno ayuda a conservar el calor, asimismo las precipitaciones no penetran fácilmente en las prendas de alpaca manteniendo a la persona que lo usa abrigado y seco. La fibra de alpaca es naturalmente hipo alérgico.

Nuestro primer historiador, Juan de Velasco, reporta la existencia de camélidos en el Reino de Quito, afirmando que había partidas de muchos miles con sus respectivos pastores. Desgraciadamente, la matanza indiscriminada que realizaron los españoles diezmo considerablemente a la población de camélidos. González Suárez hace referencia a grandes rebaños de llamas destinadas al culto del Chimborazo, las que fueron consumidas por orden de

la Real Audiencia de Quito, "porque los indios no se atrevían a tocar ni una cabeza de ganado aún en tiempo de mucha escasez, temiendo que el monte los castigara con heladas y otras calamidades". En 1876, el jesuita alemán Joseph Kohlberg se quejaba del reemplazo de la alpaca por la oveja europea, exclamando "¡Qué triste que, en el Ecuador, su propia tierra, deje escapar esta importante y muy valiosa fuente de recursos!" Efectivamente, la fibra de alpaca ha sido y es una de las más cotizadas en el mercado mundial de tejidos, sobre todo en Inglaterra, Estados Unidos e Italia, países con gran demanda de esta fibra. (Eduardo, 2014)

La alpaca es el productor de fibra más importante de las especies de camélidos sudamericanos, y se estima que más de 1,5 millones de habitantes en la sierra del Perú viven exclusivamente de la crianza de alpacas. La industria textil considera a la fibra de alpaca como una fibra especial y las prendas que se confeccionan con ellas, están clasificadas como artículos de lujo. En las últimas décadas el interés por la producción de camélidos sudamericanos domésticos ha crecido a nivel mundial, debido principalmente a las características de su fibra que compete en el mercado internacional con las fibras más finas. Esto ha incrementado el interés de productores e investigadores de los principales países involucrados con la producción de fibra de alpaca por definir las características relacionadas a la producción de fibra, con el fin de instaurar programas de mejoramiento genético. (Valdez, 2017) En el mercado, cada alpaca tiene un costo de USD 700.



*Figura 3.* La familia Camelidae está formada por dos tribu. Tomado en Camelini y los Lamini. Elaborado por autores.

### Ubicación geográfica



*Figura 4.* Provincias dónde se registra concentración de alpacas, Elaborado por autores.

Azuay, Chimborazo, Cotopaxi, Bolívar, Cañar, Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Carchi, Loja las provincias en la cuales se registra la mayor concentración de alpacas es en la provincia de Chimborazo que se encuentra con el 48.62% del ganado Auquénido.

Tirira (2007) señala que en la actualidad no existen llamas ni alpacas en estado silvestre; son animales domesticados por campesinos e indígenas en varios países andinos, especialmente Ecuador y Perú. Se encuentran fundamentalmente en los Andes a elevaciones de hasta 4 800 msnm. En el Ecuador se lo encuentra en la Sierra, en climas fríos, templados y alto andinos. Su hábitat natural es el páramo, pero por tratarse de un animal introducido se lo puede encontrar en valles interandinos e incluso en zonas tropicales. Es especialmente común en las provincias de Cotopaxi y Chimborazo. (Boada & Vallejo, 2017)

Tabla 1.  
Organizaciones gremiales

ORGANIZACIONES GREMIALES	
Empresas	Descripción
ACONTEX	Es una asociación de confeccionistas textiles que promueve el desarrollo de conocimiento de sus asociados.
AITE (asociación de industrias y textiles)	Es una entidad gremial sin fines de lucro, con personería jurídica propia, constituida mediante aprobación conferida por el Acuerdo Ejecutivo No. 222 de 30 de septiembre de 1943, se rige por la norma legal anotada, por el ordenamiento jurídico de la República del Ecuador.
CEDICONTEX (Centro de diseño confecciones)	Es un Centro de Capacitación del Sector Textil de la CAPEIPI, que dictan cursos en diseño aplicado a la moda, patronaje, confección, producción y negocios.
TE VESTIMOS ECUADOR (GOBIERNO)	Impulsa la producción textil de la Economía Popular y Solidaria
HEIFER ECUADOR	Una organización sin fines de lucro que ha trabajado desde el inicio con las familias alpaqueras, buscando mejorar la vida de los artesanos.

A lo que a costo de producción respecta la alpaca se comercializa en us\$700 aproximadamente. Las alpacas tienen sus pezuñas suaves, no afectan a los humedales ni compactan el suelo y no dañan su alrededor lo que es muy beneficiosa inclusive para el medio ambiente. Y la forma que son sus mandíbulas les impide arrancar de raíz las plantas, y se pueden alimentan sin dañar o malograr la flora de páramo. En las ferias de Guamote hay decenas de compradores que ofrecen hasta USD 0,80 por cada libra de fibras de alpaca, mientras que los vellones de borrego se venden a USD 0,10 por libra sin procesar.

### **Proceso de producción de fibra de alpaca en ecuador**

#### **Organizaciones gremiales**

Aquí mostramos las organizaciones gremiales del ecuador. Estas están dispuestas a brindar apoyo de varios tipos a las comunidades alpaqueras.

#### **Organizaciones Gremiales del Sector Textil**

##### **Empresas relacionadas**

Se obtiene fibra de Alpaca de forma artesanal, a través del esquilado, una vez que ya apta madurez para ser esquilada. No existe una industria completa desarrollada en este campo, puesto que la generalidad de empresas que se dedican al proceso de las fibras y prendas de alpaca corresponden mayormente comunidades indígenas ubicadas en provincias de la sierra. A continuación, principales comunidades y negocios dedicadas a la producción de fibra de alpaca:

*Tabla 2.*

#### *Empresas relacionadas con la producción de alpaca en Ecuador*

Empresas relacionadas		
Empresas	Ubicación	Descripción



Artesalinas	Guaranda	<p>Es un emprendimiento comunitario que les permite tener una fuente de trabajo e ingresos económicos que aportan a mejorar la calidad de vida de sus familias. A través de la capacitación en tejido, mejoran la calidad de sus productos con el fin de llegar a ser reconocidas como pioneras en elaboración de artesanías en fibras naturales en el Ecuador.</p>
Inga alpaca	Cumbaya	<p>Es una empresa familiar, ecológicamente amigable, involucrada en la cría de alpaca por más de 9 años. Sus instalaciones están ubicadas en las cordilleras occidentales de los Andes ecuatorianos, cerca de la ciudad capital de Quito, en una pequeña montaña llamada El Inga. Son más conocidos por sus productos de alpaca 100% puros garantizados, como madejas de lana, telas y tejidos, fabricados con los más altos estándares de control de calidad disponibles en la industria.</p>
Hosh	Quito	<p>Es una empresa que se encarga de diseñar vestuario reversible y/o multifuncional para reducir el consumo de ropa de quienes los</p>

		<p>prefieren, de esta manera no sólo ahorras dinero, sino que además los ayudas a disminuir el consumo de materia prima que es la lana de alpaca y de oveja.</p>
Hilana	Valle de los chillos	<p>Es una fábrica dedicada a cardar, hilar y tejer lanas provenientes de la sierra andina para transformarlas en hermosos y exclusivos artículos con diseños clásicos y motivos inspirados del exquisito arte pre-colombino.</p>
Paqocha	Tumbaco, pichincha Ecuador	<p>Trabajan el proceso artesanal de la fibra de alpaca en el ecuador. Desarrollan alternativas productivas en manejo de páramos y crianza de camélidos. Apoyan en procesos de capacitación en manejo de camélidos y manejo de normas para la fibra de alpaca. Desarrollan turismo de sitio en base al proceso de la alpaca en el ecuador.</p>

### **Análisis comparativo de la producción de fibra de alpaca**

Si bien el mercado de fibra de alpaca se está expandiendo a una tasa de crecimiento impresionante, los actores del mercado tienen como objetivo producir fibra de alpaca con una calidad aún mejor para atraer a más consumidores. Como los altos méritos genéticos pueden

conducir a la producción de grandes cantidades de fibra de alpaca de alta calidad, los fabricantes en el mercado de fibra de alpaca están haciendo esfuerzos para proporcionar alimentos nutritivos a las alpacas. La nutrición tiene un impacto significativo en la salud y las capacidades de reproducción de las alpacas y, en última instancia, ayuda a obtener fibra de alpaca más suave y de alta calidad. Los principales fabricantes y distribuidores en el mercado de fibra de alpaca están invirtiendo fuertemente en nutrición de alpaca para poder ofrecer la mejor calidad de fibra de alpaca y obtener una ventaja competitiva en el mercado de fibra de alpaca. (FACT.MR)

La exportación de alpaca (fibra de alpaca) alcanzó US\$ 39.6 millones entre enero y mayo de este año (-14.7%) y tuvo a Italia como su primer destino debido a su creciente demanda. China redujo sus pedidos y se posicionó en el segundo lugar, reportó la gerencia de manufacturas de la asociación de Exportadores (ADEX).

A mayo último, el mercado italiano y el ‘gigante asiático’ demandaron conjuntamente el 83.5% del total de fibra de alpaca peruana cardada. Los despachos al país europeo (Italia) (US\$ 19.1 millones) aumentaron en 117.6%, el monto más alto respecto a periodos similares de años anteriores. En tanto, los envíos a China (US\$ 13.9 millones) sufrieron una contracción de 58%. (Exportación de fibra de alpaca: Italia desplazó a China como principal destino, 2019)

Según Gateway Alpaca, en la actualidad Perú es responsable del 80 % de la producción a nivel mundial. Sin embargo, la población de alpacas crece a un ritmo de entre el 15 y el 18 % en Australia y Estados Unidos, lo que a su vez incrementa la producción de esta fibra. Si la producción en Sudamérica se mantiene constante, algo que no ha cambiado durante los últimos 100 años, en 2020 Estados Unidos producirá entre el 20 y el 30 % de la lana de alpaca en el mundo. Australia también ha comenzado a importar alpacas a China, así que se abre la posibilidad de que ese país cree un proceso de producción de integración vertical propio para

fabricar productos de alpaca en el futuro. (siicex, 2016)

### Exportaciones de prendas de vestir a Europa

Las exportaciones de prendas de vestir de alpaca a Europa totalizaron al 2017, US\$12 millones, decreciendo en -9,8%. Este decrecimiento se explica por las menores compras de Alemania (-2,4%), Francia (-2,5%), Reino Unido (-26,2%) y Suiza (-26,5%). Tres países concentran el 83% de los envíos de fibras e hilados, Italia que concentra el 53% de las exportaciones, Noruega que acumula el 20% y Suecia que participa con el 9%. Entre los países más dinámicos se encuentran, Reino Unido (+36,4%), Alemania (+23,7%), Francia (+87,7%) y Lituania (+323,6%). (Oportunidades comerciales para prendas de alpaca en Europa, 2018)

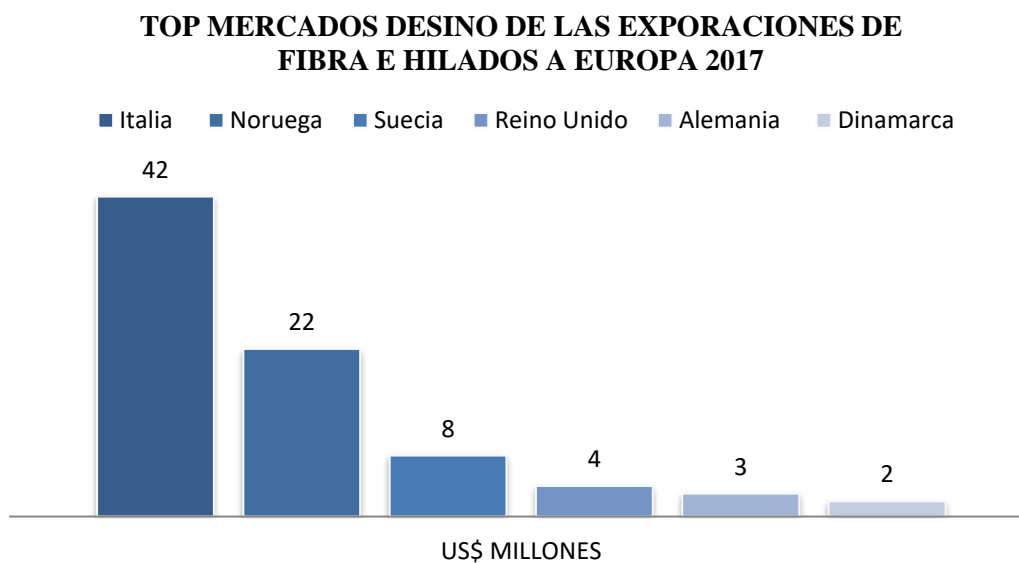


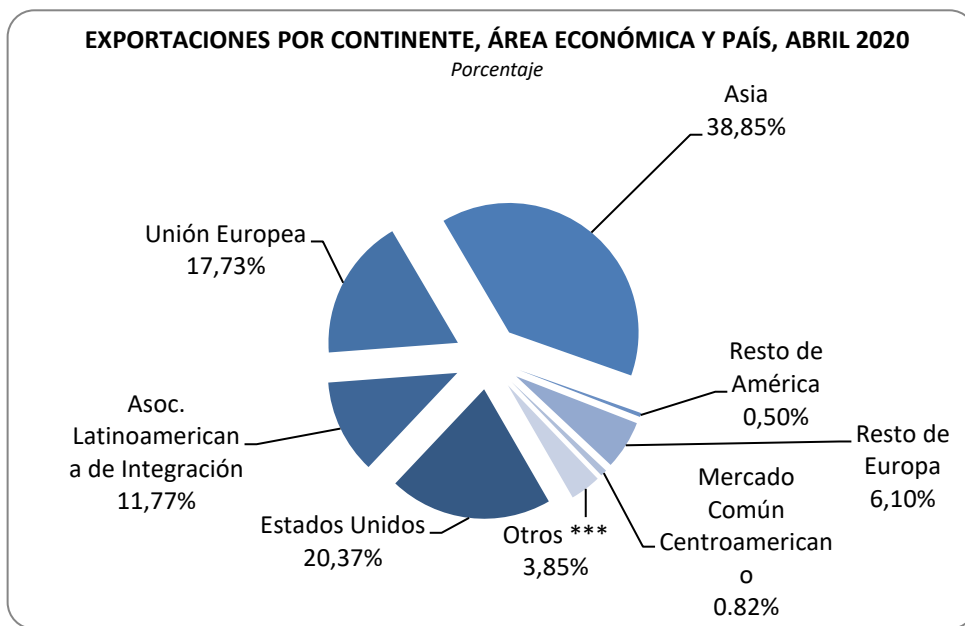
Figura 5. Top cinco mercados de las exportaciones de fibras e hilados a Europa

### Análisis comparativo de las características de la fibra alpaca y otras fibras textiles

Dentro de las Fibras Nobles del Mundo destinadas a textiles, la de la alpaca es la única que presenta tal variedad. Por otro lado, es importante resaltar sus propiedades térmicas, que superan de lejos a la lana de oveja, la más difundida en el mundo entero, dejando 65 atrás al mohair y al cashmere también, de igual modo es más resistente que cualquiera de los

anteriormente mencionados. Las personas que visten prendas hechas de fibra de Alpaca aprecian sus cualidades térmicas y su resistente fibra, tomando en cuenta que tiene como propiedad ser impermeable y anti inflamable. Estas y muchas otras razones convierten a las prendas y accesorios hechos de fibra de ALPACA en un producto tentador, elegante y durable, que al usarlas producen esa especial sensación de estar integrado a la naturaleza. (Vega Quezada & Guitierrez Jaramillo, 2003)

Según cifras del Banco Central del Ecuador las Exportaciones del ecuador a la unión europea son del 17.7% como lo explica la tabla



*Figura 6* Exportaciones por continente.

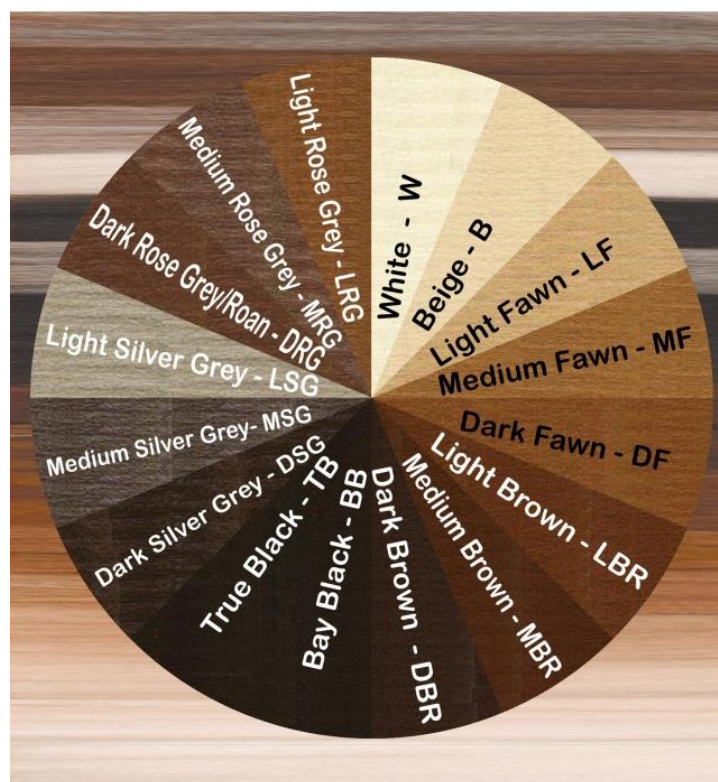
Otros\*\*\* Canadá, Reino Unido, Asoc. Europea de Libre Comercio, África, Oceanía y Otros Países NEP. (Banco Cenral del Ecuador, 2020)

Tabla 3.

Comparación fibra de Alpaca y Cachemir

	Alpaca	Cachemir	¿Por qué?
Aislamiento Térmico	Excelente	Moderado	La fibra de alpaca es muy fino entre 16 y 30 micras, y tiene un único núcleo hueco aislante.
Resistencia de la fibra	Excelente	Moderado	La fibra de alpaca es muy fuerte que resulta en una ropa más duradera.
Comodidad	Excelente	Excelente	Ambas fibras son muy cómodas, debido a el número de micras de baja.
Absorción de agua	Excelente	Excelente	Ambas fibras son resistentes al agua, en comparación con otras fibras naturales.
Resistencia al desgaste	Excelente	Moderado	Cachemir es mucho más propenso a "pilling" debido a su corta longitud y la estructura delicada.
Resistencia a las arrugas	Excelente	Moderado	La alpaca es mucho más resistente a la deformación. Este material excelente para llevar de viaje.
Resistencia a la elasticidad	Excelente	Pobre	Cachemir extiende fácilmente y con frecuencia "se aferra a usted.
Fuente - Exclusividad	Alpaca - Raro	Cabra - Común	China produce en masa más del 67% de todos los productos de cachemira.

Existen 22 colores naturales distintos y al mezclar las fibras de diferentes colores puede producirse una infinidad de colores naturales, variando desde el blanco, las tonalidades cremas, tonos marrones, colores plata, grises y el negro. EL color café va desde la crema hasta el café oscuro, el gris claro y oscuro y el negro azabache y brillante. La variedad de colores de la fibra de alpaca constituye una ventaja sobre las otras fibras naturales porque es la que más colores ofrece, sin embargo la fibra de color blanco es la más comercial puesto que es más fácil de teñir lo que ocasiona que se busque que las alpacas sean solo de ese color creándose el problema de que los otros colores desaparezcan (Alpacas Peru, 2015).



*Figura 6.* Muestra de colores naturales de la fibra de Alpaca. Tomado de La Vigna Alpacas, 2020

## **Capítulo IV. Estudio de Mercado de prendas de fibra de alpaca**

### **Análisis de la oferta de prendas de fibra de alpaca en Dinamarca**

Los países nórdicos, es un concepto geográfico dentro del cual se encuentran 5 naciones europeas: Dinamarca, Suecia, Noruega, Finlandia e Islandia. Estos países poseen los Índices de Desarrollo Humano (IDH) más altos del mundo, pues están dentro de las economías más ricas, con un PBI per cápita promedio de 41,000 euros, con una población cercana a los 25 millones de habitantes. Este mercado ha mostrado tener una mayor resistencia ante la crisis europea, debido principalmente a políticas fiscales. Se caracterizan por tener una elevada calidad de vida, y un nivel de consumo superior a otros países de Europa.

Adicionalmente a estas características, el consumidor nórdico valora las fibras naturales, el comercio justo, y considera atrayente esa combinación entre lo ecológico y lujoso; además por las condiciones climáticas que favorecen la demanda de prendas en alpaca. Dinamarca con una población de 5,5 millones de habitantes y Suecia con 9,4 millones, son los jugadores más importantes dentro de la industria de la moda de los países nórdicos y también de los países con mayor consumo de la moda. Dinamarca es conocida como el “bridgehead” de los países nórdicos y junto con Suecia representan los mercados más importantes del rubro textil de los 5 países Nórdicos. Esto es en parte debido a la posición geográfica que interrelaciona con el resto de la UE, así también porque son líderes en la industria y lo han sido durante décadas. Dinamarca ha ganado el reconocimiento mundial como una nación de diseño y la expresión "diseño danés" se utilizan a menudo como marca y es referente de calidad y diseño. (Departamento de la Industria de la Vestimenta, 2011)

### **Análisis de la demanda de productos textiles de alpaca en Dinamarca**

El danés promedio tiene un gusto por la lana, las fibras y los materiales naturales. Además, la lana es parte de una tradición larga y una fibra preferida para la ropa de invierno. La fibra de Alpaca se debe posicionar en el alto segmento de las lanas y los consumidores potenciales son personas con un buen poder adquisitivo. Otras personas se conforman más



fácilmente con las prendas mezcladas con porcentajes de 5 a 30% de alpaca. Ofrecer buenas mezclas con un precio atractivo puede amplificar el público objetivo.

Entre los consumidores se encuentran diferentes perfiles:

- Familias que quieren comprar el mejor producto para sus bebés. El motivo para comprar prendas de alpaca son las características de ser una fibra suave y natural. El mercado de bebés (y niños) puede también ser un mercado difícil por la alta rotación de la ropa debido al crecimiento del bebé.
- Personas mayores de edad que inviertan tiempo en su hábito de compra: tienen un buen poder adquisitivo, y aunque a veces no compran mucho, regresan a comprar por la calidad.
- Personas de gusto altos en el ámbito de la moda conscientes de marcas, diseño y materiales sostenibles. Consumidores de gama alta también buscan materiales exclusivos para la casa, como para textiles de hogar.

## **Contexto estratégico**

### **Análisis Pest –Dinamarca.**

#### **Aspecto económico de Dinamarca**

Dinamarca es una economía muy sostenible a nivel mundial pues se encuentra en el número 36 por su volumen de PIB. La deuda publica en el año 2019 estuvo aproximada de 103.170 millones de euros, la deuda del 33,2% del PIB, su deuda es per capital de 17.769 Euros por habitante. La última tasa de variación anual del IPC publicada en Dinamarca es mayo del 2020 y fue del 0%.

El PIB per cápita de Dinamarca tiene un excelente indicador del nivel de vida que puedas tener en dicho país en el 2019, la cual estuvo 53.430 Euro, en esto Dinamarca quiere decir que está en el ranking 11 quiere decir que su población tiene un buen nivel de vida en relación de los 196 países que conforman este ranking del PIB per capital. También es muy

significativo que el salario medio de los habitantes daneses esta entre los salarios más altos del mundo. (Datos Macro, 2019)

El sector agrícola sólo contribuye 1,1% del PIB y emplea a 2,3% de la población. Sin embargo, Dinamarca es un exportador importante de productos agrícolas (alrededor de 22% de sus exportaciones). Casi toda la tierra danesa se usa para la agricultura; hay más de 50.000 ganaderos en Dinamarca. Cerca de 90% del ingreso agrícola del país proviene de la producción ganadera.

Dinamarca tiene recursos naturales limitados, un hecho que obstaculiza el desarrollo de la industria pesada. Por lo tanto, Dinamarca tiene muchas reservas de petróleo y gas para proyectar su independencia energética. Actualmente se autorizó la minería de uranio en el territorio danés de Groenlandia. Dinamarca es uno de los máximos productores mundiales de turbinas de viento; exporta 85% de su producción. Los sectores con mayor actividad son la industrias química, farmacéutica y biotecnológica. La industria emplea a casi 20% de la población activa y contribuye 22,5% del PIB. (SA, 2020)

### **Aspectos políticos**

En Dinamarca la política se basa en la monarquía parlamentaria que tiene como soberana a la reina Margarita II y también se rige por la Constitución aprobada el 5 de junio de 1953. El pueblo danés la califican como una excelente constitución, eficiente y bien organizada, en la que se basa en una alta participación de los ciudadanos con el país.

El sistema electoral es proporcional y el elevado número de fuerzas políticas que se presentan a las elecciones permite que muchos partidos estén representados en el Parlamento. Además, la barrera electoral es del dos por ciento, por lo que no hace falta lograr demasiados votos para tener representación parlamentaria. Después de las elecciones legislativas, el Monarca/a nombra Primer Ministro al líder del partido que gano las elecciones por el voto del

pueblo, para un mandato de cuatro años. A continuación, el Monarca designa el gobierno, llamado Consejo de Estado, atendiendo a las recomendaciones del Primer Ministro. La legislatura es unicameral El parlamento, llamado Asamblea popular, es la autoridad legislativa suprema y sus miembros son elegidos para un mandato de cuatro años mediante sufragio universal, el cual está basado en el sistema de representación proporcional. Con una moción de censura el parlamento puede forzar la dimisión de todo el gobierno. (SA, 2020)

### **Tramite de importación a Dinamarca**

Normalmente para las mercaderías que entren a Dinamarca tiene dos formas de tramites la cual la primera es las importaciones que pesen menos de 1.000 kg o con el valor comercial menor de 1.000 EUR es suficiente con una declaración verbal en la aduana de Dinamarca y hay que presentar las facturas de dicho producto que entra al mercado de Dinamarca.

En otro caso para las importaciones que pasen los valores antes dados deberían presentar en la aduana de Dinamarca estos ítems Una declaración recapitulativa ya sea estos que ingresen por transporte marítimo o aéreo, para que el comprador pueda retirar la mercadería en Dinamarca.

Una declaración de derecho común o con sus iniciales son DUA (Documento único administrativo) para que con dicho documento y los demás documentos de la mercadería se pueda retirar la mercadería en aduana. Los formularios que hay que llenar en la DUA puede ser fácil de obtener en la cámara de comercio, también otro beneficio que nos dan es poder acceder de una plataforma informática de despachos de aduana luego para las operaciones intracomunitarias se deberá enviar el papeleo al servicio de aduanas dicha declaración de intercambio o la declaración Intrata.

Dentro de las normas SAFE, promovidas por la Organización Mundial de Aduanas(OMA), la unión europea ha implementado procedimientos en el ámbito de la seguridad esto se llama "Sistema de control de las importaciones", la misión importante de dicha entidad es asegurar las mercancías en el instante que entran a territorio Europeo, este sistema está en vigor desde el 1 de enero de 2011. Desde dicha fecha todos los operadores de territorio europeo están obligados a hacer una declaración sumaria de entrada (ENS"Summary Declaration") en la aduana del país de entrada, antes que la mercadería pase al mercado de destino y al consumidor.

### **Aspectos sociales**

Desde principios de la década Copenhague ha llamado mucho interés de la comunidad de la moda y del buen vestir estas ya sean con fibra de animales. Tanto es el punto que las mujeres de Copenhague son consideradas hoy las nuevas heat de la moda: su estilo es muy llamativo por lo que son tan práctico y tan estético al mismo tiempo es ahora el más deseado, analizado y copiado gracias a un fenómeno que se alimenta cada fashion week celebrada en la capital danesa en febrero y agosto.

Para definir el perfil de consumidor para productos de alpaca es importante incluir la visión. El perfil abajo está basado en entrevistas y encuestas con:

### **Imagen del consumidor actual**

#### **Características:**

- Género femenino
- Edad: 35 - 65 años
- Ingresos: clase media-alta a clase alta
- Baja sensibilidad al precio
- Consciente del medio ambiente
- Consciente de la calidad

La imagen del consumidor actual inclina al público objetivo para productos de alpaca. Es por eso que algunas personas nos dicen específicamente que la inclusión de jóvenes a llamarle la atención la ropa de alpaca puede amplificar el mercado. Hoy en día las personas con mayoría de edad son las que tienen mejores recursos económicos para poder comprar esta ropa de alta calidad, pero hay más consumidores en el segmento medio-alto que están dispuestos a pagar por calidad y respeto al medio ambiente. Se debe llegar a un público nuevo, joven y con conciencia global.

### **Aspectos tecnológicos**

El uso de dispositivos móviles en Dinamarca ha causado un gran auge para que empresas deseen publicar sus productos mediante esta vía, por lo cual la ropa y en este caso la ropa de fibra de alpaca no se queda atrás por lo que muchas tiendas que se encargan de la comercialización de dichas vestimentas hacen la mayoría de publicidad mediante redes sociales para acatar su clientela, dando muchas promociones y facilidades de entrega.

Análisis cinco fuerzas de Michael Porter

### **Rivalidad entre competidores**

Las prendas que provienen de fibra de alpaca, están en toda su explotación hacia el mercado mundial, pero el sector donde se encuentra que es el textil y manufacturero son los mercados más competitivos en el mundo, por lo que no solo se basa en las prendas de textil que provienen de la fibra de los animales sino también de los que vienen del algodón y los materiales sintéticos.

Las importaciones de fibra de alpaca pueden dar una característica parcialmente por el gran porcentaje de competidores fuera de Europa por ende el cambio de las monedas. Como principal competidor de ropa hecha con fibra de alpaca aparece China, específicamente de tejidos de punto. Luego aparecen algunos países en América del sur y de Europa como Italia, Portugal y Rumania también exportan productos textiles a Dinamarca.

En el mercado de Dinamarca, hay alta competitividad entre empresas dedicadas a la moda y que venden prendas de fibra de alpaca debido a su alta calidad y diseños ideales para la época invernal, por lo consiguiente existen pocas empresas que solo están dispuestas a la venta de prendas de alpaca por lo que no cuenta con mucha variedad de prendas que puedan cubrir, por lo cual no solo necesitan de las prendas de vestir a base de fibra de alpaca sino también en la confianza de sus clientes y nuevos clientes para darles una variedad en prendas a ellos.

### **Amenaza de nuevos competidores**

Hay una gran oferta de fibra de Alpaca provenientes de algunos países estos sean en América o Asia, dicha industria no se encuentra del todo desarrollada en Ecuador en comparación a otros países de la región andina, pero con compromiso y ayuda del gobierno podemos explotar este campo están formando las bases sólidas para competir al mismo nivel de otros países como Perú, Chile y Bolivia que son una fuerza en esta industria a nivel regional.

La fibra de alpaca es un producto de alta calidad, por ende, la amenaza de nuevos competidores es alta, el mercado actual cuenta con un competidor directo en la región de América por ejemplo Perú. Al momento el país de Chile comienza a exportar más fibra de alpaca al mercado europeo basándose en el alto nivel de exportación que tiene Perú.

### **Amenaza de productos sustitutos**

Los productos sustitutos de la fibra de alpaca, pueden ser no sólo las prendas a base de fibra de oveja, sino a las demás fibras textiles en general, como algodón, poliéster, cachemir y demás fibras que brinden a los clientes comodidad, suavidad y acabos de calidad e innovación. Para este efecto, lo que primero haremos es que la empresa se ponga como meta dar productos de alta calidad a través de una estrategia de ventaja competitiva fomentada en los diseños, puesto que sólo así es posible conseguir un espacio dentro de un mercado tan competitivo como es la venta de ropa.

### **Poder de negociación de los clientes**

Hay que tomar en cuenta que es un producto tradicional y representativo de varios países, no existen productos parecidos que fomenten que los clientes ejerzan deseos en el mercado, pero si se evalúa su valor comercial, como una materia prima en dicho mercado, el poder de negociación del cliente y vendedor es considerado para que el producto sea elegido.

El mercado textil se caracteriza por ser uno de los mejores y más grande en el ámbito de la economía para el mundo, por lo que las tendencias que hacen las mejores marcas son significativas cifras de dinero para mover la economía en el mundo, al momento de vender un producto, y aumenta su valor sin considerar los costos de producción, debido al consumismo. Lo cual esto es aprovechado por la industria, maximizando sus formas de presentar sus diseños ahora que existe la tendencia al uso de prendas a base de tejidos originarios de la fibra de animales como los camellos, Vicuñas y Alpacas.

### **Negociación de los proveedores**

En el país existen pocos lugares y la mayoría son comunidades indígenas las cuales son dirigidas por mujeres donde se realiza la cría de alpacas y se confecciona la ropa de alpaca manualmente, principalmente en la región Sierra del país para ser exacto en provincia de Chimborazo es la que mayor crías tiene, por lo que el poder de negociación de los proveedores puede considerarse elevados. Con un acuerdo entre las asociaciones y las comunidades indígenas los cuales son los encargados de producir la materia prima, poderlos ayudar para que piensen en exportar para el mundo y no solo para el consumo local del país.

### **Análisis FODA**

Nuestro análisis FODA lo podemos hacer a partir del análisis PEST y del análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter, para conocer nuestras oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas.

## **Fortaleza**

- Nuestro producto al ser de fibra de alpaca es muy factible utilizar diferentes medios de transporte estos ya sean marítimo o aéreo, por nuestro lado para el exportador le resulta más económico enviar su producto vía marítima.
- La fibra de alpaca tiene muchos beneficios comerciales, que nos resulta con un valor más alto con respecto a otras fibras de otros animales, además es mucho más suave con respecto de las demás.
- Al mercado que nosotros nos vamos a dirigir es conocido por ser muy sobrio al momento de escoger sus prendas y en eso nos vamos a enfocar con nuestros diseños.
- Establecer nuestro producto en el mercado danés como un producto necesario por el frío y de buen costo.
- Nuestro producto es 100% de fibra de alpaca manufacturado a mano a diferencia de otros países que le ponen poca fibra y son hecho con máquinas.

## **Oportunidades**

- La demanda de ropa de frío de fibra de alpaca es la más alta (82,9%) dentro de las demás prendas de vestir, en los últimos años a nivel mundial se ha notado un aumento significativo en el mercado por el prestigio que ha alcanzado por su calidad y buen precio para el mercado internacional.
- Apoyo en las exportaciones por parte de entidades gubernamentales como Pro Ecuador
- La ropa de fibra de alpaca es muy apetecida en el mercado danés por lo que viven constantemente en clima frío, y nuestro producto tiene la ventaja de ser altamente térmico para el cuerpo humano.
- En Dinamarca aún no tiene nuestro producto con nuestras confecciones seremos los pioneros en exportar dicho producto al mercado danés.



## **Debilidades**

- La baja producción de ropa de alpaca por parte de nuestras comunidades indígenas.
- La falta de visión de nuestras comunidades indígenas para no solo pensar en vender aquí dentro del país sino también para exportarlo a nivel internacional.
- Bajo nivel de competitividad dentro de las comunidades de la región interandina para la producción de nuestro producto.
- Tenemos poca materia prima (alpaca) a diferencia de nuestros competidores directo que son China y Perú.

## **Amenazas**

- La fibra de alpaca tiene muchos competidores que se encuentran bien posicionados en el mercado internacional como el cashmere y el mohair.
- La exportación de fibra de alpaca ha crecido anualmente pero el mercado exportador de China ha sacado ventaja por su bajo costo de mano de obra y maquinaria que producen más rápido las prendas de vestir.
- Por motivo de la pandemia se ha recortado las exportaciones a mercados extranjeros lo cual ha bajado mucho la venta.
- Otros países quieren abrir paso en la producción de alpaca.

## **Matriz consolidada FODA**

Aquí les presentamos nuestra matriz consolidada con los principales ítems sobre nuestra exportación de ropa de frio a base de fibra alpaca al mercado de Dinamarca.

Tabla 4.

Matriz consolidada FODA

<b>FORTALEZA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad de los diseñadores para hacer un producto llamativo</li> <li>• Producto 100% manufacturado</li> <li>• Venta rápida en el mercado de destino</li> <li>• Gran aceptación de dichas prendas de fibra de alpaca en mercados internacionales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayuda de Pro Ecuador para el sector textilero en el país.</li> <li>• Fácil de transportar ya sea esta vía aérea o marítima</li> <li>• Somos pioneros en el mercado para exportar el producto</li> <li>• En Dinamarca si clima permite para que su población siempre tenga que estar abrigada.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baja producción de nuestras comunidades indígenas</li> <li>• Poca mentalidad de pensar en grande de las comunidades que se encarga de la producción</li> <li>• Deficiente cultura exportadora</li> <li>• Productores carecen de capital para el desarrollo de la materia prima.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenemos fuertes competidores a nivel mundial</li> <li>• Precios más económicos que los diferentes competidores</li> <li>• La discontinuidad de políticas favorables para la exportación por cambios de gobierno.</li> </ul>

<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>
Convenios con comunidades indígenas para maximizar la producción	Diferencia entre los exportadores de América latina.
Dar un producto de calidad a los consumidores	Producto de calidad 100% manufacturado
<b>ESTRATEGIA DO</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
Dar un producto de calidad para el consumidor	Innovación en los diseños de buzos.
Bajar el costo de flete.	Producto de alta calidad.

Habiendo hecho el análisis FODA para la implementación del producto propuesto por nosotros se pueden determinar las siguientes estrategias de oportunidades de mercado para la comercialización de nuestro producto. Con la Asociación de Industrias Textiles Ecuatorianas se pueden lograr convenios con comunidades indígenas para que puedas distribuirnos el producto a la cantidad que nosotros necesitamos para nuestra exportación.

### **Análisis de la cadena de valor**

#### **Actividades de principales**

#### **Infraestructura**

Los proveedores están ubicados en la región interandina del país exactamente en las provincias de Chimborazo y Bolívar, donde hay una buena cantidad de comunidades indígenas dedicadas a la confección a mano 100% de ropa de frío a base de fibra de alpaca, siendo esto su principal ingreso económico.

## **Gestión de recursos humanos**

La gestión de recursos humanos dentro de la compañía se realizará en base a pre requisitos de los postulantes, los cuales serán:

Jefe financiero:

- Graduado de carreras a fines de comercio y finanzas.
- 2 años de experiencias es cargos iguales o similares.
- Proactivo.
- Dominio del idioma inglés.

Jefe de operaciones:

- Graduado de carreras a fines de comercio y finanzas
- 2 años de experiencia en cargos iguales o similares.
- Dominio del idioma inglés.
- Elaborar los presupuestos de la producción.

Jefe de ventas:

- Graduado en carrera de ventas y de precio o fines
- 2 años de experiencias en cargos iguales o similares.
- Capacitación en servicio al cliente
- Conocimientos avanzados de Microsoft.

Jefe de logística y exportaciones:

- Graduado de carrera de comercio y finanzas, administración de empresa o fines.
- 3 años de experiencia en cargos iguales o similares.
- Manejo de incoterms.
- Conocimientos avanzados de Microsoft.

### **Desarrollo de tecnología**

La compañía contara con equipos de cómputos con sistema de inventario y a su vez tecnología, acorde a la razón social de la empresa, para el manejo de la compañía en el ámbito de maquinarias.

### **Compras**

El proceso de compras se la realizara bajo previo análisis del personal del departamento de compra, para poder receiptar la mercadería que sea necesaria para la exportación, la mercadería viene desde la región de la sierra.

### **Logística interna**

Se contacta con los textileros de nuestra región interandina para hacerles la cotización de cuanta mercadería necesitamos y en qué tiempo estaría lista aquella mercadería para su exportación a Dinamarca.

El proceso de logística interna empieza con el jefe de compras, el cual se acerca a los lugares productores para poder adquirir los diferentes productos que se necesiten. Una vez que se haga el proceso de compras, se da el 50% en efectivo y el otro 50% se da al momento que nos entreguen toda la mercadería en un plazo de 7 días. La mercadería llega a la bodega de la

compañía, la cual es revisada por el jefe de logística para poder realizar la contabilidad de los productos.

### **Logística externa**

Al momento que se organice el plan de exportación se debe saber cómo le gustaría al cliente el proceso de exportación, si desea por transporte marítimo o transporte aéreo, dependiendo de lo que elija varía el precio.

Cuando se envía el producto recibimos el 50% del costo total de la mercadería enviada luego el otro 50% nos envían cuando la mercadería haya llegado al destino final, en las bodegas del comprador.

### **Operaciones**

Se comienza con una transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, dicho documento puede ser adjuntado con una factura o proforma y el documento con el que se tenga previo al embarque de la mercadería, dicho documento no es una simple intención de poner la mercadería en embarque, es una declaración que crea un vínculo legal y con sus obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte de la compañía exportadora. Los datos que contienen en la DAE son:

- Del exportador o compañía exportadora declarante.
- Descripción de mercancía por ítem de factura,
- Datos del consignante.
- Destino de la carga y cuanta cantidad se envía.
- Peso y detalle del producto que se va a exportar.

Los documentos digitales que van adjunto a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Cuando la DAE da por aceptada, la mercancía va a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

### **Marketing y ventas**

El proceso de venta se realizó mediante una difusión de inventario de un catálogo virtual en la cual interesados en productos de alpaca dieron el visto bueno para la exportación de aquellos.

La mercadería se venderá bajo línea blanca sin marca para que el importador coloque su propia etiqueta y su propia marca para que pueda comercializar su producto en el lugar de destino de la mercadería.

### **Metodología**

#### **Tipos de investigación**

El tipo de investigación a realizar será, un estudio de campo que estará dividido en dos fases; una exploraría y otra, concluyente de subtipo descriptiva. La investigación exploratoria indagará el qué, cómo y porqué del problema de la marca de la marca asociado con el comportamiento del consumidor. Se hará uso de herramientas cualitativas en esta fase y aquellos hallazgos serán tentativos. A su vez la investigación descriptiva permitirá contrastar los resultados de la fase exploratoria con datos representativos a población mediante el uso de

la herramienta cuantitativa mediante el análisis estadístico multivariante, para el hallazgo de 74 resultados relevantes que permitirán una toma de decisión en giro al plan de marketing a proponer en este proyecto.

### **Estudio descriptivo**

Se utiliza para analizar de qué manera es y cómo se presenta un determinado fenómeno y los componentes del mismo; otorga la capacidad de realizar un estudio por medio del análisis de uno o varios de sus atributos.

### **Estudio exploratorio**

Es por medio de este estudio que se puede acceder al primer nivel de investigación de un problema, el objetivo es formular un problema en particular para desarrollar de forma más precisa una investigación o establecer una hipótesis. Este es mayormente utilizado cuando el objeto de estudio ha sido poco estudiado o no lo ha sido antes. Este se ha elegido debido a que se parte de un problema para la realización de la investigación, con el objetivo de corroborar la hipótesis generada con anterioridad.

### **Población y muestra**

El presente proyecto se desarrolla en un mercado ubicado en Europa, por lo que el uso de encuestas hacia nuestro mercado específico resulta poco factible, pero para obtener datos verídicos y reales se optará la realización de entrevistas a profundidad, el cual arrojará datos cualitativos.

### **Instrumentos de recopilación de información.**

- Fuente de información primaria: Se procedió a realizar entrevistas a expertos del sector y del mercado danés para obtener mayor conocimiento del país de destino del presente proyecto.
- Fuente de información secundaria: Libros, revistas científicas y artículos digitales como



## **Formato de cuestionario de preguntas para la entrevista a profundidad**

### **Entrevista a Exportadores**

**Andrea Espinel Silva**

#### **Jefe de operaciones, MUNDITRANSPORT**

1. Qué oportunidades usted ve en el mercado de Dinamarca

El mercado danés es un mercado caracterizado por la exigencia de productos de calidad y a su vez productos que cuiden el medio ambiente durante su proceso. Es un mercado agradable económicamente.

2. Como ha visto la evolución en los procesos de la exportación de fibra de alpaca

La exportación de fibra de alpaca ha ido mejorando con el pasar de los años tomando en cuenta la cantidad de exportación de este material en Perú.

2. Que prenda sabe usted que se exporta más en fibra de alpaca

Los abrigos son prendas que se exporta en gran cantidad.

3. En qué situación se encuentran las exportaciones del Ecuador debido al COVID-19 en el Ecuador

Durante la pandemia la exportación disminuyó un poco por el temor de las personas a enfermarse, pero poco a poco se ha ido retomando el ritmo en las exportaciones

4. Que programas sabe usted que existen para exportadores de textiles del Ecuador

Existen algunos programas ofrecidos por PROECUADOR para beneficio de los exportadores.

5. Cuál es el volumen aproximado de exportación de prendas de fibra de la alpaca

La exportación de prendas de fibra de alpaca ha ido mejorando durante los últimos años, esperamos que, dentro de poco este tipo de productos, sean claves para la economía ecuatoriana

## Modelo Encuesta al consumidor de Dinamarca

1. ¿Conoce Ud. sobre los abrigos de material orgánico como la fibra de animales?

Al menos en Europa la ropa de fibra de alpaca es muy buena y ayuda mucho, ya que acá el clima es frío.

2. ¿Cuál es su inversión en ropa de frío al año?

Acá gastamos mucho en ropa de frío, ya que el clima acá lo obliga.

3. ¿Qué abrigos piensa que es mejor para el frío los abrigos de material orgánico o los de material sintético?

Los de material orgánico son mejores.

4. ¿Ha utilizado alguna vez abrigos de lana de oveja?

Claro, esos abrigos llaman mucho la atención por su calidad.

5. ¿Con qué frecuencia compra Ud. Abrigos?

Al menos unas 5 veces al año, ya que a veces se me pierden.

6. ¿Entre los abrigos de fibra de lana de oveja y fibra de alpaca cual prefiere para su uso y por qué?

La fibra de alpaca maneja otro tipo de calidad, es muy buena y abriga mejor que el de oveja.

7. ¿Conoce alguna tienda donde vendan estos productos?

Si, aquí hay algunas tiendas que venden estos productos. Airydress es una de ellas.

8. ¿Considera que es una característica indispensable que las prendas sean elaboradas de manera artesanal?

No es indispensable, pero es mucho mejor.

9. ¿Cuáles serían los puntos clave que evaluaría al momento de comprar una prenda con base en fibra de alpaca?

La calidad del producto y su precio.

### **Modelo de entrevista a presidente de la asociación de textiles en Ecuador**

1. ¿Qué percepción tiene el mercado extranjero sobre la ropa a base de fibra de alpaca?

La ropa a base de fibra de alpaca llama mucho la atención por la calidad.

2. ¿Cuál es la producción anual de las prendas de fibra de alpaca?

Aquí en Ecuador aproximadamente se produce unas 800 toneladas de productos a base de fibra de alpaca.

3. ¿Cuáles serían los puntos clave que evaluaría al momento de vender una prenda con base de fibra de alpaca?

La producción que solicitan y el precio que pagan.

4. ¿En qué época del año se efectúa mayor volumen de venta de estas prendas?

Durante los meses de julio a octubre

5. ¿Qué tipo de prendas de fibra de alpaca se vende con mayor volumen?

Los abrigos son prendas que más se comercializan.

6. ¿Cómo es el proceso de la fibra de alpaca?

Primero se lleva a cabo el proceso de selección de alpaca, para ver si está apta para el proceso, de ahí se comienza el proceso de separación de la calidad de vellones y por

colores separando las impurezas, luego de sacar las impurezas, la lana es hilada en una rueca manual o en rueca de pedal.

7. ¿Qué tiempo se toma este proceso?

Dicho proceso tarda 30 min, tratando de eliminar todo resto de la raíz en la lana.

8. ¿En qué afecto la pandemia a la producción de fibra de alpaca?

La pandemia afecta a todos los negocios y más los negocios de exportación. Ya que las personas tenían miedo de adquirir productos de países con mayor índice de contagios.

## Capítulo V. La empresa

### La comuna

Las prendas las que utilizaremos serán adquiridas de dos diferentes proveedores los cuales nos hemos asegurado de que cumplan con procesos sustentables para las alpacas referentes al esquilado.

Contaremos con la producción de la empresa “Arte Salinas”, una organización comunitaria de la parroquia Salinas, ubicada en el Salinerito, salinas de Guaranda en que se dedica a la elaboración y comercialización de prendas en fibra de alpaca, oveja, etc., que cuentan con más de 40 años de experiencia en tejidos. Ellos nos pueden entregar una producción de 1.500 abrigos fibra de alpaca mensuales y 1.500 bufandas de fibra de alpaca.

La “Asociación de Mujeres en Pulinguí” es la segunda comuna la cual contaremos entre nuestros proveedores este se encuentra ubicada en la comunidad de Pulingui a 21 km desde el centro del cantón Guano. Cuentan con una gran diversidad de productos con diseños andinos y modelos exclusivos. Cuentan con más de veinte años de experiencia, sus artesanías cumplen con estándares de calidad y diseños innovadores. Ellos nos proveerán de 2.000 de los abrigos de fibra de alpaca para su exportación.

Iniciaremos con un capital inicial de \$90.986,00 el cual lo estará dividido como se explica en el siguiente cuadro

Tabla 5

Capital de la empresa

Tabla 6.

*Capital societario*

Capital Societario		
Paula Marrasquin	\$22.746,50	25%
Jefferson Franco	\$22.746,50	25%
Préstamo Bancario	\$45.493,00	50%

**Filosofía empresarial: misión, visión, objetivos y valores**

**Misión**

Complacer las necesidades del mercado textil de prendas de fibra de alpaca a través de procesos de mejora continua en un ambiente de trabajo armonioso, encaminado en la satisfacción del cliente, el respeto al medio ambiente y contribuyendo al progreso social y económico de nuestro país.

**Visión**

Ser una empresa de clase mundial manteniendo un crecimiento sostenible, diversificándose poco a poco en nuevas oportunidades de negocios, para lograr el liderazgo en el mercado.

**Objetivos.**

Posicionar una empresa ecuatoriana que apoya la creatividad y buen gusto de nuestros artesanos y que busca ser respetable internacionalmente por entregar productos de calidad  
Contando con procesos responsables y por conllevar con el progreso del país con nuevas alternativas.

## **Valores**

### **Respeto**

Tratar a todas las personas por igual, valorar su trabajo y corregir los errores, es un trato de respeto. Cuando las personas son respetadas se sienten aceptadas y motivadas por seguir con sus trabajos y desarrollando sus capacidades personales y laborales.

### **Autocrítica**

Tener la capacidad de analizar, cada cierto tiempo, las actividades y resultados de la empresa es una manera de evaluar cuáles son las fortalezas y debilidades que tiene la institución, por ende, los trabajadores. Esto forma parte de saber asumir los aciertos y errores cometidos.

### **Constancia**

A través de la constancia y la perseverancia se alcanzan objetivos. Ser constante significa trabajar y luchar por un logro, superar pruebas y no dejarse vencer por los errores o adversidades.

### **Responsabilidad social**

Es un valor empresarial y social que se refiere al compromiso que tiene una empresa o corporación con la comunidad donde se ubica. La finalidad es generar y poner en práctica diversas iniciativas y actividades que contribuyan a mejorar la vida en comunidad.

### **Disciplina**

La disciplina de las personas se refleja en los resultados de su trabajo. Ser disciplinado se relaciona con la puntualidad, seguir las normas, ser proactivo, proponerse alcanzar objetivos y ser exigente. Por medio de la disciplina también se logran las metas.

## Tipo de Organización

En este proyecto utilizaremos la organización vertical, se basa en la estructura jerárquica piramidal, dentro del organismo participan funcionarios y técnicos del organigrama.

## Estructura organizacional: organigrama y descripción de perfiles y funciones

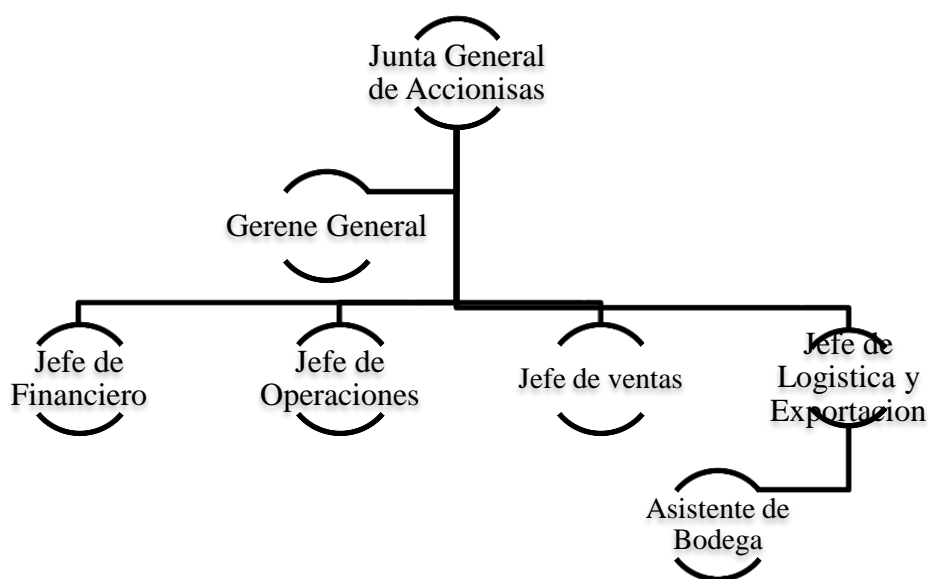


Figura 7 Organigrama

Posteriormente pasamos a explicar las funciones de los siguientes trabajadores explicados en el organigrama ya que son los puestos más importantes de la empresa. Nuestra meta es crecer exponencialmente y así le iremos sumando más colaboradores a nuestro organigrama.

<b>CARGO:</b>	<b>GERENTE GENERAL</b>
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA</b>	JUNA DE ACCIONISTAS
<b>PERFIL</b>	DESCRIPCION DEL CARGO
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Profesional titulado en:</b></li> </ul>	Ayudar a Identificar nuevos mercados



<b>Administración de empresas, Marketing, Finanzas o carreras afines</b>	potenciales y vendedores potenciales de las prendas, que permitan el desarrollo y crecimiento de la empresa.
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Experiencia mínima 1 año</b></li> <li>▪ <b>Dominio del inglés avanzado</b></li> <li>▪ <b>Liderazgo</b></li> <li>▪ <b>Responsable</b></li> <li>▪ <b>Aptitudes y valores similares a la empresa.</b></li> <li>▪ <b>Compromiso con la empresa</b></li> </ul>	<p>Diseñar presupuestos y proyecciones de las ventas.</p> <p>Mantener a los colaboradores motivados en realizar sus responsabilidades.</p>

*Figura 8* Funciones del Gerente General

<b>CARGO:</b>	<b>JEFE FINANCIERO</b>
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>	GERENTE GENERAL
<b>PERFÍL</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Profesional titulado en: Auditoria, CPA o carreras afines.</b></li> <li>▪ <b>Experiencia mínima de 2 años en confidenciales del área financiera. Cargos similares.</b></li> <li>▪ <b>Manejo de documentos supervisar los estados</b></li> </ul>	<p>Sus responsabilidades será la elaboración de la nómina y trabajará junto con el área administrativa</p> <p>La emisión de pagos de proveedores y acreedores</p> <p>Analizar de manera exacta la información contable relacionada la empresa y del</p>

<b>financieros, confidenciales</b> <b>proyecciones y presupuestos.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Capacidad de trabajo bajo presión</b></li> <li>▪ <b>Toma de decisiones oportuna</b></li> </ul>	manejo de documentos contables
--	--------------------------------

*Figura 9* Funciones del Jefe financiero

<b>CARGO:</b>	<b>JEFE DE LOGÍSTICA</b>
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>	GERENTE GENERAL
<b>PERFIL</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Profesional Titulado en Marketing, Comercio Exterior, Negocios Internacionales Ingeniería Comercial carreras afines.</b></li> <li>▪ <b>Experiencia comprobada de 3 años en cargos similares</b></li> <li>▪ <b>Dominio de exportaciones.</b></li> <li>▪ <b>Habilidad negociar con proveedores y clientes.</b></li> <li>▪ <b>Proactivo</b></li> </ul>	<p>Supervisar el trabajo realizado por sus subordinados y el manejo eficiente de los recursos de su área.</p> <p>Realizar el proceso de compra, contacto con los artesanos</p> <p>Deberá elaborar los presupuestos de la producción que se pretenda realizar mensualmente, para lo cual contará con la ayuda de un asistente de diseño.</p> <p>Responsable de las bodegas y de la correcta logística de la mercancía</p>

---

Analizar de forma detallada los canales de comercialización de los productos de la empresa.

Promoción internacional, procesos de exportación, trámites aduaneros y documentos.

---

*Figura 10* Funciones del Jefe financiero

<b>CARGO:</b>	<b>JEFE DE VENTAS</b>
<b>DEPENDENCIA JERÁRQUICA:</b>	GERENTE GENERAL
<b>PERFIL</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ <b>Profesional Titulado en Marketing, Comercio Exterior, Ventas, Negocios Internacionales Ingeniería Comercial carreras afines.</b></li><li>▪ <b>Experiencia comprobada de 3 años en cargos similares</b></li><li>▪ <b>Liderazgo</b></li><li>▪ <b>Poder de negociación</b></li><li>▪ <b>Actualización constante en tendencias de la industria de la moda</b></li></ul>	<p>Realizar el proceso de compra, contacto con los artesanos.</p> <p>Deberá elaborar los presupuestos de la producción junto al financiero que se pretenda realizar mensualmente, para lo cual contará con la ayuda de un asistente.</p>

---

*Figura 11* Funciones de Jefe de ventas

## **Mercado meta.**

El presente trabajo enfoca como su mercado objetivo a Dinamarca, específicamente a la ciudad de Copenhague.

Los factores a considerar para la selección de este mercado es la poca introducción de ese producto, también se toma en consideración que Dinamarca cuenta con una considerable demanda o clientes potenciales que es lo que nos interesa para esta investigación.

## **Segmentación**

Para la segmentación del mercado se tomará en cuenta tres criterios los cuales son: demográfico, socioeconómico y geográfico.

Geográfico: Como se mencionó anteriormente el mercado meta elegido para este trabajo es Dinamarca, específicamente se dirigirá a la capital de este país es decir a Copenhague.

Demográfico: El producto será dirigido a los habitantes masculinos y femeninos de 20 años de edad en adelante que residan en Copenhague.

Socioeconómico: El producto será destinado a toda persona de clase media- alta cuyos ingresos le permitan adquirir el producto.

## **Estimación de la demanda y precio del producto.**

La siguiente tabla muestra a los 5 principales países proveedores de prendas de fibra de alpaca, según la partida arancelaria 610210, de Dinamarca y su comportamiento en los 3 últimos años. Como se puede apreciar en la tabla el comportamiento de las importaciones de cada uno de estos países varía en cada año de manera diferente. Entre los principales países proveedores de este producto podemos ver a la China en primera posición seguido por Myanmar en segunda, Alemania en tercera, Suecia en cuarta, Reino unido estos países son aquellos que muestran cantidades significantes en las importaciones de Dinamarca de prendas

de fibra de alpaca.

Tabla 7

(Trade Map, 2019)

Exportadores	Cantidad importada, Toneladas 2017	Cantidad importada, Toneladas 2018	Cantidad importada, Toneladas 2019
<b>Mundo</b>	1378	1755	2151
<b>Myanmar</b>	257	452	915
<b>China</b>	453	561	681
<b>Alemania</b>	278	254	208
<b>Reino Unido</b>	21	35	98
<b>Suecia</b>	77	148	79

Para establecer la posible demanda que se podría tener del producto se tomara en consideración los datos obtenidos de los cinco principales proveedores de Dinamarca, los cuales son Myanmar, China, Alemania, Reino Unido, Suecia. En los últimos tres años los valores importados de cada uno de los países mencionados han variado positiva y negativamente. Myanmar es el país cuyos valores importados superan al resto, las exportaciones de este país hacia Dinamarca aun a pesar de ser mayores que la de las naciones han decaído gradualmente en los últimos años.

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Dinamarca  
 Producto : 6102 Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto, para mujeres o niñas (exc. trajes sastre, conjuntos, chaquetas "sacos", incl. los "blazer", vestidos, faldas, faldas pantalón y pantalones)

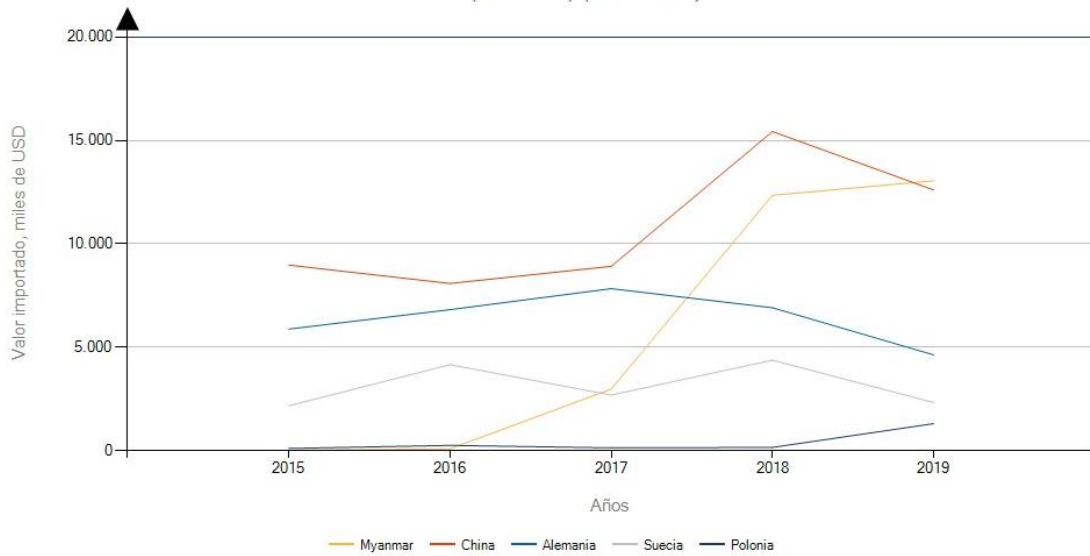


Figura 12 Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Dinamarca. (trade map, 2019)

De acuerdo a los datos obtenidos por medio de Trade map Ecuador no exporta prendas de fibra de alpaca, según partida arancelaria 610210<sup>4</sup> y 610110<sup>5</sup>, hacia Dinamarca. De acuerdo a la tabla presentada a continuación Ecuador en el periodo 2015-2019 exporto este producto mayormente a estos países, y en los dos últimos años la exportación de ese producto ha ido disminuyendo.

Importadores	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
<b>Mundo</b>	370	447	343	201	156

<sup>4</sup> Producto: 610210 Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. trajes sastre, conjuntos, chaquetas "sacos", incl. los "blazer", vestidos, faldas, faldas pantalón y pantalones)

<sup>5</sup> Producto: 610110 Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto, para hombres o niños (exc. trajes o ternos, conjuntos, chaquetas "sacos", incl. los "blazer", y pantalones)

<b>México</b>	289	245	210	122	122
<b>Colombia</b>	41	7	23	25	9
<b>Bolivia, Estado</b>	7	6	1	1	5
<b>Plurinacional</b>					
<b>Perú</b>	0	0	1	0	5
<b>Panamá</b>	0	0	0	12	4
<b>Estados Unidos de</b>	24	156	72	34	4
<b>América</b>					
<b>Guatemala</b>	0	10	34	3	2

*Figura 13* Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador  
(Trade Map, 2019)

En esta tabla podemos ver la lista de los mercados proveedores para un producto importado por Dinamarca con la partida arancelaria 610110, observamos que Dinamarca si posee demanda de las prendas de fibra de alpaca. Ya que en 2019 importaron 555 toneladas, mayormente desde China, seguido por Alemania siendo el segundo país que exporta a Dinamarca prendas de fibras de alpaca.

Tabla 8

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Dinamarca en toneladas.

Exportadores	2017	2018	2019
	<b>Cantidad importada, Toneladas</b>	<b>Cantidad importada, Toneladas</b>	<b>Cantidad importada, Toneladas</b>

<b>Mundo</b>	715	695	555
<b>China</b>	234	186	213
<b>Alemania</b>	74	84	109
<b>Suecia</b>	91	109	20
<b>Reino Unido</b>	111	38	35
<b>Italia</b>	34	48	38
<b>Países Bajos</b>	45	43	21

**Matriz ansoff**

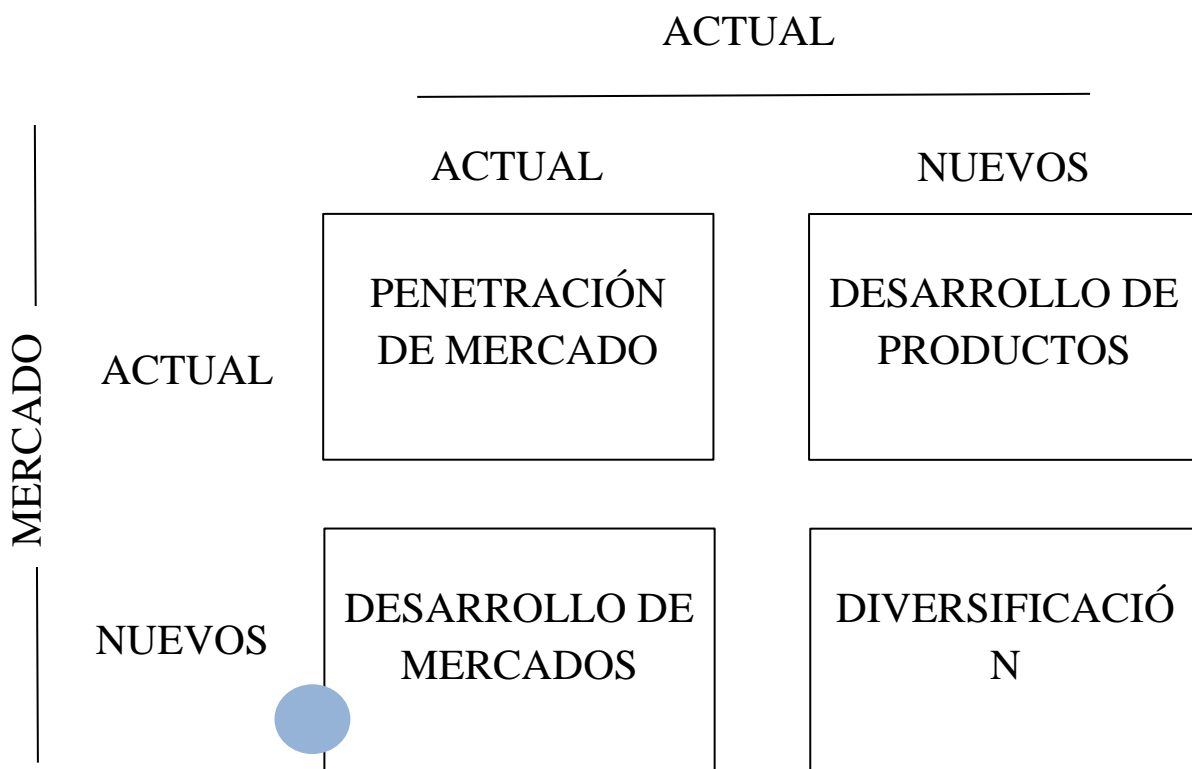


Figura 14 Matriz Ansoff



De acuerdo a la Matriz Ansoff, la compañía se encuentra ubicada en el tercer cuadrante, el cual se refiere al desarrollo de mercados, debido a que, los productos de fibra de alpaca son productos existentes y la introducción al mercado danés es algo nuevo para estos productos, es decir mercado nuevo producto existente.

### **Dimensión logística del proyecto**

Proceso de exportación

El proceso de exportación a ejecutar constara con los siguientes pasos

Pedimento de mercadería del cliente

1. Revisar stock en el inventario
2. Expende y facturar el pedido del cliente
3. Seguimiento de la mercancía y costos de exportación
4. Cotizaciones
5. La confirmación del cliente de la realización del proceso exportador
6. Trasladar a aduana
7. Aforo y aprobación por parte de la aduana
8. Acomodar la mercadería en el buque de carga
9. Zarpe del buque hacia su puerto de destino
10. Notificación y monitoreo de la carga al cliente
11. La carga llega a puerto de destino
12. El importador recibe la carga en el puerto de destino

### **Términos De Negociación Comercial**

“CEFRA SA” basará sus negociaciones con el Incoterms FOB (Free on Board), que traducido al español significa "Libre a Bordo" y lo que se podemos decir es que el exportador

realiza el desembolso cuando la carga sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque. Debe pagar el exportador los costes de transporte interno y manipuleo de la carga hasta que traspasa la borda del buque, los demás gastos que incurra la carga corren por cuenta del importador.

### **Responsabilidades Del Exportador**

- Presentar facturas con todo lo que se rige con la ley, licencia para exportar y lo referente que pide la SENA E para exportaciones de Ecuador al mundo.
- Dependiendo de la Incoterms cubrir costo de entrega hasta el lugar pactado con el comprador.
- Realizar el despacho aduanero (documentos, permisos, requisitos, impuestos, etc.).
- Embalaje requerido para el transporte.
- Cubrir con un seguro todos los costos que lleve la mercadería del país de origen al país de destino.

### **Responsabilidades Del Importador**

- Pagar con anticipación el valor total del producto, y el 60% del costo del flete, el otro 40% faltante se lo cancela cuando la mercadería este en el país de destino.
- Importación, autorizaciones y demás requisitos tenerlos en orden y con las licencias requeridas listas.
- El importador deberá pagar los gastos que se den en el país de destino ya este sea la des aduanización y nacionalización del producto.
- Una vez la mercadería llegue al puerto de destino cualquier anomalía que pase

la mercadería ya es de total responsabilidad del importador.

- El importa es el encargado de llevar la mercadería desde el puerto de destino a sus bodegas.

## **Marketing Mix**

### **Producto**

CEFRA S.A., es una empresa dedicada a la exportación de productos como bufandas, abrigos fabricados de fibra de alpaca a la ciudad de Copenhague ubicada en el país de Dinamarca. Estos productos son fabricados dentro de varias ciudades del Ecuador para luego ser exportados a dicha ciudad.

Logo



*Figura 15* Logo de la compañía

El logo de la compañía está formado por un círculo que quiere dar a entender que es el planeta tierra, dicho círculo es de tonos azules, los cuales según el significado de colores transmite confianza seguridad y calma, que es lo que se quiere brindar a los clientes. Y a su vez, tiene una franja blanca con una figura que se asemeja a un avión, que quiere dar a entender que hablamos de transporte.

El nombre de la compañía CEFRA S.A. se refiere a las iniciales de los apellidos de los socios de la empresa, como lo son Cevallos Marrasquin Y Franco Holguín.

## **Modelo de las prendas a exportar**

### **Sweater bicolor**

Material: lana de alpaca. Hipo alergénica, ligera y cálida. Sus fibras contienen bolsas de aire microscópicas que hacen que las prendas sean livianas y delicadas al mismo tiempo que actúan como excelentes aislantes.

Único y con estilo: sweater bicolor con cuello redondo, tejido completamente a mano. Casual, suave al tacto, ligero y muy abrigado. Ideal para temporadas frías o de invierno, 100% alpaca

Increíblemente cómodo: línea de ropa muy versátil, funcional y cómoda. Colores vibrantes, diseño atractivo. Perfecto para el uso diario, se combina con casi todo.

Color: Disponible en white, light silver-grey y bay black.

Tallas s m l xl

Diseñado y fabricado en el Ecuador.

### **Sweater pomp knit**

Material: 100% lana de alpaca. Hipo alergénica, ligera y cálida. Sus fibras contienen bolsas de aire microscópicas que hacen que las prendas sean livianas y delicadas al mismo tiempo que actúan como excelentes aislantes.

Único y con estilo: sweater pomp knit, tejido completamente a mano. Casual, suave al tacto, ligero y muy abrigado. Ideal para temporadas frías o de invierno, 100% alpaca.

Increíblemente cómodo: línea de ropa muy versátil, funcional y cómoda. Colores vibrantes, diseño atractivo. Perfecto para el uso diario, se combina con casi todo.

Color: disponible en azul, white, bay black, burgundi

Tallas s l m xl

Diseñado y fabricado en el ecuador.

### **Sweater tejido**

Material: 100% lana de alpaca. Hipo alergénica, ligera y cálida. Sus fibras contienen bolsas de aire microscópicas que hacen que las prendas sean livianas y delicadas al mismo tiempo que actúan como excelentes aislantes.

Único y con estilo: Sweater tejido completamente a mano. Casual, suave al tacto, ligero y muy abrigado. Ideal para temporadas frías o de invierno, 100% alpaca

Increíblemente cómoda línea de ropa muy versátil, funcional y cómoda. Colores vibrantes, diseño atractivo. Perfecto para el uso diario, se combina con casi todo.

Color: Disponible bay black, beige, medium fawn, navy blue

Tallas: S L M XL

Diseñado y fabricado en el ecuador.

### **Bufanda tejida**

Material: 100% lana de alpaca. Hipo alergénica, ligera y cálida. Sus fibras contienen bolsas de aire microscópicas que hacen que las prendas sean livianas y delicadas al mismo tiempo que actúan como excelentes aislantes.

Único y con estilo: Bufanda tejida completamente a mano. Casual, suave al tacto, ligero y muy abrigado. Ideal para temporadas frías o de invierno 100% alpaca.

Increíblemente cómodos colores vibrantes, diseño atractivo. Perfecto para el uso diario, se

combina con casi todo.

Color: Disponible en white. Beige, light fawn, medium fawn, dark fawn, dark brown, true black, dark rose

### **Precio**

Según lo acordado con los proveedores y con los clientes los precios a manejarse en las distintas prendas serán los siguientes

*Tabla 9.*

*Precio*

	PRECIO DE	
	VENTA	PRECIO DE COMPRA A ARTESANOS
Sweater bicolor	20	7
Sweater pomp knit	25	10
Mens sweater	30	15
Bufanda tejida	20	5

### **Plaza**

La oficina principal de la empresa estará ubicada en la avenida 9 de octubre y boyaca, piso alto. La oficina cuenta con una superficie de 109 m<sup>2</sup>.

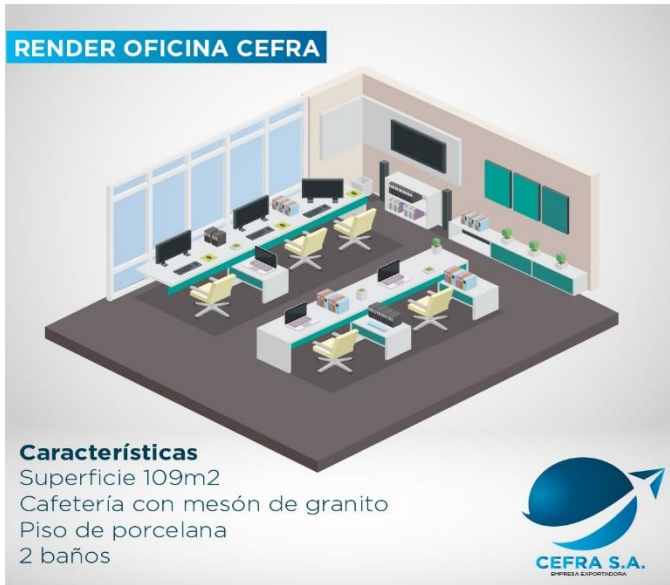


Figura 16. Render oficina

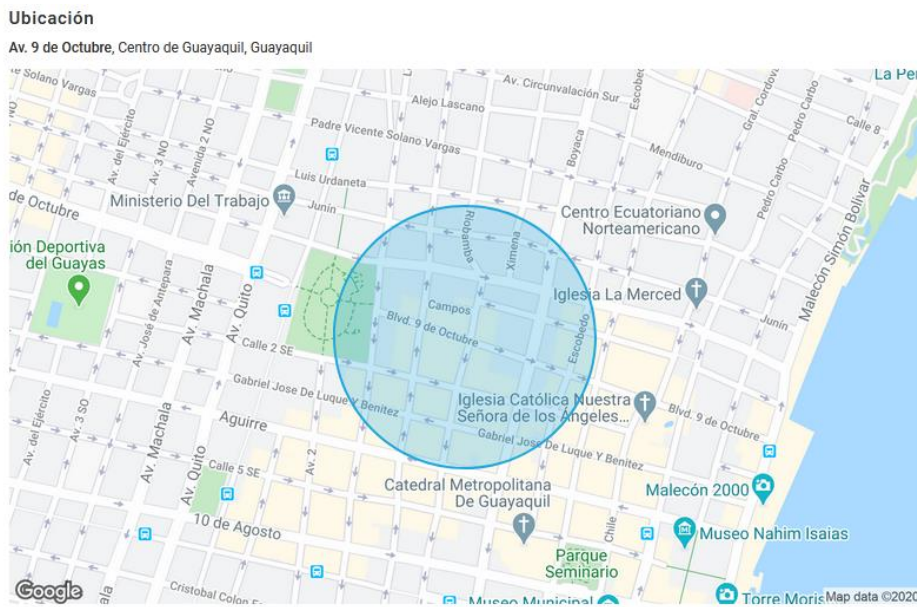
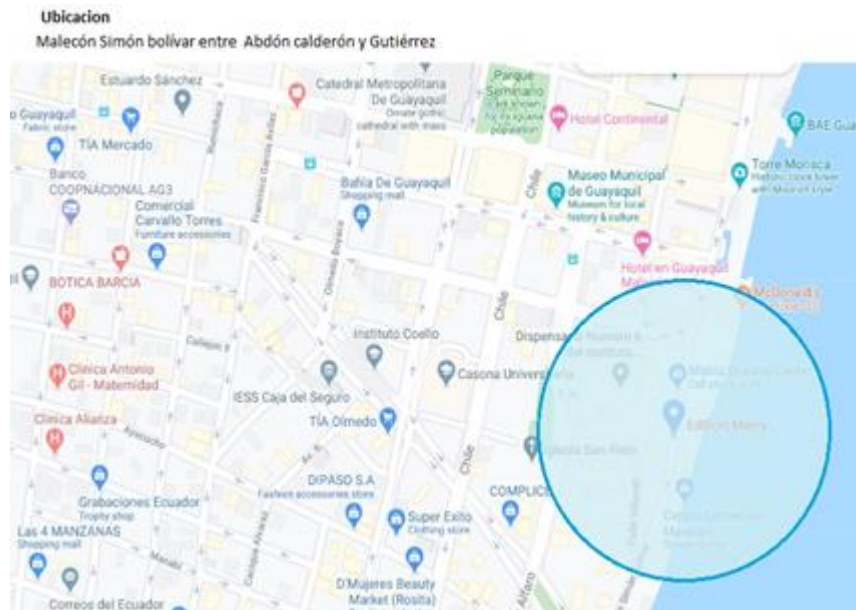


Figura 17. Ubicación oficina

### Bodega

La bodega estará ubicada en el quinto piso alto del condominio Mercy 3x250m<sup>2</sup>, ubicado en las calles malecón Simón Bolívar entre Abdón Calderón y Gutiérrez.



*Figura 18. Ubicación bodega*

## **Promoción**

La compañía contará con un sitio web, el cual tendrá el dominio [www.cefrasa.com.ec](http://www.cefrasa.com.ec), dentro del sitio web habrá información de la empresa. El sitio web tendrá el siguiente esquema:

1. Inicio: Dentro del inicio se publicará la razón de la empresa y los valores que conforman a la compañía,
2. Conócenos: Dentro de la pestaña de conócenos se publicará el equipo que conforma CEFRA S.A. y a su vez, la misión y visión de la compañía.
3. Servicios: Dentro de la pestaña de servicios se incluirán todos los servicios que se brinda como empresa.
4. Portafolio: Se colocará todos clientes que se ha trabajado como empresa y a su vez los proveedores con los que se cuenta.
5. Contactos: Se colocará un buzón de mensaje para brindar asesoría y se pondrá un botón de whatsapp para una comunicación más directa

El sitio web será la herramienta más importante para poder obtener más clientes.



## Capítulo VI.

### Análisis financiero del proyecto

En este capítulo se procederá a analizar y detallar las futuras cargas y costos de la empresa, y dar a conocer la rentabilidad de este proyecto.

#### Inversión inicial del proyecto

Para la proyección de la demanda se hará uso de la fórmula de la demanda total que afirma que aquella variable es dependiente del tamaño de la población y la frecuencia de consumo.

La fórmula es la siguiente:

$$\text{Demanda Total} = N * Q$$

La estimación del tamaño de la población dependerá de variables demográficas tales como edades del intervalo de 15 a 64 años y los niveles socio-económicos A y B de la ciudad de Copenhague. De acuerdo con Statistics Denmark (2020) se estima la población de Copenhague hasta el presente año es de 548 351 habitantes. El porcentaje comprendido entre las edades de 15 a 64 años es de 64,23% de la totalidad de habitantes. Los niveles socio económicos A y B suman 35% por ende:

$$548351 * 64,23\% * 35\% = 123272 \text{ habitantes}$$

La frecuencia de consumo de acuerdo a los resultados de la investigación de mercado es de una vez a la semana. Es decir 4 veces en el año. Por ende:

$$123272 * 4 = 493088 \text{ unidades}$$

Se debe recalcar que la compañía abastecerá el 3% inicialmente de la demanda proyectada.

$$493088 * 0,03 = 14793 \text{ unidades}$$

### **Plan de inversión: amortización, gastos financieros**

En la inversión inicial se tendrán dos cuentas principales que son capital de trabajo y activos fijos, siendo el capital de trabajo aquellos insumos necesarios para comenzar el funcionamiento del negocio y activos fijos aquellos bienes que se adquiera una vez para ser reemplazados después de un determinado tiempo, se detalle el capital de trabajo, activo fijo y financiación del proyecto.

Tabla 10.

Capital de trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
<b>ALQUILER DE OFICINA</b>	\$6.600,00
<b>ALICUOTA DE BODEGA</b>	\$600,00
<b>HONORARIOS LEGALES</b>	\$500,00
<b>CONSTITUCIÓN DE EMPRESA</b>	\$800,00
<b>SUELDOS PERSONAL</b>	\$60.146,10
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	\$1.440,00
<b>TOTAL</b>	\$70.086,10

Tabla 11.

Activos fijos

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>	\$1.900,00
<b>MUEBLES</b>	\$2.000,00
<b>VEHÍCULO</b>	\$15.000,00
<b>SUMINISTRO DE OFICINA</b>	\$2.000,00
<b>TOTAL</b>	\$20.900,00

Tabla 12.

Inversión final

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	\$20.900,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$70.086,00
<b>TOTAL</b>	\$90.986,00
<b>FINANCIACIÓN</b>	
<b>APORTE</b>	\$45.493,00
<b>PRESTAMO</b>	\$45.493,00
<b>TOTAL</b>	\$90.986,00

El préstamo bancario se realizará con BAN ECUADOR que presenta una tasa efectiva de 10,12% a un período de 3 años por el 50% del total de la inversión final. Para el cálculo se tomará el formato de pagos fijos.

Tabla 13.

Tabla de amortización

<b>TASA</b>	10,12%	<b>PRESTAMO</b>	\$45.493,00
<b>TIEMPO</b>	12	<b>TASA EFECTIVA</b>	10,12%
<b>PAGO</b>	TRIMESTRAL	<b>TASA EFECTIVA</b>	2,53%
		<b>MENSUAL</b>	

<b>PERIODO</b>	<b>PAGO</b>	<b>INTERES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>DEUDA</b>
<b>0</b>				\$45.493,00
<b>1</b>	\$4.443,04	\$1.150,97	\$3.292,07	\$42.200,93

<b>2</b>	\$4.443,04	\$1.067,68	\$3.375,36	\$38.825,57
<b>3</b>	\$4.443,04	\$982,29	\$3.460,75	\$35.364,82
<b>4</b>	\$4.443,04	\$894,73	\$3.548,31	\$31.816,51
<b>5</b>	\$4.443,04	\$804,96	\$3.638,08	\$28.178,42
<b>6</b>	\$4.443,04	\$712,91	\$3.730,13	\$24.448,30
<b>7</b>	\$4.443,04	\$618,54	\$3.824,50	\$20.623,80
<b>8</b>	\$4.443,04	\$521,78	\$3.921,26	\$16.702,54
<b>9</b>	\$4.443,04	\$422,57	\$4.020,47	\$12.682,07
<b>10</b>	\$4.443,04	\$320,86	\$4.122,19	\$8.559,88
<b>11</b>	\$4.443,04	\$216,57	\$4.226,48	\$4.333,41
<b>12</b>	\$4.443,04	\$109,64	\$4.333,41	\$0,00

**Detalle de gastos: gastos operativos, sueldos, flujo de caja.**

Otro detalle conformado por los gastos de administración y gastos de ventas, los mismos que se detallan a continuación, haciendo un presupuesto para el primer año de operaciones:

Tabla 14.

Detalle de sueldos y beneficios sociales

<b>Rubro</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Gerente general</b>	\$ 12.000,00	\$ 12.492,00	\$ 13.004,17	\$ 13.537,34	\$ 14.092,37
<b>Jefe financiero</b>	\$ 8.400,00	\$ 8.744,40	\$ 9.102,92	\$ 9.476,14	\$ 9.864,66
<b>Jefe de Operaciones</b>	\$ 8.400,00	\$ 8.744,40	\$ 9.102,92	\$ 9.476,14	\$ 9.864,66
<b>Jefe de Ventas</b>	\$ 5.400,00	\$ 5.621,40	\$ 5.851,88	\$ 6.091,80	\$ 6.341,57
<b>Jefe de Logística y</b>	\$ 8.400,00	\$ 8.744,40	\$ 9.102,92	\$ 9.476,14	\$ 9.864,66

<b>Operaciones</b>					
<b>Asistente de bodega</b>	\$ 4.800,00	\$ 4.996,80	\$ 5.201,67	\$ 5.414,94	\$ 5.636,95
<b>Aporte patronal</b>	\$ 5.759,10	\$ 5.995,22	\$ 6.241,03	\$ 6.496,91	\$ 6.763,28
<b>Décimo tercero</b>	\$ 3.950,00	\$ 4.111,95	\$ 4.280,54	\$ 4.456,04	\$ 4.638,74
<b>Décimo cuarto</b>	\$ 1.062,00	\$ 1.062,00	\$ 1.062,00	\$ 1.062,00	\$ 1.062,00
<b>Vacaciones</b>	\$ 1.975,00	\$ 2.055,98	\$ 2.140,27	\$ 2.228,02	\$ 2.319,37
<b>Fondo de reserva</b>	-	\$ 1.669,76	\$ 1.669,76	\$ 1.669,76	\$ 1.669,76
<b>Total de sueldos</b>	\$ 60.146,10	\$ 64.238,31	\$ 66.760,08	\$ 69.385,24	\$ 72.118,03
<b>Suma sueldos</b>	\$ 47.400,00	\$ 49.343,40	\$ 51.366,48	\$ 53.472,51	\$ 55.664,88
<b>Suma beneficios</b>	\$ 12.746,10	\$ 14.894,91	\$ 15.393,60	\$ 15.912,74	\$ 16.453,16

## Depreciación

De acuerdo a las tablas de amortización se ha realizado los cuadros correspondientes de la depreciación de todos los bienes de la compañía

Tabla 15.

Tabla demostrativa de depreciación

Tipo	Depreciación	Años
Eq de computo	33%	3
Vehículos	20%	5
Eq de oficina	10%	10
Maquinaria	10%	10
Muebles	10%	10
Edificio	5%	20

Tabla 16.

Depreciación de vehículos

Tabla de depreciación de vehículos				
Años	Valor depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0				\$ 15.000,00
1	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 12.000,00
2	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00	\$ 6.000,00	\$ 9.000,00
3	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00	\$ 6.000,00
4	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00	\$ 12.000,00	\$ 3.000,00
5	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00	\$ 15.000,00	\$ 0,00

Tabla 17.

Depreciación de equipo de computo

Tabla de depreciación equipo de computo				
Años	Valor depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0				\$ 1.900,00
1	\$ 1.900,00	\$ 633,33	\$ 633,33	\$ 1.266,67
2	\$ 1.900,00	\$ 633,33	\$ 1.266,67	\$ 633,33
3	\$ 1.900,00	\$ 633,33	\$ 1.900,00	\$ -

Tabla 18

Depreciación de muebles

Tabla de depreciación de muebles				
Años	Valor depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0				\$2.000,00
1	\$2.000,00	200	200	\$1.800,00
2	\$2.000,00	200	400	\$1.600,00
3	\$2.000,00	200	600	\$1.400,00
4	\$2.000,00	200	800	\$1.200,00
5	\$2.000,00	200	1000	\$1.000,00
6	\$2.000,00	200	1200	\$800,00
7	\$2.000,00	200	1400	\$600,00
8	\$2.000,00	200	1600	\$400,00
9	\$2.000,00	200	1800	\$200,00
10	\$2.000,00	200	2000	\$0,00

Tabla 19.

Depreciación de equipo de oficina

Tabla de depreciación de equipos de oficina				
Años	Valor depreciable	Depreciación anual	Depreciación acumulada	Valor en libros
0				\$2.000,00
1	\$2.000,00	200	200	\$1.800,00
2	\$2.000,00	200	400	\$1.600,00
3	\$2.000,00	200	600	\$1.400,00
4	\$2.000,00	200	800	\$1.200,00
5	\$2.000,00	200	1000	\$1.000,00
6	\$2.000,00	200	1200	\$800,00
7	\$2.000,00	200	1400	\$600,00
8	\$2.000,00	200	1600	\$400,00
9	\$2.000,00	200	1800	\$200,00
10	\$2.000,00	200	2000	\$0,00

**Presupuesto de costos de producción**

En lo que respecta a los costos de producción de las prendas de fibra de alpaca, al ser comprado directamente a los productos, se coloca directamente los precios en el que se compra los productos.

Tabla 20.

Presupuesto de costos de producción



PRODUCTOS	PRECIO DE		UNIDADES AL AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	COMPRA A ARTESANOS	UNIDADES						
Sweater bicolor	\$7,00	7396		\$51.77	\$54.36	\$57.08	\$59.93	\$62.93
Sweater pomp knit	\$10,00	2663		\$26.62	\$27.95	\$29.35	\$30.82	\$32.36
MENS Sweater	\$15,00	3846		\$57.69	\$60.57	\$63.60	\$66.78	\$70.12
Bufanda tejida	\$5,00	888		\$4.438	\$4.660	\$4.893	\$5.137	\$5.394

### Presupuesto de ventas

Para el presupuesto de ventas del primer año, la compañía estima vender un total de \$199.700,64, este valor se da al vender 14793 prendas anualmente. Se toma en cuenta en la proyección de ventas que el sector textil crezca un 8%.

Tabla 21.

### Presupuesto de ventas

Producto	Unidades mes	Unidades año	Costo Unitario	Ventas Año1	Ventas Año2	Ventas Año3	Ventas Año4	Ventas Año5
Sweater	616	7396	\$15,0	\$110.944,	\$119.820,	\$129.406,	\$139.758,	\$150.939,

r			0	80	38	01	50	18
bicolor								
Sweate			\$20,0	\$53.253,5	\$57.513,7	\$62.114,8	\$67.084,0	\$72.450,8
r pomp	222	2663	0	0	8	9	8	0
knit								
MENS								
Sweate	321	3846	\$25,0	\$96.152,1	\$103.844,	\$112.151,	\$121.124,	\$130.813,
r			0	6	33	88	03	95
Bufand			\$15,0	\$13.313,3	\$14.378,4	\$15.528,7	\$16.771,0	\$18.112,7
a tejida	74	888	0	8	5	2	2	0
				\$273.663,	\$295.556,	\$319.201,	\$344.737,	\$372.316,
TOTAL				84	95	50	62	63

### Proyección de estado de pérdidas y ganancias

Proyección de estado de pérdidas y ganancias cinco años proyección de balance general a cinco años

Tabla 22

Proyección de estado de pérdidas y ganancias cinco años proyección de balance general a cinco años

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas	\$273.663,84	\$295.556,95	\$319.201,50	\$344.737,62	\$372.316,63
Costo de ventas	\$140.530,08	\$147.556,58	\$154.934,41	\$162.681,13	\$170.815,19
Utilidad bruta	\$133.133,76	\$148.000,36	\$164.267,09	\$182.056,49	\$201.501,44

Gastos de operación

Gastos administrativos	\$70.086,10	\$73.590,41	\$77.269,93	\$81.133,42	\$85.190,09
Depreciaciones	\$4.033,33	\$4.033,33	\$4.033,33	\$3.400,00	\$3.400,00
Total, Gastos de Operación	\$74.119,43	\$77.623,74	\$81.303,26	\$84.533,42	\$88.590,09
Utilidad operacional	\$59.014,33	\$70.376,63	\$82.963,83	\$97.523,07	\$112.911,35
Gastos financieros	\$4.095,67	\$2.658,20	\$1.069,63	\$0,00	\$0,00
Utilidad antes de participación	\$54.918,66	\$67.718,43	\$81.894,20	\$97.523,07	\$112.911,35
Participación de Trabajadores (15%)	\$0,00	\$8.237,80	\$10.157,76	\$12.284,13	\$14.628,46
Utilidad Antes de Impuestos	\$54.918,66	\$59.480,63	\$71.736,44	\$85.238,94	\$98.282,89
Impuesto a la Renta (22%)	\$0,00	\$12.082,10	\$13.085,74	\$15.782,02	\$18.752,57
Utilidad neta	\$54.918,66	\$47.398,53	\$58.650,70	\$69.456,92	\$79.530,32

### Proyección de flujo de caja a cinco años

De acuerdo a las ventas lo que se ha calculado el primer año 45.275,49 el segundo año 8.951,50 el tercer año un resultado de 18.866,58 el cuarto año 43.572,82 el quinto año 51.303,49. En la tasa interna de retorno de 23% y un valor de \$17.977,51.

Pre	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>(A) Ingresos Operativos</b>					
Ventas	\$273.663,84	\$295.556,95	\$319.201,50	\$344.737,62	\$372.316,63
<b>(B) Egresos Operativos</b>					

Costo De ventas		\$140.530,08	\$147.556,58	\$154.934,41	\$162.681,13	\$170.815,19
Gastos Administrativos		\$70.086,10	\$73.590,41	\$77.269,93	\$81.133,42	\$85.190,09
Participación de Trabajadores		\$0,00	\$19.332,28	\$22.139,80	\$25.224,73	\$28.604,31
Impuesto a la Renta		\$0,00	\$28.354,01	\$28.218,61	\$32.125,52	\$36.403,55
Subtotal		\$210.616,18	\$268.833,28	\$282.562,75	\$301.164,80	\$321.013,14
(A-B) Flujo Operativo ©		\$63.047,66	\$26.723,67	36.638,75	43.572,82	51.303,49
(D)Ingresos No operativos						
Aporte Propio	\$45.493,00					
Préstamos Bancarios	\$45.493,00					
(E.) Egresos No Operativos						
Pago de Capital		\$13.676,49	\$15.113,97	\$16.702,54	-	
Pago de Interés		\$4.095,67	\$2.658,20	\$1.069,63	-	
		\$17.772,17	17.772,17	17.772,17	-	-
Inversión Inicial	\$90.986,00					

(D-E) Flujo	-	-	-	-	-
No Operativo(F)	17.772,17	17.772,17	17.772,17	-	-
(C+F) Flujo					
Neto Generado	45.275,49	8.951,50	18.866,58	43.572,82	51.303,49

### **Análisis de la rentabilidad del proyecto**

#### **TIR**

Tabla 23

TIR

TIR	-\$90.986,00	45.275,49	8.951,50	18.866,58	43.572,82	51.303,49
-----	--------------	-----------	----------	-----------	-----------	-----------

TIR 23%

#### **VAN**

Tabla 24

VAN

Tasa mínima de retorno	15%
------------------------	-----

	\$108.963,51
--	--------------

VAN

\$17.977,51

#### **Escenario pesimista**

Se hizo el escenario pesimista de acuerdo a la reducción de 5% a la producción anual por parte de nuestros clientes de Dinamarca, la cual nos dio como resultado negativo el primer año 38.618,81 y el segundo año 1.551,49 y el tercer año 34.469,99 y el cuarto año 34.469,99 y el quinto año 41.228,42. La tasa interna de retorno es de un 11% y el valor actual neto un porcentaje de 15% con un valor negativo de -9.020,47.

	Pre	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>(A)Ingresos</b>						
<b>Operativos</b>						
Ventas		\$259.980,65	\$280.779,10	\$303.241,43	\$327.500,74	\$353.700,80
<b>(B)Egresos</b>						
<b>Operativos</b>						
Costo De ventas		\$133.504	\$140.179	\$147.188	\$154.547	\$162.274
Gastos		\$70.086,10	\$73.590,41	\$77.269,93	\$81.133,42	\$85.190,09
Administrativos						
Participación						
de		\$0,00	\$19.332,28	\$22.139,80	\$25.224,73	\$28.604,31
Trabajadores						
Impuesto a la						
Renta		\$0,00	\$28.354,01	\$28.218,61	\$32.125,52	\$36.403,55
Subtotal		\$203.589,68	\$261.455,45	\$274.816,03	\$293.030,75	\$312.472,38
(A-B)Flujo		\$56.390,97	\$19.323,65	28.425,40	34.469,99	41.228,42
Operativo ©						
<b>(D)Ingresos No</b>						
<b>operativos</b>						
Aporte Propio	\$45.493,00					
Préstamos		\$45.493,00				
Bancarios						

**(E.)Egresos No****Operativos**

<b>Pago de Capital</b>	\$13.676,49	\$15.113,97	\$16.702,54	-	
<b>Pago de Interés</b>	\$4.095,67	\$2.658,20	\$1.069,63	-	
	\$17.772,17	17.772,17	17.772,17	-	-

**Inversión**

\$90.986,00

**Inicial****(D-E)Flujo No**

	-17.772,17	-17.772,17	-17.772,17	-	-
--	------------	------------	------------	---	---

**Operativo(F)****(C+F)Flujo**

	38.618,81	1.551,49	10.653,23	34.469,99	41.228,42
--	-----------	----------	-----------	-----------	-----------

**Neto Generado**

TIR	-	38.618,81	1.551,49	10.653,23	34.469,99	41.228,42
	\$90.986,00					

11%

Tasa mínima de

retorno 15%

\$

81.965,53

VAN

\$ -

9.020,47

### Escenario optimista

En un escenario optimista en el primer año es 51.932,18 en el segundo es de 16.351,52 en el tercer año 27.079,94 en el cuarto año 52.675,64 en el quinto año 61.378,57. La tasa interna de retorno es de un 33% y el valor actual neto un porcentaje de 15% con un valor de 44.975,48

	Pre	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	\$51.932,18	\$16.351,52	27.079,94	52.675,64	61.378,57	
<b>(A) Ingresos</b>						
<b>Operativos</b>						
<b>Ventas</b>		\$287.347,03	\$310.334,79	\$335.161,58	\$361.974,50	\$390.932,46
<b>(B) Egresos</b>						
<b>Operativos</b>						
<b>Costo De ventas</b>		\$147.557	\$154.934	\$162.681	\$170.815	\$179.356
<b>Gastos Administrativos</b>		\$70.086,10	\$73.590,41	\$77.269,93	\$81.133,42	\$85.190,09



<b>Participación</b>		\$19.332,2	\$22.139,8	\$25.224,7	\$28.604,3
<b>de</b>	\$0,00	8	0	3	1
<b>Trabajadores</b>					
<b>Impuesto a la</b>		\$28.354,0	\$28.218,6	\$32.125,5	\$36.403,5
<b>Renta</b>	\$0,00	1	1	2	5
<b>Subtotal</b>	\$217.642,	\$276.211,	\$290.309,	\$309.298,	\$329.553,
	68	11	47	86	90
<b>(A-B)Flujo</b>	\$69.704,3	\$34.123,6			
<b>Operativo ©</b>	5	9	44.852,11	52.675,64	61.378,57
<b>(D)Ingresos No</b>					
<b>operativos</b>					
<b>Aporte Propio</b>	\$45.493,0				
	0				
<b>Préstamos</b>	\$45.493,0				
<b>Bancarios</b>	0				
<b>(E.)Egresos No</b>					
<b>Operativos</b>					
<b>Pago de</b>	\$13.676,4	\$15.113,9	\$16.702,5		
<b>Capital</b>	9	7	4	-	
<b>Pago de Interés</b>	\$4.095,67	\$2.658,20	\$1.069,63		
	\$17.772,1				
	7	17.772,17	17.772,17	-	-

<b>Inversión</b>	\$90.986,0					
<b>Inicial</b>	0					
<b>(D-E)Flujo No Operativo(F)</b>		-17.772,17	-17.772,17	-17.772,17	-	-
<b>(C+F)Flujo Neto Generado</b>		\$51.932,18	\$16.351,52	27.079,94	52.675,64	61.378,57
<b>TIR</b>	33%	\$51.932,18	\$16.351,52	27.079,94	52.675,64	61.378,57
<b>Tasa mínima de retorno</b>	15%					
<b>VAN</b>		\$135.961,48				
		\$44.975,48				

## Conclusiones

Después del exhaustivo estudio realizado sobre el sector textil y prendas de alpaca elaborados en el Ecuador se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Concluimos que en el Ecuador al inicio de su periodo de comercialización y exportación se ha enfocado en las materias primarias no terminadas y esencialmente del petróleo, dejando desatendidos a los otros sectores, como problemática planteamos a que debido la pandemia en todos los sectores disminuyeron su demanda y el sector textil nacional, así como también el inexistente nivel de competitividad que tienen las empresas ecuatorianas en las actividades comerciales de Dinamarca respecto a la fibra de alpaca de Ecuador, para lo cual se plantea un estudio de factibilidad con esta fibra, lo que permitiría determinar el desarrollo y la exportación a este país.
- En el marco teórico conceptual y referencial se desarrollaron las teorías de capitalismo de Schumpeter, teoría de la ventaja absoluta por Adam Smith, teoría del mercantilismo como el marco conceptual se desarrolló las cinco fuerzas Porter, participación de mercado y market mix, se utilizaron estudios descriptivos y método analítico. Como herramientas y procedimientos para poder procesar la información recopilada fueron extraídas de fuentes primarias.
- Ecuador se ha venido desarrollando en la moda mediante plataformas como designer book, y incorporándose poco a poco en las diferentes ferias de moda. Existen diferentes prendas y telas cotizadas pero la fibra de alpaca es una de las que está muy solicitada en el mercado debido a sus diferentes beneficios. Entre las propiedades de la fibra de alpaca encontramos que hay en 22 diferentes colores naturales, el precio de cada llama en el mercado es de 700 dólares y las encontramos en la región sierra del Ecuador mayormente en Chimborazo. Debido a la emergencia sanitaria muchas

empresas textiles han disminuido sus ventas y exportación y a causa de esto han tenido reducir o suspender las jornadas laborales.

- Al consumidor nórdico le atrae las fibras naturales y posee poder de compra y la moda es muy importante en la ciudad a la cual esta investigación se enfocó. Dinamarca es conocida como “bridgehead” de los países nórdicos y junto con Suecia representan los mercados más importantes del rubro textil de los cinco países Nórdicos. La fibra de alpaca se encuentra posicionada en el alto segmento de las fibras lo cual es bastante atractivo para los daneses. El nivel de vida de Dinamarca tiene un buen nivel socio económico, su PIB cual estuvo 53.430 euros en 2019.
- La empresa a constituir tiene como razón social “cefra s.a” y contara por el momento con 7 trabajadores para la empresa, con dos comunas como “la asociación de mujeres de Pulingui” y “Arte salinas” para la producción de las prendas. Se utilizará el incoterm fob para realizar la transacción con el importador. Como compañía cefra se encuentra ubicado en desarrollo de mercados debido que los productos a comercializar son productos existentes pero nuevos introducidos de Ecuador al mercado danés. La empresa contara con 3 productos principales como el sweater bicolor el sweater pomp knit, y el sweater tejido para hombre.

En Copenhague no existen múltiples lugares donde se oferta prendas elaboradas total o parcialmente con fibra de alpaca. Los precios que promedian los distintos productos son los siguientes: \$20 por una bufanda, entre \$80 y \$200 por una chaqueta; todos estos precios pueden variar dependiendo de la calidad de los productos.

- En referente a lo financiero el proyecto una inversión inicial de xx el cual el 50% será se realizara un préstamo bancario en Ban Ecuador ya que actualmente maneja la tasa baja del mercado cuando a préstamos se refiere, la tasa es del 10,12%. Se

Pudo concluir que el proyecto es viable debido a que, el flujo de caja dio como resultado el primero año de 45.275,49 el segundo año 8.951,50 tercer año 18.866,58, el cuarto año 43.572,82 y el quinto año 51.303,49 y nos arrojó una tasa de retorno del 23% y un valor actual neto de \$17.977,51. Ecuador ya que actualmente maneja la tasamas baja del mercado cuando a préstamos se refiere, la tasa es del 10,12%.

## **Recomendaciones**

### **Se recomienda lo siguiente en función de las conclusiones presentadas:**

1. Teniendo en cuenta que la lana de alpaca es una fibra bastante utilizada en climas fríos, también se puede optar por prendas ligeras a base de este material, para que no únicamente en épocas de frío sea demandada, sino también en otoño y primavera que el clima no es tan frío, su consumo también sea el mismo. Los países europeos suelen ser templados, y puede que no haya mucha demanda de este producto en verano, pero se puede decidir por producir complementos, como artesanías hechas con pelo de alpaca como complemento a la ropa o como decoración del hogar.
2. Una buena opción sería también ampliar los canales de distribución a otros países europeos, preferentemente comenzar con España, debido a que habla el mismo idioma que Ecuador y facilita mucho las negociaciones comerciales, además que en este país también existe una importante colonia de ecuatorianos que podrían contribuir con la compra de estos productos en el país ibérico.
3. Otra recomendación, si se ejecuta el proyecto, la empresa compare los resultados proyectados con los reales, permitiendo realizar modificaciones que cumplan los objetivos proyectados, sustentando una empresa rentable.

## Bibliografía

- Acosta, A. d. (2015). *Academia*. Obtenido de [https://www.academia.edu/8910004/Análisis\\_Porter\\_de\\_las\\_cinco\\_fuerzas\\_1\\_Las\\_cinco\\_fuerzas\\_F1\\_Poder\\_de\\_negociación\\_de\\_los\\_Compradores\\_o\\_Clientes](https://www.academia.edu/8910004/Análisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas_1_Las_cinco_fuerzas_F1_Poder_de_negociación_de_los_Compradores_o_Clientes)
- Alpacas Peru*. ( diciembre de 2015). Obtenido de [http://alpacasdelperu050785.blogspot.com/2015/12/razas-de-alpaca\\_8.html](http://alpacasdelperu050785.blogspot.com/2015/12/razas-de-alpaca_8.html)
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigacion*. Caracas: Editorial EPISTEME, C.A. .
- Astudillo, G. (6 de abril de 2020). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ventas-sector-textil-ecuador-empresa.html>
- AYNI BOLIVIA*. (2020). Obtenido de <http://aynibolivia.com/shop/blog/ayni-bolivia/>
- Banco Cenral del Ecuador*. (2020). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>
- Boada , C., & Vallejo, A. (6 de Febrero de 2017). *PUCE*. Recuperado el 27 de mayo de 2020, de <https://bioweb.bio/faunaweb/mammaliaweb/FichaEspecie/Lama/glama>
- Bustillo, R. (2015). *Comercio Exterior*. Obtenido de <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGEC2831.pdf>
- Cevallos, P. s. (enero de 2019). Obtenido de <https://181.39.85.171/bitstream/123456789/1911/1/Cevallos-Becerra-Patricio-Stiven.pdf>
- Departamento de la Industria de la Vestimenta. (2011). *Siiicex*. Obtenido de <http://www.siiicex.gob.pe/siiicex/resources/sectoresproductivos/Mision-Comercial-Textil-Dinamarca-20Suecia.pdf>
- Diaz, J. (noviembre de 2019). Presidente ejecutivo de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE). (E. Universo, Entrevistador)
- (2017). *Telegrafo*.
- (2019). Obtenido de Datos Macro: <https://datosmacro.expansion.com/paises/dinamarca>
- Duran, R. F. (SF). *El Mercantilismo de Gerónimo de Ustariz*. Obtenido de [http://www.culturanaavarra.es/uploads/files/Anejo/APV4\\_02\\_11-45.pdf](http://www.culturanaavarra.es/uploads/files/Anejo/APV4_02_11-45.pdf)
- Ecuador, B. C. (2016).
- Eduardo, A. R. (27 de Enero de 2014). Obtenido de <http://docenteconvoz.blogspot.com/2014/01/los-camelidos-sudamericanos-en-la.html>
- El Comercio*. (mayo de 2020). Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/perdidas-sector-textil-produccion-coronavirus.html>

- El Herald* . (Abril de 2019). Obtenido de <http://www.elheraldo.com.ec/EF-BB-BFconfeccionistas-textiles-en-tiempos-dificiles/>
- Exportación de fibra de alpaca: Italia desplazó a China como principal destino.* (septiembre de 2019). Obtenido de <https://gestion.pe/economia/exportaciones-alpaca-peru-envio-us-19-1-millones-fibra-alpaca-italia-desplazo-china-principal-destino-nndc-273727-noticia/?ref=gesr>
- FACT.MR.* (s.f.). Obtenido de Alpaca Fiber Market Forecast, Trend Analysis & Competition Tracking: <https://www.factmr.com/report/835/alpaca-fiber-market>
- García, F. V. (2007). *monografias.com*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos52/demanda-alpaca/demanda-alpaca2.shtml>
- Giovanni, A. (6 de enero de 2020). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ventas-sector-textil-ecuador-empresa.html>
- Heifer International*. (abril de 2018). Obtenido de <http://www.heifer-ecuador.org/wp-content/uploads/2018/04/TDRs-Estudio-de-mercado-ALPACAS.pdf>
- Hernández, G. A. (2018). La moda nacional avanza, mientras se enfrenta a nuevos desafíos . *DESDE CERO*, 4,6.
- INEC. (marzo de 2020). *Ecuador en cifras* . Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Economicas/IPI-M/2020/Marzo/Presentacion\\_Resultados\\_IPI-M\\_2020\\_03.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2020/Marzo/Presentacion_Resultados_IPI-M_2020_03.pdf)
- Jenny Moscoso, S. B. (2013). *SCIELO*. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v16n33/v16n33a10.pdf>
- Jiménez, P., Evelyn, C., Espada, M., Vázquez, C., & Dolores, M. (2010). Camélidos sudamericanos: Clasificación, origen y características. *Revista Complutense de Ciencias Veterinarias*, 25.
- La Vigna Alpacas*. (2020). Obtenido de <https://www.lavignaalpacas.com/alpaca-facts/fabulous-fibre/>
- Landreth, H. (2002). *Historia del pensamiento económico*. Obtenido de <https://fhucmacro.files.wordpress.com/2017/08/colander-2002-historia-del-pensamiento-economico.pdf>
- Oportunidades comerciales para prendas de alpaca en Europa.* (2018). Obtenido de Prom Peru: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/609578798radC335A.pdf>
- Quispe, E. (2013). *Revista Complutense de Ciencias Veterinarias*. Obtenido de [file:///C:/Users/Jeffeson/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge\\_8wekyb](file:///C:/Users/Jeffeson/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb)



3d8bbwe/TempState/Downloads/41413-Texto-del-articulo-56786-2-10-20130219(1).pdf

- Reinoso, L. E. (2016). *UIDE*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/1776/1/T-UIDE-1322.pdf>
- Rivera, M. M. (2015). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>
- SA, E. E. (2020). *Santander Trade*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/dinamarca/politica-y-economia>
- Sampieri, R. (2003). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://metodos-comunicacion sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/219/2014/04/Hernandez-Sampieri-Cap-1.pdf>
- siicex. (2016). Obtenido de Identificación de oportunidades para proveedores peruanos de productos de Alpaca en Australia: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/69162681rad471A7.pdf>
- Silvia, F. Q., & Pizarro Ortega, C. Y. (2019). *Universidad San Ignacio De Loyola*. Obtenido de análisis del desempeño ferial de Perú moda 2018 con el crecimiento de las exportaciones de las confecciones de Alpaca: [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9595/1/2019\\_Flores-Quispe.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9595/1/2019_Flores-Quispe.pdf)
- SUÁREZ, O. M. (Agosto de 2004). *SCHUMPETER, Innovación y determinismo tecnológico*. Obtenido de <File:///C:/Users/Pamela/Appdata/Local/Temp/Dialnet-Schumpeterinnovacionydeterminismotecnologico-4842897.pdf>
- Taller Alpaca*. (s.f.). Recuperado el Junio de 2020, de <http://www.actiweb.es/talleralpaca/index.html>
- Tirira, D. G. (2017). *Mamíferos del Ecuador*. Obtenido de Editorial Murciélago Blanco y Fundación Mamíferos y Conservación: <<http://mamiferosdeecuador.com>>
- Trade Map. (2019). *Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador* .
- trade map. (2019). *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Chile*.
- Trade Map. (2019). *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Dinamarca*.
- Valdez, E. O. (2017). *Características textiles y correlaciones de la fibra en Alpacas*. VDM Verlag .

Vega Quezada, C. A., & Guitierrez Jaramillo, N. D. (2003). *Escuela Superior Poliecnica del Litoral*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3813/1/6340.pdf>

Villena, N. (2015). *Observatorio Economía Latinoamericana*. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2015/matriz-productiva.html>

## Anexos

### Fotos de los productos





Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



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

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Franco Holguín Jefferson Andrés**, con C.C: **#0924862849** y **Marrasquin Cevallos Paula Jackeline** con C.C: **#1717312399** autores del trabajo de titulación: **Factibilidad económica para la exportación de ropa de frio a base de fibra de alpaca a Dinamarca**, previo a la obtención del título de **Ingenieros en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 17 de septiembre del 2020

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

Nombre: **Franco Holguín Jefferson Andrés**

C.C: **0924862849**

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

Nombre: **Marrasquin Cevallos Paula Jackeline**

C.C: **1717312399**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

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

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Factibilidad económica para la exportación de ropa de frio a base de fibra de alpaca a Dinamarca.</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	<b>Franco Holguín, Jefferson Andrés; Marrasquin Cevallos Paula Jackeline</b>		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Lcdo. Layana Ruiz, Javier Francisco, Mgs.</b>		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Comercio y Finanzas Internacionales		
<b>TITULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>17 de septiembre del 2020</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>104</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	<b>Comercio Internacional, Comercio Exterior, Exportación, Análisis Financiero</b>		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	<b>Comercio Internacional, Alpaca, Dinamarca, Exportación, Guayaquil, Comercio Exterior</b>		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El propósito de este estudio es principalmente saber la factibilidad de la exportación de prendas con valor agregado de origen ecuatoriano al mercado internacional de Dinamarca, generando competitividad y promoviendo el desarrollo de la matriz productiva sin alejarnos de la sustantividad.</p> <p>El proyecto se concentrará inicialmente en la creación de una empresa de exportación, y exportación de bufandas y abrigos; para lo cual es esencial determinar la demanda potencial de este mercado, así como también analizar el comportamiento del consumidor con respecto a este tipo de producto.</p> <p>Cabe recalcar que las telas artesanales ecuatorianas de origen orgánico como la lana de oveja y la fibra de alpaca son muy bien vistas y cotizadas por sus consumidores, ya que en la actualidad se tiende a vivir cuidando el medio ambiente y la necesidad de desistir al uso de prendas elaboradas por componentes que son dañinos para el medio ambiente, y por esa razón se ha considerado la necesidad de acrecentar y fortificar a nuestro mercado nacional.</p> <p>Este proyecto no solo ayuda a tener una mejor calidad de vida a los artesanos mediante ganancias económicas que obtengan con el incremento en las ventas de artesanías a base de fibra de Alpaca; también beneficia a la balanza comercial del Ecuador por la fluctuación de dinero debido a los potenciales negocios con el mercado internacional europeo.</p> <p>Ecuador desde sus inicios como república ha sido reconocido como un país dependiente de las exportaciones ya que a lo largo del tiempo se ha podido observar que dichos ingresos son fundamentales para el desarrollo del mismo y los fabricantes ecuatorianos se han visto obligados a diferenciar sus productos con valores añadidos.</p> <p>Para lo cual lo hemos desarrollado en seis capítulos en donde se argumentará la factibilidad de la exportación. En nuestro primer capítulo mencionamos los antecedentes, objetivos y la problemática del caso. En el segundo capítulo definimos el marco teórico conceptual y referencial, en el mismo también están planteadas las herramientas y procedimiento para procesar la información recopilada. Lo que corresponde el tercer capítulo el análisis respectivo del sector textil y de la industria nacional de Alpaca con las pertinentes generalidades de esa fibra. Por consiguiente, también explicamos su procedencia y los diferentes tipos de camélidos, al igual que las diferentes organizaciones gremiales.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-8-6153213 +593-8-6670930	<b>E-mail:</b> paulamarrasquinc@hotmail.com Jeff_franco@outlook.es	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre:</b> Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.		
	<b>Teléfono:</b> PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	<b>E-mail:</b> monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		