



Febrero 2019 - ISSN: 1696-8352

## **PLAN DE EXPORTACIÓN DE CAMISETAS TIPO POLO A SANTIAGO DE CHILE PARA LA EMPRESA MODAS YELUDIVA S.A**

**Aida Lissette Villalva Palma**

Egresado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador

e-mails: [ailissettevillalva@gmail.com](mailto:ailissettevillalva@gmail.com)

**Mgs. Walter Javier Díaz Santacruz**

Docente, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador

e-mails: [wdiazs@ulvr.edu.ec](mailto:w Diaz@ulvr.edu.ec)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Aida Lissette Villalva Palma y Walter Javier Díaz Santacruz (2019): "Plan de exportación de camisetas tipo polo a Santiago de Chile para la empresa Modas Yeludiva S.A", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (febrero 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/02/modas-yeludiva.html>

### **RESUMEN**

Los textiles en el Ecuador cada vez tienen más acogida en el mercado nacional e internacional, dado que, denotan de calidad y diseño a un costo accesible para el cliente. Razón por la cual, se desarrolla un plan de exportación de camisetas tipo polo hacia el mercado Santiago de Chile para que a futuro sea implementado por la empresa MODAS YELUDIVA S.A.

En la presente investigación se empleó un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo de tipo documental y descriptivo para analizar datos que permitieron obtener resultados a partir de la encuesta y entrevista. El estudio busca dar un gran paso a las negociaciones internacionales con el fin de facilitar un plan de exportación de camisetas tipo polo a la empresa "MODAS YELUDIVA S.A." hacia el mercado de Santiago de Chile que permita el fomento a la comercialización para el ingreso de divisas a nuestro país.

**Palabras claves:** Plan de exportación-mercado-camisetas- tipo polo-comercialización

### **ABSTRACT**

Textiles in Ecuador are becoming more popular in the national and international market, since they denote quality and design at an affordable cost to the customer. Reason for which, a plan of export

of polo shirts to the market of Santiago de Chile is developed so that in the future it will be implemented by the company "MODAS YELUDIVA S.A."

In the present research, a mixed quantitative qualitative documentary and descriptive approach was used to analyze data that allowed obtaining results from the survey and interview. The study seeks to take a big step to international negotiations in order to facilitate an export plan for polo shirts to the company "MODAS YELUDIVA SA to the market in Santiago, Chile that allows the promotion of marketing for the entry of foreign currency to our country.

**Keywords:** Export -plan- market-polo-shirts-commercialization

## **1.INTRODUCCION**

El comercio exterior mediante la gestión de inversiones ayuda a promover la diversificación de mercados y productos de exportación con el objetivo de incrementar las exportaciones a nuevos nichos de mercado. Las inversiones aportan a la economía del país en el desarrollo y competitividad y de esta manera se integra la economía ecuatoriana a la economía internacional.

En el Ecuador existe un sin número de empresas que se dedican a la confección de esta prenda, sin embargo, por la falta de conocimiento no deciden hacer exportaciones directas y se enfocan solo en las ventas nacionales. El sector de la industria textil se encuentra ubicado en el segundo lugar en el país, dando beneficios a la población debido a la generación de empleo a más de 174000 personas.

El interés que presenta a nivel global este producto generado por el valor comercial presenta actualmente y a futuro condiciones favorables para su exportación puesto que es un producto muy cotizado por clientes. Con el desarrollo de este plan de exportación de camisetas tipo polo de la empresa MODAS YELUDIVA S.A., se busca ayudar con eficiencia y eficacia en el proceso de exportación de las camisetas en el mercado de Chile, y así de esta manera comprender la importancia dentro del comercio exterior.

Mediante el plan de exportación de camisetas tipo polo la empresa MODAS YELUDIVA S.A. busca crecer en el sector de la industria textil, el cual va dirigido hacia el mercado Santiago de Chile para aprovechar la demanda del producto debido a este país se encuentra en post-desarrollo de su industrial textil.

La investigación se fundamenta en temas necesarios para la ejecución del plan de exportación de camisetas tipo polo y la importancia del comercio exterior de la empresa. Mediante el uso de una investigación descriptiva se plantea definir el mercado textil chileno y sus requerimientos para entrada de mercancías, posteriormente se realizarán proyecciones de ventas y precios que puedan guiar de acuerdo a las capacidades de MODAS YELUDIVA S.A., buscando desarrollar estrategias que hagan competitivo las camisetas tipo polo.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

MODAS YELUDIVA S.A. se encuentra en la necesidad de involucrarse en el ámbito internacional con la finalidad de poder expandir su mercado y de esta forma generar un aumento en sus utilidades por medio del eficiente uso de sus herramientas productivas para el comercio exterior.

Tomando en consideración que actualmente el mercado local en Chile se encuentra sumido con prendas de vestir provenientes de China y que estas están estereotipadas como mercadería de baja calidad como menciona Diario El País de España "El sector de la moda del país asiático lucha para derribar el estereotipo de que sus productos son copiados o de mala calidad" (Fontdegloria,

2016) Por esto surge la oportunidad de crear negocios para la empresa MODAS YELUDIVA S.A., mientras se diseñen productos que cumplan con las expectativas en cuanto a calidad y precio de las camisetas tipo polo que se ofrecerá.

Este país basa sus importaciones tanto en textil como en calzado. Aproximadamente el 70% del total de las ventas de textil en Chile son resultado de las importaciones, en cuanto al sector del calzado la cifra suele aumentar hasta el 90%. Esto se explica por el desarrollo de una industria débil, con tecnología poco desarrollada y una apertura internacional con acuerdos de países asiáticos donde los costes de producción son menores y de los que se pueden importar productos con un arancel del 0% (Rubio, 2013). Al tener una industria local débil de textiles se produce oportunidades para la llegada de productos extranjeros que presenten productos de calidad.

Según (Rubio, 2013) la evolución de las exportaciones que está comprendido en el periodo 2010 – 2012 ha sufrido un déficit en la balanza comercial, lo cual convierte a la industria chilena poco competitiva a nivel internacional. Esta información corrobora la hipótesis que la industria textilera de Chile no se ha desarrollado completamente como para ser un país productor de esta clase de productos.

La problemática que muestra este estudio es la baja producción de textiles en Chile durante estos últimos años no ha logrado abastecer la demanda del mercado, puesto que, el índice de producción industrial chileno del sector textil presentó un decrecimiento del 1.1% hasta el 2017 (Modaes, 2018)

### **1.3 JUSTIFICACION**

El mercado chileno presenta gran apertura para la comercialización de productos provenientes de diferentes países además de estipular una tasa baja de arancel para la mayoría de productos convirtiéndolo en un país atractivo para invertir, por lo que al analizar este mercado donde las actividades textiles se encuentran en su fase de desarrollo se espera que MODAS YELUDIVA S.A. desarrolle un plan de exportación adecuado para ingresar al mercado chileno con la distribución de camisetas tipo polo. Esta empresa se encuentra impulsada a realizar la búsqueda de nuevas alternativas comerciales en mercados internacionales, es por ello que se iniciara una investigación que le permita realizar un proceso de exportación hacia el nuevo mercado internacional, debido a que poseen una similitud cultural, social y geográfica con el mercado chileno.

El plan de exportación debe generar un precio competitivo con el que se pueda asumir los gastos de exportación sin elevar los costos del producto, además de esto el Centro Mayorista Zofri es una alternativa en venta, este pertenece a una zona franca por lo que la mercancía ingresa con beneficios tributarios. De esta manera se pretende ingresar al mercado chileno ofreciendo diferentes alternativas a la clientela como precios bajos y precios libres de impuestos en Iquique.

### **1.4 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA**

¿Por qué el mercado chileno es atractivo para realizar operaciones de compra-venta internacional?

¿Qué factores influyen en la comercialización de las camisetas tipo polo en el mercado Santiago de Chile?

¿Qué normas se deben cumplir para realizar un adecuado Plan de exportación de camisetas tipo polo a la empresa MODAS YELUDIVA S.A. al mercado Santiago de Chile?

### **1.5 VARIABLES**

- **VARIABLE DEPENDIENTE**
- Desarrollar un plan de exportación de camisetas tipo polo a Santiago de Chile
- **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Demanda existente para camisetas de tipo polo en el mercado de chileno

- Determinar la exigencia del mercado chileno para exportar camisetas tipo polo

## **2. MARCO TEORICO**

### **2.1 ANTECEDENTES DE LA ACTIVIDAD TEXTIL EN ECUADOR**

La actividad textilera tuvo su comienzo desde la época de la colonia, las personas al principio utilizaban lana de oveja para cubrir su piel mediante la fabricación de prendas de vestir. Al pasar de los años esta industria ya se dedicaba al procesamiento de materia prima y por el siglo XX se empezó la industria dedicada en procesar algodón cobrando gran importancia en el año de 1950.

En la actualidad, el Ecuador presenta una diversidad de fibras en el mercado textil, sin embargo, los clientes tienen mayor atracción por las prendas de algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda.

Al pasar de los años, las industrias de textilerías comenzaron a ubicarse en diversas partes del país. Entre las principales provincias que se encuentra la industria textil mencionamos: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

En la actualidad, el sector industrial, es uno de los que generan empleo directo en el país. De acuerdo a estadísticas proporcionadas por el la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE, 2017), existen alrededor de 158.000 personas que laboran en el sector de la industria textil. Además, es notorio que también se genera empleo indirecto que se encadena de 33 ramas de producción en el Ecuador. Mencionar los datos de la AITE permitirá mostrar la importancia que tiene la industria textilera en Ecuador

### **2.2 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN EL MERCADO DE CHILE.**

Según un informe del Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX, 2013) el mercado chileno cada vez se ve más interesado en la importación de textiles y calzado, en el año 2012 presentó un promedio anual del 4.1% de crecimiento. La compra internacional en el 2012 tuvo una tasa del 9.6% más que el 2011. El total de las adquisiciones fue de US\$ 1,054 millones con relación a prendas de tejido plano mientras que el textil de punto representó un valor de \$ 1,005 millones dando un total de \$ 2,059 millones. Con estos datos se puede decir que el mercado chileno es atractivo para ofrecer productos textiles ya que su tendencia es comprar o importar esta clase de productos esta clase de productos.

### **2.3 PLAN DE EXPORTACIÓN**

Un Plan de exportación empieza con un estudio que se realiza para ver si es viable incursionar en nuevos nichos de mercado, en este caso se realizará una planeación para exportar camisetas de tipo polo al mercado de Chile. El plan de exportación nos ayuda a determinar mercados, competencias, los precios internacionales, los productos que tienen más demanda, la logística para a futuro no tener ningún tipo de inconvenientes.

### **2.4 MODELO PLAN DE EXPORTACION**

El Plan de exportación en que se fundamentará el presente proyecto es para la comercialización de camisetas tipo polo en el mercado de Santiago de Chile. Para LLamazares (2018) “la planificación es esencial para cualquier tipo de actividad empresarial”. Con esta idea resalta en su trabajo la importancia de estructurar un plan de exportación con el objetivo de emplear recursos de manera óptima y fijar los objetivos adecuados acorde al país que ofrezca una potencial demanda.

*Figura 1* Modelo de Plan de Exportación

<b>ESTRUCTURA DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN</b>	
<b>1. ANÁLISIS DEL POTENCIAL EXPORTADOR.</b>	
<b>1.1</b>	<b>Perfil de la compañía</b>
1.1.1	Datos básicos y reseña histórica de la compañía
<b>1.2</b>	<b>Situación de la compañía</b>
1.2.2	Productos y/o Servicios
1.2.3	Producción
<b>1.4</b>	<b>Competitividad</b>
1.4.3	Ventajas competitivas
<b>1.5</b>	<b>Evaluación global</b>
1.5.1	Análisis FODA
<b>2. SELECCIÓN DE MERCADO</b>	
2.1	Selección de distribuidor o importador
<b>3. INTELIGENCIA DE MERCADOS</b>	
3.1	Análisis de competencia
3.2	Precios
2.3	Requisitos
2.4	Documentación requerida
3.3	Etiquetado y empaque
3.4	Logística
3.5	Análisis de competencia
3.6	Precios
<b>4. ESTRATEGIAS</b>	
4.1.	Estrategias dirigidas al producto
<b>5. PROYECCIONES FINANCIERAS</b>	
<b>5.1</b>	<b>Costos por exportación</b>
5.2	Ventas

Fuente: (Fuentes & Leon, 2014).

Elaborado por: Villalva V.

En la Figura 1 se plantea un modelo de plan de exportación que ayudara a formular las estrategias y proyecciones del presente trabajo, esta estructura se hizo en base al modelo usado por los autores Fuentes y León. Esta estructura servirá como base para iniciar actividades de comercio internacional por parte de MODAS YELUDIVA S.A.

## 2.5 PROCESO DE EXPORTACION EN ECUADOR

El proceso inicia con transmisión electrónica de una declaración Aduanera de Exportación (DAE), la misma que se la realiza en el portal de ECUAPASS, la misma debe ir acompañada de la documentación requerida como es una factura o de una proforma en donde detalle la declaración que cree un vínculo legal y todas las obligaciones que requiere cumplir antes el Servicio de Aduana del Ecuador por parte del exportador.

A continuación, se detallan los datos que son requeridos en la (DAE):

- Datos del exportador o del declarante
- Descripción de la mercancía la misma que debe ser por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la carga
- Peso, cantidad e información relacionada a la mercancía
- Documentos digitales de acompañamiento a la DAE a través del ECUAPASS son:
  - Factura comercial original
  - Autorizaciones previas
  - Certificado de Origen electrónico

Una vez que la documentación sea aceptada, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se va a realizar el embarque, antes de ser enviada la exportación se registra y almacena en un depósito temporal.

Dentro del proceso de exportación se notifica que tipo de aforo se va a realizar a la mercancía, entre los mismos tenemos los siguientes:

- Aforo Documental
- Aforo Físico Intrusivo
- Aforo Automático

**Aforo Documental.** - Consiste en la verificación de la Declaración Aduanera, de los documentos de acompañamiento y de soporte, la información presentada físicamente debe ser igual con la información registrada en el Sistema Nacional de Aduanas del Ecuador.

**Aforo Físico Intrusivo.** - Se realiza mediante el reconocimiento físico de la mercancía, para comprobar la naturaleza, origen, cantidad, peso, medida, valor de aduana y la clasificación arancelaria, los datos deben tener el mismo contenido de la Declaración Aduanera, documentos de acompañamiento y soporte, contrastada con la información registrada en el sistema informático del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

**Aforo Automático.** - Es la modalidad de despacho que se efectúa mediante la validación electrónica de la Declaración a través del servicio informático de la Aduana del Ecuador, en este caso la autorización de salida de la mercancía será automática al momento de entrar la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

## **2.6 TRÁMITES PARA EXPORTAR**

La aduana del Ecuador exige el cumplimiento de dos fases para poder realizar el trámite de exportación, el mismo que se detalla a continuación:

- Fase de Pre-Embarque
- Fase de Post-Embarque

**Fase de Pre-Embarque.** - El exportador debe enviar al SENA E un formato con la siguiente información: orden de embarque donde detalla la exportación, datos del exportador, datos de la mercancía, el peso y adjuntar factura provisional. Una vez que la orden de embarque ha sido aceptada por el sistema ECUAPASS, el exportador podrá llevar la mercadería a la aduana, registrarla dentro de la zona primaria y proceder a la exportación de la misma.

**Fase de Post-Embarque.** - Una vez presentada la Declaración Aduanera de Exportación con código 40, el exportador tiene un plazo de 15 días para regularizar la exportación porque la misma ha entrado a zona primaria. Es aquí donde el Sistema de ECUAPASS aprueba los datos de la DAE, con la del manifiesto de carga mediante un mensaje de aceptación al exportador. Luego de la Declaración Aduanera de Exportación le asigna la numeración se presenta la siguiente documentación:

- DAE y Orden de Embarque impresa
- Facturas Comerciales definitivas
- Documento de Transporte
- Originales de autorizaciones Previas

## **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Es de gran importancia establecer una herramienta para recopilar información y llevar a cabo el desarrollo de la investigación, con el fin de lograr el objetivo propuesto y determinar el alcance que tendrá la misma. El presente estudio permite conocer datos que influyen para llevar a cabo el desarrollo del plan de exportación de camisetas tipo polo al mercado de Santiago de Chile, mediante los instrumentos confiables.

### **3.2 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

La investigación es de enfoque mixto cualitativo – cuantitativo, lo cual permitirá el estudio de datos cualitativos a partir de la teoría, mientras que en el enfoque cuantitativo se pueden medir las variables basándose en las investigaciones previas (Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) Este enfoque permite al presente trabajo analizar una perspectiva más amplia al evaluar tanto datos numéricos como características.

### **3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.3.1 INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.**

Mediante la investigación documental se puede obtener datos estadísticos que permitieron obtener datos referentes al sector textil (Gareca, D., & Colombo, E, 2013) Para la presente investigación se utilizó el tipo de investigación documental para recopilar datos de informes de instituciones gubernamentales relacionadas al comercio exterior que ayuden a despejar dudas sobre los tramites, procesos y requerimientos de una exportación.

### **3.3.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.**

La investigación descriptiva permite analizar características que son objeto de un estudio de la investigación para medir el comportamiento de las variables en relación al plan de exportación. Con este tipo de investigación, se va a medir la variable independiente (Rojas, 2015). Para este trabajo se emplea este tipo de investigación pues necesita especificar y detallar aquellos factores que pueden influir en la venta y aceptación de las camisetas tipo polo en el mercado chileno.

## **3.4 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

### **3.4.1 ENCUESTA.**

De acuerdo a (López, P., & Fachelli, S., 2015) indica que, la encuesta es uno de los instrumentos que se adopta a la presente investigación para obtener datos que van a determinar si este sistema es el más apropiado para llevar a cabo el estudio. La encuesta ayudará a la presente investigación a presentar mediante un cuestionario preguntas precisas para obtener respuestas concretas acerca de la aceptación que tendrá las camisetas tipo polo diseñadas por MODAS YELUDIVA S.A.

Para el desarrollo de la investigación se realizarán encuestas vía online a través de la aplicación Google Forms con el fin de obtener datos cuantitativos para profundizar el estudio que va a permitir la viabilidad de la exportación hacia el mercado de Chile.

La encuesta fue realizada a un porcentaje de la población de la ciudad de Santiago lugar donde está situado el mercado donde se pretende distribuir el consumo de las camisetas, con el objetivo de conocer las expectativas por adquirir las camisetas polo, dado que, se realizará un cuestionario de 10 a 15 preguntas con el fin de contribuir al desarrollo del plan de negocio para llevar a cabo la correcta exportación y así optimizar costo y tiempo.

### **3.4.2 ENTREVISTA.**

De acuerdo a (Díaz, L., Torruco, U., & Martínez, M., 2013) la entrevista es un sistema que facilita la obtención de datos con el fin de recolectar los datos mediante el diálogo entre el investigador y el objeto de estudio. La entrevista es de gran ventaja para la investigación descriptiva, dado que se enfoca en conseguir datos de acuerdo a la naturaleza de la investigación permitiendo analizar diferentes situaciones, en este trabajo la entrevista nos permitirá conocer fortalezas del mercado chileno para realizar transacciones internacionales.

La entrevista fue realizada al Jefe de Compras de ASAHI Importadora Ltda. para conocer datos relevantes y llegar a un acuerdo entre ambas partes para la posterior transacción. Se realizará un total de 10 a 12 preguntas con el fin de planificar la exportación en los mejores términos para ambas partes.

### **ENTREVISTA DIRIGIDA A ASAHI IMPORTADORA LTDA.**

**Entrevista realizada a:** Jefe de Compras del ASAHI Importadora Ltda.

- **¿En qué término de negociación le gustaría acordar el contrato de compra venta?**
- El término de negociación más común es el Incoterm FOB Free on Board dado que MODAS YELUDIVA S.A. va a entregar la mercancía en el puerto asumiendo los costos por manipuleo de la carga hasta la borda del buque y se encargara del proceso de los trámites para exportar.
- **¿Cuál es el medio de transporte más favorable para la exportación de camisetas tipo polo?**
- Transporte por vía marítima por ser uno de los medios más flexibles en precios y punto de destino acordado, la carga va a llegar al Puerto de Iquique donde opera bajo un sistema denominado **MULTIOPERADOR actualmente, donde empresas como Agencias**

**Navieras, Empresas de Muellaje y Empresas de Transporte prestan servicios en el Terminal N° 1.**

- **¿Conoce los estándares de calidad que deben cumplir el producto?**
- Si, el producto al momento de ingresar al país debe cumplir con lo dispuesto por el Instituto Nacional de Normalización con el Reglamento de Rotulación y Símbolos para el Cuidado de los Textiles y Rotulación de Tejidos y Rotulación del Vestuario. Además las mercancías deben acogerse con la norma NCH 1210.
- **¿Está de acuerdo con el tipo de empaque y embalaje para la exportación de camisetas?**
- Si estoy de acuerdo, el empaque primario para el producto serán las fundas, esto da una mejor presentación ante los clientes. Y las cajas son perfectas para proteger la mercancía ya que el empaque debe ser resistente para mantenerse en buen estado hasta que llega al país destino, además los cartones van a facilitar el manipuleo de la mercancía al momento de colocar la carga en el contenedor y en las bodegas de ASAHÍ IMPORTADORA Ltda.
- **¿Cuál es el medio de pago que va a utilizar para la transacción?**
- Abrir una carta de crédito puede facilitar la financiación en el comercio exterior, este ayudara a contrarrestar riesgos al momento de los pagos de la mercancía.
- **¿Está de acuerdo con el plan que se implementara para llevar a cabo la correcta exportación de camisetas polo?**
- Si estoy de acuerdo, al ingresar a la zona franca de Iquique definiré cuantas camisetas destinare para la sucursal en Santiago de Chile y cuantas se venderán en ZOFRI. Además de esto el plan de exportación me ayudara a verificar el cumplimiento de todo lo que estipula la guía, con el fin de llevar a cabo la correcta negociación en una compra venta internacional, estableciendo estrategias que me van a ayudar a conseguir un mejor precio.
- **¿Cuál es el tiempo estimado más conveniente para realizar cada pedido de camisetas polo?**
- El tiempo estimado para adquirir camisetas tipo polo va a ser cada mes puesto que la ciudad de Santiago de Chile como la Ciudad de Iquique son zonas muy comerciales, aparte de esto ZOFRI es un lugar muy visitado por turistas, lo que posibilita una mayor venta. Sería el 20 o 25 de cada mes ya que la mercadería tarda cerca de 5 días en llegar. La demanda que se tiene es de 3800 unidades más ventas al por mayor a comerciantes, en Iquique se puede estimar ventas de promedio de 2000 unidades mensuales por los constantes turistas y en Santiago de 1500 a 1800 unidades, aparte de esto se exporta a terceros países por medio de Zofri como Bolivia y Argentina. Al incursionar en venta al por mayor a distribuidores nacionales o internacionales, la demanda local se ha visto descuidada puesto que no se alcanza a abastecer por completo por falta de productos en inventario.
- **¿Cuál es la demanda de ventas en el Centro Mayorista Zofri?**
- La demanda en esta parte del mercado chileno es alta, dado que, el Centro Mayorista Zofri cuenta con la infraestructura necesaria para la instalación de empresas donde se puede producir, almacenar, comercializar y distribuir sus productos en los mercados objetivos de la zona franca. Aquí se puede exportar a otros países, se puede vender a miles de viajeros, entiéndase por viajeros a turistas o chilenos que viven fuera de la ciudad de Iquique, ellos buscan más que todo beneficiarse de la exoneración del IVA.
- **De acuerdo al mercado ¿Que tan cotizadas son las camisetas polo?**
- Las camisetas tipo polo son compradas por personas de todas las edades, dependiendo del estilo que escoja el cliente, por esto ASAHÍ busca proveedores que se adapten a sus gustos y ganar mayor reconocimiento en el mercado chileno.

- **¿Está de acuerdo en seguir realizando importaciones de camisetas polo de origen ecuatoriano?**
- Si estoy de acuerdo, mientras el precio que me ofrezcan sea competitivo. Las camisetas tipo polo están confeccionadas con materiales de alta calidad y buen acabado, cumpliendo con todas las normas que se requieren para ser comercializadas, además, son confeccionadas con maquinaria acorde a la tecnología innovadora dentro del sector textil ecuatoriano.
- **¿Le parece atractiva la idea de MODAS YELUDIVA de resaltar la vida silvestre y cultural de un país equinoccial como lo es Ecuador por medio de sus camisetas?**
- A esta propuesta le encuentro 3 beneficios, primero es original por lo menos aquí en el mercado chileno no conozco de camisetas similares, segundo es atractivo para los ojos los diseños de las camisetas mostradas y tercero resaltar la cultura y enfocarse en animales exóticos, es algo más llamativo para el cliente tanto chileno como extranjero, y a los extranjeros que visitan ZOFRI le gusta mucho los productos que tengan enfoque cultural, así que la idea de hacer camisetas sobre la Tortuga George pienso que llamara mucho la atención aquí en Chile.

### **Análisis de la entrevista**

La presente entrevista fue realizada al Jefe de Compras ASahi IMPORTADORA Ltda., para la exportación de camisetas hacia el mercado de Santiago en Chile. La negociación se llevó a cabo por mutuo acuerdo, para el contrato se estableció negociar bajo el Incoterm FOB y de acuerdo al mismo se determinó que la transportación será vía marítima. En relación a la logística de la mercancía se indicó el tipo de empaque y embalaje para la mercancía con el fin de llevar a cabo una buena distribución en el contenedor y una mejor presentación del producto. Otro aspecto importante es la forma de pago que se va a optar por una carta de crédito, que facilitaría y asegurara el cobro por las mercancías a MODAS YELUDIVA S.A.

El presente plan de exportación va a permitir minimizar errores al momento de exportar y dará confianza al importador, dado que, se conocen los datos necesarios para aplicar la exportación de forma segura. Se estima una orden de compra por parte del distribuidor ASahi Ltda. mensual, puesto que este considera rentable la venta de los modelos de camisetas propuestos en esta investigación, buscando este expandir más su mercado.

## **4. DESARROLLO**

### **4.1 LA EMPRESA**

MODAS YELUDIVA S.A. es una empresa dedicada a la confección de camisetas tipo polo, se encuentra registrada en la ciudad de Guayaquil, inicio sus actividades en el año 2004, en sus inicios se creó en categoría PYME, una microempresa, en la actualidad pertenece a la Asociación de Artesanos del Ecuador. Con los años la empresa se ha mantenido, a su vez ha ido cogiendo prestigio a nivel nacional, tanto así que es proveedor directo de uno de los más reconocidos almacenes de Ropa a nivel del país como es De Prati.

La empresa ecuatoriana cumple con los requerimientos de sus clientes, llenar las necesidades y expectativas, y transformarlas en requisitos para el cumplimiento de cada labor que se le encomiende y de esta manera lograr la satisfacción tanto de partes externas e internas. Establece mantener calidad en su trabajo, manteniendo el compromiso de mejorar para prevenir la contaminación y de esta manera proteger el medio ambiente y nuestro entorno laboral.

## 4.2 LINEA DE ACCION DE MODAS YELUDIVA S.A

Figura 2 Líneas de acción



Elaborado por: Villalva A.

En la Figura 2 se ven los 4 puntos a los que la empresa MODAS YELUDIVA S.A. basará su plan de negocio, estas son las estrategias de comercialización enfocadas a lograr un posicionamiento en el mercado basada en precios descremados y promociones por marketing directo, después se resalta los servicios y artesanías que consiste en ofrecer asistencia al cliente para diseños de modelos de camisetas enfocadas a resaltar lo cultural, como tercer punto se nombra la oferta exportable que como se mencionó anteriormente es ofrecer igualdad de decisión para las diferentes partes involucradas además de respetar la cultura y medio ambiente. Por último, se nombra la oferta exportable abarcara la capacidad de producción de la empresa para abastecer otros mercados que en este caso sería de 2500 unidades y también abarca la capacidad de gestión que se posee, en este es un punto en el cual debe capacitarse para llevar una correcta logística.

## 4.3 EL PRODUCTO

Las camisetas tipo polo son prendas de punto, tiene cuello, la misma es abotonada por delante en la parte superior y llega hasta la cintura, este tipo de camisetas son de mangas cortas usadas en equipos que practican deporte y considerada una prenda informal.

Este tipo de camisetas polo en la antigüedad se las conocían también con el nombre de Niqui y hasta el día de hoy la llaman por ese nombre. En el mercado el tipo de tela que se confecciona las camisetas tipo polo podría ser en jersey PIMA, tela lycrada o pique lycrado, además, existe variedad de colores en la cual se trabaja, es según los requerimientos en tallas, diseños y color.

Figura 3 Camisetas tipo polo



Elaborado por: Villalva A.

En la Figura 3 se ven los modelos de camisetas a promocionar en el mercado chileno. Están consisten en mangas corta con cuello y bocamangas acanalado más tapeta de 2 botones, cubre costuras reforzado en cuello y aperturas laterales. Elaborada 100% algodón y punto piqué de 220 g/m2.

#### **4.4 ENFOQUE CULTURAL DE LA CAMISETA**

La idea de la empresa MODAS YELUDIVA consiste en ofrecer diseños enfocados en resaltar la cultura ecuatoriana, por medio de estampados o logos representativos de animales emblemáticos de sus regiones como lo son la Tortuga George y el Cóndor, además de esto se la acompañara del emblema de Marca País, diseñado para resaltar al Ecuador como centro del mundo.

##### **TORTUGA GEORGE**

El Solitario George fue uno de los animales emblemáticos del archipiélago ecuatoriano y el ultimo en su especie de tortugas gigantes, habito en las Islas Galápagos concretamente en la Isla Santa Cruz, donde se convirtió en el símbolo que ayudo a dar a conocer la riqueza y biodiversidad del archipiélago.

##### **CULTURA DE LAS ISLAS GALAPAGOS**

Son llamadas también como Las Islas Encantadoras ubicadas a unos 1000 km de Ecuador, cuenta con personas de diferentes culturas y etnias, un 40% de mestizos, 40% de indígenas, 15% de blancos y 5% de negros, donde resaltan etnias como Otavaleños y Saraguros. Sus habitantes se dedican a la pesca especialmente de pepinos de mar.

## **CONDOR ANDINO**

Considerado como símbolo de espiritualidad y poder entre las culturas andinas, también conocido como el Rey de los Andes y símbolo del Ecuador. Esta actualmente en el libro Rojo de las Aves en Ecuador por estar considerado en peligro de extinción.

## **EMBLEMA MARCA PAIS**

Surgió de la idea tener una marca turística para promocionar a Ecuador y su cultura, el logotipo fue elaborado por el grupo Uma basándose en el sol, la vida, la tierra y la mega diversidad. Actualmente está entre las 20 Marca País más reconocidas a nivel mundial y su símbolo se basa en enfocar un país equinoccial en el centro del mundo.

## **SIGNIFICADO DE COLORES DE LAS CAMISETAS**

El color celeste puede ser agradable y refrescante aliado a lo positivo y espiritualidad. En Ecuador este color representa al Rio Guayas, mientras que el blanco refleja paz y la pureza de la gente en las islas Galápagos.

## **4.5 CERTIFICACION MARCA PAIS**

Implementado en Ecuador desde el año 2010 con el fin de promover al país como una potencia turística hasta que en el año 2013 el Ministerio de Comercio Exterior enfoca la marca para promover los productos exportables y la cultura ecuatoriana.

### **Tipos de licencias:**

- Licencia de Uso de Servicios
- Licencia de Uso en Productos de Comercialización Nacional
- Licencia de Uso en Productos de Exportación
- Licencia de Uso en Eventos.

La empresa usara la Licencia de Uso en Productos de Exportación que cuenta con las siguientes características:

- a) Tendrá duración de 2 años
- b) El producto deberá ser fabricado por lo menos con 40% de materia prima procedente de Ecuador, así mismo la mano de obra.
- c) Podrá ser renovable siempre y cuando no se incurra en sanciones o infracciones.

## **4.6 REQUISITOS QUE DEBE CUMPLIR MODAS YELUDIVA S.A.:**

Llenar formulario para la licencia requerida ingresando a la página web [marcapaisecuador.com.ec](http://marcapaisecuador.com.ec) y adjuntar los siguientes documentos

- Copia de cedula o pasaporte de la persona natural o del representante en caso de ser persona jurídica
- Copia de papeleta de votación

- Certificado por parte de la Superintendencia de Compañías de existencia y cumplimiento de obligaciones.
- Declaración Juramentada en el formato que exija la Secretaria Técnica de la Comisión de Marca, enfocada al cumplimiento del 40% en materia prima y personal proveniente de Ecuador.

Si la Secretaria Técnica de la Comisión de Marca lo considera necesario pedirá al solicitante vía electrónica o física lo siguiente:

- Copia certificada del registro de la marca del producto emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
- Copia certificada para el uso de la Denominación de Origen.
- Copia de Registro Sanitario y Registro de derecho de autor.
- Documentos que certifiquen la trayectoria y calidad del producto o servicio.
- Otros documentos que la secretaria Técnica de la Comisión de marcas considere necesaria.

#### **4.7 CAPACIDAD DE PRODUCCION**

La empresa MODAS YELUDIVA S.A. tiene un volumen de producción máximo de 5000 camisetas gracias a la mano de obra calificada que emplea para la fabricación de camisetas tipo polo. Se contará con 5 operarios que cumplirán con la realización de 25 camisetas diarias para cumplir con la oferta propuestas. La entidad espera un volumen de ventas proyectados de 2500 unidades mensuales que equivale a un total de 30000 unidades de camisetas tipo polo vendidas al año.

##### **4.7.1 ANALISIS DE DEMANDA Y DEL MERCADO CHILENO**

El mercado chileno es idóneo para exportar mercadería pues este cuenta con una de las tasas de arancel de aduanero más bajo de Latinoamérica. Chile tiene lo que se denomina como Arancel General 6% del CIF aplicado a la mayoría de los productos importados.

##### **4.7.2 VENTAJAS DEL PRODUCTO CON RESPECTO A LA COMPETENCIA**

- **Producto especializado:** Ya que se ofrece al mercado chileno un enfoque diferente enfatizando la vida silvestre de Ecuador basándose en diseños con animales representativos como el Cóndor y la Tortuga George. Además de esto el logo de Marca País encierra aspectos culturales que presenta a nivel internacional al Ecuador como un país Equinoccial.
- **Facilidad de limpieza:** La tela pique es fácil de lavar, para limpiar manchas solo basta colocar detergente en el lugar afectado y sumergirlo en agua para restregar de manera manual o en lavadora.
- **Producto con Certificación:** El producto cuenta con la certificación Marca País, lo que avala que el producto es de calidad, a su vez le da ventaja sobre el producto chino que son percibidos como de baja calidad. Con la licencia de Marca País se busca la atracción turística por parte del gobierno, presentando a Ecuador como un país ubicado en el centro del mundo y que hoy es símbolo de calidad en los diferentes productos ecuatorianos.
- **Protección de Propiedad Intelectual:** Con respecto a la protección de propiedad intelectual, la licencia Marca País brinda a sus afiliados el derecho de privatización

sobre el uso de su marca y producto en otros países, con el fin de eliminar el plagio del producto.

- **Cercanía geográfica con Chile:** Con respecto a la principal competencia que es China. Una importación desde China puede tardar de 30 a 40 días por vía marítima según datos proporcionado de StarCargo e igual de Europa a América de 4 a 5 semanas, mientras que entre Ecuador y Chile puede tardar 3 días o 1 semana desde su embarque.
- **Dos opciones de precios en el mercado:** El producto entrara con un enfoque de precio de penetración, es decir que se estima un precio bajo que lo haga atractivo, aparte de esto ofrece un precio libre de impuesto por medio de ZOFRI en Iquique.

### ¿Qué característica del producto atraerá al consumidor chileno?

Los logos propuestos en las camisetas buscan fomentar el interés por la vida silvestre y cultura ecuatoriana, enfocándose en animales representativos del Ecuador. Esta idea tuvo una buena acogida en las encuestas representando el 71% de aceptación. Siendo el logo de la Tortuga George el más escogido por las personas encuestadas con un 42% y seguido por el cóndor con un 23%.

### Aceptación del producto

Se estima una demanda regular del producto. Además de esto se toma en cuenta la estrategia de diversificar la demanda, es decir, que MODA YELUDIVA S.A. no se centrara solo en el mercado de Santiago de Chile puesto que el importador seleccionado da la facilidad de vender el producto en otro punto estratégico como es Iquique, por lo que se estima 1250 camisetas para Santiago de Chile y 1250 camisetas para la sucursal en ZOFRI.

ZOFRI brinda la oportunidad de dar a conocer la marca de MODAS YELUDIVA S.A. no solo a la población chilena, puesto que esta área de negocios es una de las más visitadas por extranjeros, lo que amplía más las posibilidades de ventas.

### Requerimiento de insumos

Para la confección de las camisetas polo es indispensable contar con los siguientes insumos:

- **Tela piqué**

Este tipo de tela es 80% algodón y 20% poliéster. Las características de esta tela son de tipo porosa y se encuentra en diferentes colores. Fácil para quitar manchas.

- **Elástico**

El elástico está compuesto de poliéster y caucho. Se usa para la elaboración de ropa deportiva. La misma se usará en cuellos y hombros para facilitar la puesta.

- **Botones**

Los botones por usar son de tipo plástico.

- **Hilo de coser**

Hilo de diferentes colores de acuerdo al color específico.

- **Cinta Twil**

La cinta es ajustable de acuerdo con las medidas que se requiera.

- **Estampados personalizados**

Para mostrar que la camiseta es de calidad se estampara el logo de Marca País una vez obtenido la certificación. También la tortuga George como emblema de la empresa y de la cultura en Ecuador. Estas serán cosidas por los operadores a las camisetas a exportar.

## 4.8 EVALUACIÓN GLOBAL

### ANÁLISIS FODA

Tabla 1 Analisis Foda

ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• MODAS YELUDIVA S.A. posee una buena infraestructura para la producción.</li> <li>• La empresa cuenta con personal capacitado para el área de manufactura.</li> <li>• Calidad del producto.</li> <li>• Fácil acceso a la materia prima, dado que, cuenta con proveedores fijo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta demanda de productos textiles en el mercado de Santiago de Chile.</li> <li>• Ingreso a un nuevo nicho.</li> <li>• Precios competitivos en el mercado</li> <li>• Establecer negociaciones con inversionistas del exterior.</li> <li>• Posicionamiento de la marca de las camisetas tipo topo.</li> </ul>		
DEBILIDADES		AMENAZAS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competir frente a marcas reconocidas en el sector textil.</li> <li>• Falta de promoción del producto mediante la publicidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas del sector textil ya posesionadas en el mercado de Santiago de Chile.</li> <li>• Cambio en las regulaciones para los productos que ingresan al mercado de Santiago de Chile.</li> <li>• Empresas del mercado con precios bajos.</li> </ul>		

Elaborado por: Villalva A.

En la Tabla 1 se detalla las fortalezas de la empresa como la infraestructura con la que cuenta MODAS YELUDIVA S.A. que permitirá captar y abastecer la alta demanda en Chile. Mientras que la falta de promoción de la marca en el mercado chileno sería una debilidad que puede verse perjudica por el posicionamiento de empresas ya establecidas en este mercado.

## 4.9 SELECCIÓN DE MERCADO

### 4.9.1 IMPORTADOR SELECCIONADO

Para gozar de los beneficios que brinda la ZOFRI se busca contactar con importadores que operen en dicha Zona Franca. El importador seleccionado y contactado para promover la marca de ropa ecuatoriana MODAS YELUDIVA S.A. es la empresa ASAMI Importadora Ltda., empresa dedicada a la comercialización de ropa confeccionado en el territorio chileno.

Figura 4 Como operar en Zofri



### Cómo operar en Zofri

Pasos para obtener la calidad de usuario y operar en la Zona Franca de Iquique.

- Constituirse como empresa en Chile o como agencia de una empresa extranjera en Chile:
  - Sociedad anónima.
  - Limitada o Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
  - O Persona Natural.
- Presentar documentación según cuadro adjunto.
- Presentación y entrega de la información anterior en el Centro de Atención al Cliente.
- Verificación de domicilio legal y antecedentes comerciales de la empresa. Socios y representante legal (con autorización).
- Revisión de los antecedentes, por parte de ZOFRI S.A.
- Preparación de contrato y envío a domicilio legal.
- Formalización del contrato y pago de la garantía.
- Emisión de certificado con la obtención de la calidad de usuario de la Zona Franca para ser presentados ante:
  - Aduana (registro de firmas).
  - Municipalidad (Trámite de la patente).
  - SII (Apertura sucursal).

TIEMPO MÍNIMO ESTIMADO PARA OBTENER CALIDAD DE USUARIO DE ZONA FRANCA DE IQUIQUE: 15 DÍAS HÁBILES.

Fuente: (ZOFRI, 2018).

Para conocimiento de los requerimientos que se necesita para ser operador en Zofri se adjunta en la Figura 4 dicha información. Este importador comercializa al resto del país los textiles, en Santiago de Chile se venderá el producto en la Estación Central, donde cuenta con una sucursal en Av. Libertador Bernardo O'Higgins N° 2995. ASATEX o ASAMI Ltda. se convierte en el importador idóneo para dar a conocer la marca en Chile, puesto que MODAS YELUDIVA S.A. busca ofrecer un precio en la ciudad de Santiago de Chile asumiendo los gastos de exportación sin elevar el precio del producto para que el valor final no se vea afectado por el advalorem del 6% y el IVA del 19%, y también ofrece una alternativa de precio libre de impuestos y aranceles en Iquique, al cual se permite comprar a por mayor si no sobrepasa los \$1170 y se lo puede separar desde la ciudad de Santiago en ASATEX para ser retirados después en ZOFRI.

#### 4.9.2 ZONA FRANCA DE IQUIQUE

Las camisetas tipo polo de MODAS YELUDIVA. S.A. ingresarán por esta zona franca, el beneficio que se obtiene es libre circulación de las mercancías sin pago de aranceles ni impuestos nacionales al resto del territorio nacional chileno a los viajeros de las zonas francas siempre y cuando dichas mercancías no tengan carácter comercial, y no sobre pase el valor de \$1197.

#### 4.10 ANALISIS DE COMPETENCIA

Los datos muestran que china es el principal proveedor de Chile a la zona franca, desde dicha zona las importaciones China son enviadas a otros países de la región como Colombia, Perú y Ecuador.

En temas de precios las camisetas tipo polo que ofrece China hay desde están desde \$5 a \$8 de la marca Joyord el precio varía según la orden de pedido de 100 unidades a 1000, mientras que la marca Vilida ofrece camisetas desde \$1.50 hasta \$4 con una orden mínima de 300 unidades.

Tabla 2 Datos de importación Trade Map

<b>Importaciones de camisetas a Chile</b>	
<b>Países</b>	<b>Valores en Miles de \$</b>
<b>China</b>	\$237.397
<b>Colombia</b>	\$342
<b>Perú</b>	\$7522

Fuente: (Trade Map, 2018).

Elaborado por: Villalva A.

En la Tabla 2 se puede observar que en el año 2017 China produjo en importación a Chile de camisetas tipo polo \$ 237 397 000 mientras que Colombia 342 000 y Perú 7 522 000, siendo China la principal competencia para la empresa.

En temas de transporte se paga más por traer la importación desde países asiáticos por la lejanía que existe, se estima que los precios pueden estar desde \$209.10 hasta \$494.10 para contenedores de 20 pies dependiendo del metro cubico en tipos de carga LCL según datos de la naviera StarCargo.

Otra de la competencia a tener en cuenta es Perú que por su cercanía geográfica cuenta con una ventaja parecida a la de Ecuador en tiempo de transporte internacional, pero a diferencia de Ecuador, Perú posee un Tratado de Libre Comercio con Chile por lo que sus productos entran con 0% de arancel en textiles. Además de esto Perú se mantuvo en séptimo puesto entre los países que más exportan textiles a Chile, siendo superado por países asiáticos como China, India y Vietnam.

#### 4.11 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS EN EL MERCADO DE SANTIAGO DE CHILE

Es importante realizar un análisis de precios, dado que, es un factor que influye en la decisión de compra del consumidor. Ante los precios que se encuentran en el mercado los precios deben ser acorde al precio establecido dentro del mercado chileno

Tabla 3 precios referenciales -precio chilenos vs dólares

<b>Precio referencial del precio (Peso Chileno)</b>	<b>Precio referencias del precio (Dólares)</b>
---	--

\$19.990	\$13,33
\$42.990	\$28.67

Elaborado por: Villalva A.

En la Tabla 3 se muestran precios de referencias proporcionado de Under Armour, empresa chilena del sector textilero que ofrece el mismo tipo de producto que MODAS YELUDIVA S.A., los precios van de \$ 19.990 a \$42.990 pesos chileno.

Haciendo un cálculo del precio promedio en el mercado chileno de las camisetas tipo polo dado la información obtenida en el cuadro anterior se puede decir que \$21,00 dólares por unidad es el valor más común de venta en Chile. La empresa MODAS YELUDIVA S.A. ha decidido vender las camisetas a \$8,89 dólares mientras se mantenga un pedido mínimo de 2500 unidades por motivo de los insumos y gastos de exportación que influyen en la comercialización. Además, le va a permitir ser rentables y mantenerse en el mercado para continuar exportando a otros nichos.

#### **4.12 ETIQUETA DE LA CAMISETA Y PRESENTACIÓN DE ENTREGA**

De acuerdo a la ficha técnica del Servicios de Compras Públicas (2017), la etiqueta deberá estar colocada en el interior de la prenda con la talla, nombre del fabricante, RUC y teléfono de contacto. En el reglamento del Instituto Ecuatoriano de Normalización (2013), la etiqueta debe cumplir con la norma NTE INEN 1 875:2004 y RTE INEN 013:2013.

##### **4.12.1 CONDICIONES DE ENTREGA DEL PRODUCTO**

- Empaquetado en fundas plásticas, transparentes, selladas en las que se distinga claramente talla y color.
- El embalaje se hará en cajas corrugadas y deberá estar bien identificada: talla y color (SERCOP, 2017).

##### **4.12.2 PORTAFOLIO DE PRODUCTOS**

MODAS YELUDIVA S.A. produce camisetas de dos tipos de tela jersey y pique. A continuación, se presentan los siguientes tipos:

- Las camisetas tipo polo son confeccionadas de tejido piqué y son de punto.
- Las otras camisetas son confeccionadas con jersey y otras de tejido plano.

La empresa produce camisetas con los dos tipos de tela de acuerdo con el pedido del cliente. De acuerdo con gustos y requerimiento dentro de la población en Santiago de Chile la exportación de camisetas serán tipo polo tejida piqué de punto.

#### **4.13 EXPORTACION**

Toda persona natural o jurídica puede realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país.

##### **Requisitos para ser exportador:**

A continuación, se detalla los requisitos que se necesitan para ser exportador: la empresa MODAS YELUDIVA S.A. debe con su Registro Único del Contribuyente (RUC) que lo otorga el Servicio de Rentas Internas (SRI) obtener el certificado de firma digital o TOKEN, este es otorgado por el Registro Civil, Security Data o Banco Central.

## 4.14 CONTENEDOR, ETIQUETADO Y EMPAQUE PARA EXPORTACION

### 4.14.1 ETIQUETADO

Para la exportación de camiseta tipo polo es necesario ajustarse al Reglamento Técnico Ecuatoriano para el etiquetado de la prenda. De acuerdo con la Norma INEN la etiqueta de las camisetas debe estar acorde a la Norma Técnica Ecuatoriana INEN 1875 caso contrario no podrá ser comercializada dentro ni fuera del territorio ecuatoriano. En caso de que el comprador requiera un etiquetado especial, este costo puede ser asumido o agregado al valor final de las camisetas.

Se detallan los componentes de la etiqueta que llevara las camisetas tipo polo de MODAS YELUDIVA S.A., los elementos que debe contener son:

- El idioma debe ser en español independiente del país al que se va a exportar el producto.
- La etiqueta debe estar ubicado en un lugar visible de la prenda.
- El porcentaje de la materia textil.
- Razón social de la empresa que elabora la prenda de vestir.
- El país de origen.
- Instrucciones para el cuidado de la prenda de vestir

### 4.14.2 EMPAQUETADO

*Figura 5* Empaque primario



Fuente (Mercado Libre, 2018).

El producto contará de dos empaquetados, en la Figura 5 se puede observar el primero, este se trata de una funda plástica transparente que facilite la visibilidad del producto y que dará una mejor presentación al mismo. Al primer empaque de un producto se lo suele conocer como envase, su función consistirá en contener, proteger y presentar el producto.

*Figura 6* Empaque secundario



Fuente: (Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo, 2017).

El segundo empaque que se muestra en la Figura 6, contendrá varias unidades del producto final y facilitará su traslado para el embarque y despacho de las mercancías, también cumple la función de proteger el producto. Por eso MODAS YELUDIVA S.A. escogió que sea cartón como empaque secundario, por motivo de dar una mejor presentación del producto a exportar. Para el empaque se usarán cajas de cartón con medidas de 40 cm de largo, 20 cm de ancho y 20 cm de alto, en la cual se estima ubicar de 15 a 20 prendas por caja.

Según el producto y su grado de fragilidad se suele usar un tercer empaque que proteja el producto como el recubrimiento con sacos en el embalaje que impida que se produzcan huecos. Al no ser frágil el producto a exportar no requiere de un embalaje ni empaque especial, a menos que el importador así lo solicite y cuyos gastos adicionales pueden ser incurridos por este.

#### **4.15 CONTENEDOR**

Se usará el Dry Van de 20 pies como contenedor para transportar las mercancías, este contenedor este hecho de aluminio o acero es usado para llevar pallets, cajas o bolsas. El Dry Van aguanta 28 toneladas de cargas y una capacidad de 32.6 metros cúbicos.

La empresa usara un tipo de carga Less Than Load (LCL) también conocida como carga compartida, puesto que la carga a transportar no ocupa un contenedor completo. El LCL permite a la empresa ahorrar en temas de costos por transporte, ya que solo se paga por la parte usada del contenedor, esto beneficiara directamente al importador quien será quien asuma el flete internacional.

Por datos brindados de CONTECON se puede estimar un peso por camiseta de 0.12 kg o 0.2645547 libras, por esto se valora un peso de 300 kg para las 2500 camisetas en 167 cajas pesan 33.4 kg, dando un total 333.4 kg o 334 kg de peso total de la exportación a Chile. Se exportará en dos pallets el primero con 90 tendrá un peso de 179.68 kg o 180 kg y el segundo con 77 cajas pesará 153.42 kg o 154 kg.

#### **4.16 PALETIZACION**

La paletización es la ubicación de los bultos o cajas de ropa a exportar por MODAS YELUDIVA S.A. sobre pallets que faciliten su traslado, el traslado se hará en un pallet con medidas de 1.20 m. de largo y 1 m. de ancho, con una altura de 15 cm que se muestra en el Figura 21.

La ubicación de las cajas o bultos en cada pallet dependerá de la dimensión de las cajas, en este caso las cajas miden 40 cm de largo, 20 de ancho y 20 de alto. Para saber cuántas cajas van de base se multiplica los 120 cm de largo del pallet x los 100 cm de ancho y a ese resultado se le dividirá la multiplicación del ancho y largo de la caja.

$$120 \text{ cm} \times 100 \text{ cm} = 12000$$

$$40 \text{ cm} \times 20 \text{ cm} = 800$$

$$12000/800 = 15 \text{ cajas}$$

Las cajas se ubicarán en dos pallets, el primero tendrá 6 niveles de 15 cajas dando un total de 90 cajas y el segundo pallet tendrá 5 niveles de 15 cajas y un sexto nivel con las dos cajas sobrantes acomodada con la cinta para embalar, haciendo un total de 77 cajas para el segundo pallet. Esto da 1.62 Metros cúbicos por pallet.

Figura 7 Ejemplo de paletizado de cajas



Fuente (TIBA GROUP, 2018).

En la Figura 7 se muestra un modelo de cajas paletizadas que sirve de referencia de cómo se puede ubicar las cajas sobre un pallet.

#### **4.17 REQUISITOS PARA SER EXPORTADOR**

MODAS YELUDIVA S.A. con el Registro Único de Contribuyente debe seguir una secuencia de requisitos para ser exportador el cual detallaremos a continuación:

En la actualidad la empresa cuenta con RUC: 0918013566001 y se acoge a este requisito para ser exportador.

- La empresa MODAS YELUDIVA S.A. debe registrarse como exportador en las oficinas del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

- Posterior, Se debe adquirir el certificado digital (Firma electrónica) otorgada por el Banco Central del Ecuador, el mismo tiene un valor de \$27 y un tiempo de vigencia de 2 años. Posterior se debe dar la autenticación otorgada por Security Data.
- La empresa exportadora MODAS YELUDIVA S.A. debe registrarse en el portal de ECUAPASS como Operador de Comercio Exterior en este caso como exportador. En este portal puede actualizar los datos de la empresa, registrar el usuario y contraseña, Aceptación de las políticas de uso del portal ECUAPASS para el posterior registro de la firma electrónica.

#### 4.18 LOGISTICA DE EXPORTACION

La empresa MODAS YELUDIVA S.A. realizara la exportación a Chile al puerto de Iquique bajo el Régimen 40 o Exportación definitiva, esta es usada para la libre circulación de las mercancías fuera del territorio aduanero ecuatoriano, está sujeta a las disposiciones del art. 158 del Reglamento al COPCI.

El término de la negociación se realiza bajo el INCOTERM FOB en el cual se estipula que la empresa ecuatoriana correrá con los gastos de transporte interno y tramites de exportación mientras que ASAHÍ Importadora Ltda. se encargará de los gastos a partir que la mercancía este sobre el buque de transporte.

El pago de la naviera será asumido por el comprador y en caso de que él lo requiera contratara un seguro para las mercancías, este no es obligatorio y queda a criterio de la importadora.

MODAS YELUDIVA S.A. será responsable de cualquier daño que les ocurra a las mercancías desde su bodega hasta que la carga este a bordo del buque asignado por el importador.

Tabla 4 Responsabilidades en incoterm Fob

<b>Reglas del INCOTERM FOB</b>	
<b>Empresa MODAS YELUDIVA S.A.</b>	<b>Empresa ASAHÍ Importadora Ltda.</b>
Embalaje	Seguro del producto
Verificación de documentación	Trámites aduaneros de exportación
Trámites de exportación	Costos del manipuleo en el puerto destino
Transporte interno	Transporte principal
Costos del manipuleo en el puerto origen	Transporte interno en destino

Fuente: (Intertransit, S.A., 2015).

Elaborado por: Villalva A.

Tabla 4 se detalla las obligaciones de ambas empresas, la diferencia entre las obligaciones de ambos radica es en costo por transporte principal asumido por el comprador, puesto que ambas

partes se encarga del pago del transporte interno en sus mercados y sus respectivos trámites aduaneros. En cuanto al seguro de transporte este es opcional para el importador.

Para exportar a una Zona Franca la empresa MODAS YELUDIVA debe cumplir con la presentación de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) y la autorización de ingreso a la Zona Franca emitido por el administrador de la Zona Franca de Iquique.

#### **4.18 DESCRIPCIÓN PARTIDA ARANCELARIA DEL PRODUCTO**

La subpartida arancelaria 61.09.1011 pertenece a la Sección VI que abarca Materiales Textiles y sus Manufacturas, esta subpartida hace referencia a T-shirts y camisetas de punto para hombres y mujeres con un contenido de algodón igual o superior a 75% por peso del producto. Cabe mencionar que en esta categoría no entraran aquellas prendas de vestir que ciñan la parte baja por medio de elásticos o cordones.

Para la negociación internacional, se basará en el término del grupo Específicamente FOB Free on Board para el transporte marítimo, dado que, MODAS YELUDIVA S.A. va a entregar la mercancía hasta la borda del buque o lugar convenido y no va a cubrir el pago por concepto de flete internacional.

#### **4.19 EMBARQUE**

La empresa de transporte internacional debe emitir la orden de embarque para su aprobación por parte del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. Una vez aceptada, la carga se encuentra habilitada para movilizarla hasta el recinto aduanero para que la carga ingrese a la zona primaria.

Una vez que la mercancía ingresa a la zona primaria, se da la inspección de la carga para el almacenamiento previo a la exportación y luego proceder al embarque de la misma y así ser embarcada hasta que llegue a su país destino en el puerto de Iquique.

#### **4.20 NORMAS PARA EL INGRESO DE LA MERCANCÍA EN EL MERCADO DE CHILE**

De acuerdo al Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (2017), las prendas textiles deben acogerse al cumplimiento del Reglamento de Rotulación y Símbolos para el Cuidado de los Textiles y Rotulación de Tejidos y Rotulación del Vestuario.

La norma NCH 1210 indica los datos que deben tener las etiquetas de las prendas de vestir para comercializarlas en el mercado chileno, se deben adaptar las mercancías sin importar el origen o procedencia de la mercancía. Los datos son razón social, país de fabricación, el componente de la fibra textil. Descripción de algún proceso de acabado y simbología m para el cuidado de la prenda de vestir.

#### **4.21 PROYECCIONES FINANCIERAS**

##### **COSTOS Y GASTOS DE EXPORTACION**

Los costos de producción implican todo lo relacionado a la elaboración del producto hasta obtener un producto terminado. Los valores que se muestran en la tabla son basados en la producción de una camiseta tipo polo, se usa material como cinta twill para ayudar en la decoración de la camiseta junto a estampados de Marca País y animales exóticos de la cultura ecuatoriana. Distritex será el proveedor de tela pique a \$2.10 por metro de tela pique, las etiquetas se las comprara en

Wiltex las mismas serán de cartón y tela satín de 30 mm x 35 mm, los estampados serán del proveedor Camisetas Wilmer con medidas de 5cm. x 5cm, mientras que los 5000 botones, 2500 metros de hilos y cinta twill vendrán de la empresa DIN y las 2500 fundas plásticas como envase de las camisetas serán de Plastlit S.A., en cuanto al empaque de cartón corrugado se escoge como proveedor a Cartopel SAI a precio de \$1.10 la unidad por 2500 cajas cuyas medidas no superen los 40 cm. de largo, 20 cm. de ancho y altura.

Tabla 5 Costo unitario

<b>Proceso Productivo</b>				
<b>Componentes de materia prima</b>	<b>Presentación</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Tela pique	Metro	\$2.10	1	\$2.10
Elástico	Metro	\$0.60	1	\$0.60
Botones	Unidad	\$0.05	2	\$0.10
Hilo	Metro	\$0.90	1	\$0.90
Cinta Twill	Metro	\$1.25	1	\$1.25
Estampados	Unidad	\$0.50	2	1
Etiqueta	Unidad	0.25	2	0.50
Funda de empaque	Unidad	0.55	1	0.55
<b>Total</b>				<b>\$7.00</b>

Elaborado por: Villalva A.

En la Tabla 5 se muestra de forma más detalladamente el precio, cantidad y total a gastar por producir una camiseta tipo polo por parte de la empresa MODAS YELUDIVA S.A.

Se proyecta vender \$2500 unidades mensuales que puedan generar las ganancias suficientes para cubrir los costos y gastos de exportación en los que incurra la empresa por incursionar en un proceso de exportación.

Los costos en los que se incurre por parte de MODAS YELUDIVA S.A. son de \$18323.95 por producción de 2500 camisetas y gastos de exportación. Los gastos de exportación conllevan a las obligaciones contraídas por el termino en el que se negoció la compra internacional, es decir, como se negoció en términos FOB la empresa no está obligada a pagar flete internacional, seguro, ni gastos por desaduanizar la mercadería. Aunque el exportador si está obligado en proporcionar al importador toda información concerniente a seguro y transporte de las mercancías, en caso de que este la requiera

Tabla 6 Costos y gastos de exportación

<b>Gastos de exportación</b>	
Transporte local de StarCargo	115
Empaque y embalaje	197
Tramite aduaneros	250
Consolidación de carga	96,95
Movilización de carga	60
Inspección antinarcoóticos	115
<b>Total de gastos de exportación</b>	<b>833,95</b>
Costos de mercadería	17500

<b>Total de costos y gastos</b>	18333.95
---------------------------------	----------

Elaborado por: Villalva A.

En la Tabla 6 se detalla los gastos por exportación de MODA YELUDIVA S.A. según su obligación en el Incoterm FOB y su traslado a Santiago de Chile. Como se negocia en FOB no se hace responsable la empresa MODAS YELUDIVA S.A. del transporte internacional.

### **GASTOS DE IMPORTACIÓN PARA ASAHÍ IMPORTADORA LTDA**

Tabla 7 *Gastos de importación*

<b>Gastos de Importación de ASAHÍ Importadora Ltda</b>	
Exw. (P x Q)	\$1112.50
Honorarios	\$250
Gastos locales	\$40
FOB (EXW+ Honorarios + G. Locales)	\$11402.50
Flete internacional	\$194
Seguro	\$228.05
CIF (FOB + Flete + Seguro)	\$11824.55
ADVALOREM (6% x CIF)	\$1891.93
IVA (19% x (CIF + Adv.))	\$2606.13
<b>TOTAL DE IMPORTACIÓN</b>	<b>\$16322.61</b>
<b>VALOR POR UNIDAD</b>	<b>\$13.05</b>

Elaborado por: Villalva A.

En la Tabla 7 se estipulan los gastos en lo que va a incurrir ASAHÍ Importadora Ltda para importar el producto a Santiago de Chile. La liquidación de importación da un precio final de \$ 13.05 por camiseta, un precio aún bajo para competir en el mercado, tomando como referencia el promedio de precio sacado anteriormente de \$21 y que las encuestas se reflejaron con un 59% que los consumidores chilenos están dispuestos a pagar \$20.

### **PRECIO DE VENTA EN CHILE**

Se espera obtener una ganancia por camiseta equivalente al 27% de los costos por camiseta. Por ello, se busca conseguir una proyección de ganancia a 5 años que reflejen rentabilidad en un largo plazo.

Tabla 8 *Estipulación de precio*

<b>Estipulación de precio</b>	
<b>Costos unitarios</b>	<b>\$7.00</b>

---

**Precio de fabrica**

**\$8.89**

---

Elaborado por: Villalva A.

En la Tabla 8 se muestran el costo y precio final de elaborar una camiseta de tipo polo para MODAS YELUDIVA S.A, en este precio se estipula asumir los gastos por exportación con el fin de no elevar el mismo.

El precio de venta final para el mercado en Chile puede estar en \$10.05 generando ganancias del 13% o en \$11.29 lo que, a su vez, genera el mismo margen de Ganancia de la empresa MODAS YELUDIVA S.A.

#### **4.22 ESTRATEGIAS DIRIGIDAS AL PRODUCTO**

##### **ESTRATEGIA DE PRECIO DE PENETRACIÓN**

En esta estrategia se coloca precios bajos cuyo objetivo es conseguir la mayor cantidad de clientes (Universidad Interamericana, 2018, pág. 4). Como se incursionará a un mercado nuevo la empresa MODAS YELUDIVA S.A. una estrategia de precios de penetración de mercado resultará favorable colocando un precio de venta bajo se conseguirá captar y fidelizar a los clientes de forma más rápida.

Como se mencionó anteriormente en el mercado chileno las camisetas tipo polo tienen un promedio de \$ 21 o \$14080.50 pesos chilenos, a la empresa MODAS YELUDIVA S.A. proponer un precio de venta de \$ 8.89 a la empresa ASAHI se le permite estimar precios por debajo del promedio aunque se paguen impuestos, generando ventaja por costos con respecto a la competencia que incluso con la suma de tributos y una ganancia del 50% para el importador se estima un precio de \$19.20 que sigue siendo inferior al promedio del valor de las camisetas de Chile. Además de esta estrategia hay la posibilidad de usar otro enfoque como el de la Estrategias de Precios Con Base a la Competencia, donde se propone la idea de analizar si es idóneo igualar el precio de la competencia, poner un precio menor o un precio mayor a la competencia o simplemente poner un precio que genere ganancias sin importar el precio de la competencia. Estas variables permiten un verificar cual es el mejor enfoque y determinar si hay que cambiar de estrategias en un momento determinado, cuando ya se tenga un segmento ganado.

#### **5.CONCLUSIONES**

Esta empresa nunca ha realizado algún tipo de exportación debido a que no cuenta con asesoramientos y capacitaciones en donde se denoten las técnicas para exportar, es por este motivo que la empresa solo se ha dedicado a producir y vender localmente, de esta forma se crea un límite en cuanto el crecimiento económico que posee la empresa.

Se puede concluir que la demanda en el mercado chileno es alta puesto que el 70% de las importaciones son de ropa, sus principales proveedores de textil son de China que en importaciones a este país produce \$237.397. las barreras de entrada para productos en Chile son bajas puesto que las barreras arancelarias cuentan con la aplicación de un arancel general de 6% que es bajo y vuelve atractivo para realizar negocios y exportaciones a este país.

Mediante la investigación se determinó que para el modelo de plan de exportación es necesario que se emplee la negociación en términos FOB ya que en este las obligaciones contraídas para exportador e importador son casi similares y no provocaría un incremento sustancial en el precio de venta final de las camisetas tipo polo.

Para el diseño del plan de exportación se estableció dos tipos de empaque uno que servirá para presentar y proteger el producto que es el empaque primario y otro que contendrá varias unidades y protegerá el mismo hasta su destino final. También se estableció entrada por medio de una zona franca que servirá a que los productos entren con exoneración de impuestos y aranceles con el fin de ser más competitivos en tema de precios.

## REFERENCIAS

- AITE. (2017). *Asociación de Industrias Textiles del Ecuador*. Obtenido de Asociación De Industrias Textiles del Ecuador: <http://www.aite.com.ec/index.html#nosotros>
- Asociación De Industrias Textiles del Ecuador. (2017). *Asociación De Industrias Textiles del Ecuador*. Obtenido de Historia y actualidad: <http://www.aite.com.ec/industria.html>
- Asociación Ecuatoriana de Venta Directa*. (2013). Obtenido de Instituto Ecuatoriano de Normalización: <http://www.aevd.ec/reglamentos/RTE-INEN013ETIQUETADOPRENDASDEVESTIR.pdf>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (2017). Obtenido de Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
- Díaz, L., Torruco, U., & Martínez, M. (13 de Mayo de 2013). *SciELO*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/iem/v2n7/v2n7a9.pdf>
- Fontdegloria, X. (23 de Marzo de 2016). La dudosa sombra del "Made in China". *Diario el País*.
- Fuentes, C., & Leon, M. (2014). PLAN DE EXPORTACIÓN DE GALLETAS DE COCO ARTESANALES HACIA LA CIUDAD DE MILÁN - ITALIA. *Universidad Laica*, 42-43.
- Gareca, D., & Colombo, E. (2013). *REDALYC*. Obtenido de REDALYC: <https://www.redalyc.org/pdf/3691/369139949049.pdf>
- Intertransit, S.A. (2015). *Intertransit, S.A*. Obtenido de <http://www.intertransit.com/wp-content/uploads/2015/05/INCOTERMS.pdf>
- Llamazares, O. (2018). *Global Negotiator*. Obtenido de <https://www.globalnegotiator.com/files/Que-es-un-plan-de-exportacion.pdf>
- López, P., & Fachelli, S. (Recuperado el 10 de 09 de 2018 de 2015). *Universidad Autónoma de Barcelona*. Obtenido de de METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL CUANTITATIVA: [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)
- Mercado Libre. (2018). *Mercado Libre Argentina*. Obtenido de [https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-661050186-bolsa-funda-remera-camisa-doblada-60x40-1ra-calidad-x100u-\\_JM?quantity=1](https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-661050186-bolsa-funda-remera-camisa-doblada-60x40-1ra-calidad-x100u-_JM?quantity=1)
- Modaes, 2. (2018). *Modaes*. Obtenido de [//www.modaes.es/entorno/la-produccion-textil-cierra-2017-a-la-baja-y-anota-su-primera-caida-desde-2012.html](http://www.modaes.es/entorno/la-produccion-textil-cierra-2017-a-la-baja-y-anota-su-primera-caida-desde-2012.html).
- Rojas, M. (2015). Obtenido de [www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf](http://www.redalyc.org/pdf/636/63638739004.pdf)
- Rubio, E. (2013). *ICEX*, 13. Obtenido de El mercado de la Confección Textil y Calzado en Chile.

- Sampieri, F. C. (2014). *Metodología de la Investigación (6 ed)* . Mexico.
- Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio. (2014). Metodología de la investigación ( 6 ed ). En F. C. Sampieri, *Metodología de la investigación ( 6 ed )*. MEXICO: INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de file:///C:/Users/pc/Downloads/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-sampieri-%206ta%20EDICION.pdf.
- SERCOP. (2017). *Servicios de Compras Públicas*. Obtenido de Ficha técnica: [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2017/02/24\\_camiseta\\_polo\\_mangacorta.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2017/02/24_camiseta_polo_mangacorta.pdf)
- SIICEX. (2013). *Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior*. Obtenido de Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo: <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/GM%20servicios%20-%20Chile%202013.pdf>
- SIICEX. (2013). *Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior*. Obtenido de [www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/](http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/sectoresproductivos/)
- SIICEX. (2017). *Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/726819260radE2BBA.pdf>
- TIBA GROUP. (2018). *TIBA GROUP*. Obtenido de <https://www.tibagroup.com/es/paletizado-mercancias>
- Trade Map. (2018). Obtenido de <https://www.trademap.org/Bilateral.aspx?nvpm=3|152||156||6109|||4|1|1|1|1||1|1|1>
- Universidad Interamericana. (2018). Obtenido de [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md1/ejec/ME/EP/S08/EP08\\_Lectura.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/ejec/ME/EP/S08/EP08_Lectura.pdf)
- ZOFRI. (2018). Obtenido de <https://www.zofri.cl/es-cl/Paginas/Home.aspx>