

Guía del Autor para Preparar el Artículo de Tesis de Grado de la ESPOL

Proyecto de Inversión para la Exportación de Sombreros de Paja Toquilla al Mercado Francés

Alejandro Andrés Guzmán Zambrano
Adriana Jackeline Izaguirre Morla
Jair Andrés Santos Talledo
FEN (Facultad de Economía y Negocios)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
alanguzm@espol.edu.ec
ajizagui@espol.edu.ec
jasantos@espol.edu.ec

Director de Tesis Ec. Giovanni Bastidas de la ESPOL, mail gbastida@espol.edu.ec

Resumen

La demanda mundial de sombreros de paja toquilla va en aumento en especial en el continente europeo donde es un producto sumamente valorado por la población por su calidad y estilo. La dificultad para los distribuidores en el exterior para conseguir sombreros de buena calidad en el país no es nueva a pesar de que el Ecuador está entre los primeros productores mundiales. Debido a que nuestro producto es único dentro del mercado es importante brindar a los distribuidores en el exterior una fuente confiable y rápida para satisfacer la demanda que muchas veces es prometida por proveedores locales pero no cumplida lo que conlleva a una mala referencia respecto a cómo los ecuatorianos negociamos. Aprovechando el contexto geográfico, podemos obtener un producto de la más alta calidad por la poca distancia que existe entre Guayaquil el puerto principal de donde exportaremos el producto y el sector productor que es la provincia de Manabí nos permitirá reducir costos operativos y logísticos.

Palabras claves: *Exportación de paja toquilla, comercialización al mercado francés, estudio de mercado en Francia.*

Abstract

The world-wide demand of straw hats toquilla especially increases in the European continent where it is a product extremely valued by the population by his quality and style. The difficulty for the distributors in the outside to obtain hats of good quality in the country is not new although Ecuador is between the first world-wide producers. Because our product is unique within the market is important to offer to the distributors in the outside a reliable and fast source to satisfy the demand that often is promised by local suppliers but not fulfilled what entails to a bad reference with respect to how the Ecuadorians we negotiated. Taking advantage of the geographic context, we can obtain a product of the highest quality by the little distance that exists between Guayaquil the main port of where we will export the product and the producing sector that is the province of Manabí will allow to reduce operative and logistic costs us.

1. Introducción

1.1 Generalidades

El sombrero de paja toquilla, más que un producto, es considerado un bien patrimonial del Ecuador, que podría encontrar sus orígenes en las culturas aborígenes pertenecientes a la Confederación Manteña. Por los años 1880, durante la construcción del Canal de Panamá, se extendió el uso del sombrero ecuatoriano, pues resultaba muy adecuado para las condiciones climáticas. De allí se difundió a América del Norte, Centroamérica, Europa y el resto del mundo. Por esta razón, el sombrero fue erróneamente conocido a nivel mundial como el “Panamá Hat” o “Sombrero de Panamá”. Su mayor apogeo se registró en la década de los 40 del siglo anterior, cuando llegó a constituir uno de los rubros más importantes de aporte al Producto Interno Bruto (PIB) y a la balanza comercial.

1.2. Planteamiento del Problema

La dificultad para los distribuidores en el exterior para conseguir sombreros de buena calidad en el país no es nueva a pesar de que el Ecuador está entre los primeros productores mundiales.

Debido a que nuestro producto es único dentro del mercado es importante brindar a los distribuidores en el exterior una fuente confiable y rápida para satisfacer la demanda que muchas veces es prometida por proveedores locales pero no cumplida lo que conlleva a una mala referencia respecto a cómo los ecuatorianos negociamos.

Por lo antes expuesto, con el desarrollo de nuestro modelo de negocios iniciaremos un proceso de comercialización internacional que permita al mercado creciente que existe en el exterior adquirir fácilmente y de una manera confiable sombreros de paja toquilla de excelente calidad

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Introducir nuestro producto al mercado francés obteniendo la mayor rentabilidad posible.

1.3.1. Objetivos Específicos

- Posicionar el producto en el mercado Francés.
- Brindar a los distribuidores en el exterior una fuente confiable y rápida del producto en cuestión.
- Fortalecer los lazos de comercialización entre Ecuador y Francia.

- Mejorar la relación que existe entre los productores y los compradores, dándoles un precio justo por el producto.
- Generar productividad y plazas de trabajo en el área local. Específicos.

2. Investigación de Mercado y Plan de Marketing

En el mercado internacional, en general, se observa una demanda creciente por los sombreros de paja toquilla.

Las ventas de campanas han decaído a causa de la entrada de otros competidores al mercado, como el sombrero chino. A primera vista, para quien no conoce de la materia, el sombrero de fabricación china es muy similar al sombrero de paja toquilla, y de menor precio. La gran diferencia entre los dos productos es que el sombrero chino no es de fibra natural sino de papel prefabricado, lo que permite una producción masiva a precios menores.

Las estadísticas así lo demuestran del abril del 2008 a abril del 2009 Francia importó 700 sombreros más que en el 2008. El precio promedio CIF aumentó en 4 euros por sombrero. Actualmente el precio CIF se ubica en 31 euros por sombrero.

2.1. Oferta Mundial

China es el principal país exportador de sombreros nivel mundial con 48% de participación, habiendo exportado 499334000USD del 2006 - 2008.

El segundo exportador de este producto, es Italia con 9% de participación en el contexto mundial, seguido muy de cerca por México, USA y Reino y unido con 5% y 4% respectivamente y 3% para Hong Kong. En cuanto a toneladas, se puede distinguir una marcada diferencia en el volumen exportado por estos países, pese a su aproximación en términos FOB.

2.2. Principales Países Importadores

Estados Unidos es el principal mercado importador de paja toquilla a nivel mundial con 30% de participación equivalente a un total importado de 596'458,000 dólares por un monto importado de 221,537 toneladas en el 2004.

Japón es el segundo mayor importador de productos de paja toquilla a nivel mundial, representando un 15% de participación en la actividad importadora mundial en función de los montos exportados de 299'314,000 de dólares y 135,132 toneladas.

Alemania, Francia y Reino Unido ocupan las siguientes posiciones con 8%, 6% y 5% de participación, respectivamente. Finalmente, basándose en términos de dólares CIF, las importaciones de otros países representan el 36% del total mundial

2.3 Plan de Marketing

2.3.1. Producto

Este sombrero es completamente tejido a mano en Montecristi, Ecuador. Se lo fabrica mediante el proceso de tejido llamado “llano” por la fibra de toquilla que es la más fina posible para el proceso de fabricación del sombrero. La altura de la corona es de 11 cm aproximadamente. El borde tiene un largo aproximado de 6.5 cm y posee una extremidad reforzada. El color es natural (beige) y la cinta puede ser de dos colores: negro o marrón.

2.3.2. Precio

Nuestro sombrero será comercializado a un precio promedio de \$14,00.

2.3.3. Plaza

Los sombreros de paja toquilla serán exportados directamente a nuestro intermediario en Francia.

2.3.4. Promoción

Como vamos a exportar nuestro producto a un intermediario no necesitamos hacer promoción publicitaria del mismo.

3. Estructura Organizacional

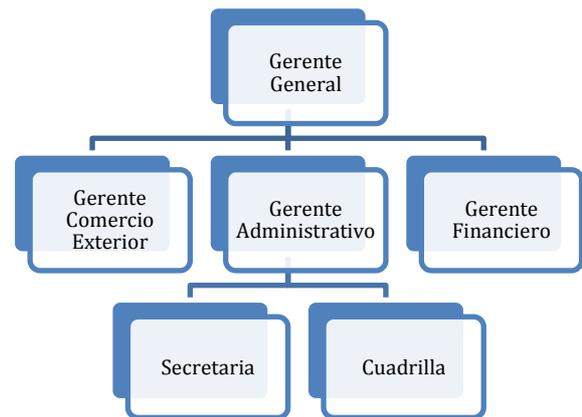
3.1 Misión

“Ser reconocida como una entidad líder e innovadora en exportaciones de sombreros de paja toquilla, de alcance internacional, basada en la gestión de calidad total, sus valores y la economía del conocimiento, promovida por la satisfacción de sus clientes, accionistas y empleados”

3.2 Visión

Ser la empresa Exportadora de mayor rentabilidad del país, buscando posicionamiento tanto a nivel de mercado como socialmente.

3.3 Organigrama



4. Estudio Técnico

4.1. Descripción del Plan de Operación

- Colocación del pedido y elaboración del producto. Este es el arranque del proceso, por lo general no toma mucho tiempo, ya que los artesanos a los que le compramos el producto son muy rápidos.
- Traída del producto desde las bodegas de los artesanos hasta nuestras bodegas. Este proceso tampoco toma mucho tiempo ya que como promedio los sombreros demoran en llegar desde Manabí hasta nuestra planta aproximadamente dos días.
- Salida del producto de nuestra planta hasta el puerto marítimo. Para esto se contratará una póliza de seguro para asegurar la carga, además de custodia y contrato con una empresa transportista.
- Llegada al puerto marítimo de Guayaquil. Para esta parte del proceso contamos con un Tramitador Aduanero especializado en estas negociaciones que se encargará de todos los requisitos y trámites dentro del puerto.
- Finalmente como nuestro Incoterm utilizado es FOB nuestra responsabilidad llega hasta que la carga pasa el borde del buque, por lo que nuestros trámites llegan hasta ahí.
- El resto de la comercialización queda en manos del comprador.

5. Estudio Financiero

El Valor Actual Neto nos permite medir la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

Si el resultado es mayor que cero, mostrará cuánto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa i que se exigía de retorno al

proyecto; si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa i que se quería obtener después de recuperar el capital invertido y, si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

El VAN del proyecto es de \$33926.60 lo que nos demuestra la ganancia del proyecto luego de recuperar nuestra inversión.

Para analizar la sensibilidad del proyecto hemos considerado un posible incremento en los Gastos Administrativos en un 5%, 10% y 14%. En ningún caso observamos un van negativo pero la TIR nos muestra que deja de ser rentable en TODOS LOS CASOS.

6. Conclusiones

Nuestro Proyecto tiene como principal objetivo satisfacer una creciente demanda de nuestro producto que se hace presente dentro del mercado al que estamos apuntando.

Sabemos muy bien que no será fácil, y que requerirá un gran esfuerzo, pero es una sacrificio que estamos dispuestos a tomar, porque sabemos que al final nos veremos recompensados al ver el fruto de nuestra dedicación.

Luego de haber desarrollado esta tesis, nos hemos dado cuenta de que el mercado está abierto a la inversión. Hay una gran cantidad de oportunidades que se presentan ante nosotros, sabiendo que nuestro producto será gran apetecido en el entorno, porque ofrecemos un producto 100% natural, de la mejor calidad y comparable solo con los mejores estándares de la industria internacional.

7. Agradecimiento

“Agradezco a mi madre, hermanos, tías, tíos, amigos, profesores y compañeros quienes de una u otra forma han contribuido en la culminación de esta etapa en mi vida. Es gracias a ustedes y sus experiencias que he podido cumplir con esta gran meta.”

Alejandro Andrés Guzmán Zambrano

“Agradezco a Dios por iluminarme cada día de mi vida, a mis padres quienes confiaron en mí en todo momento, a mis profesores que me enseñaron todo lo que se y especialmente a cada una de las personas que siempre creyeron en mí, que me inspiraban a salir adelante y que hicieron posible uno de mis más anhelados sueños.”

Jair Andrés Santos Talledo.

“Agradezco a Dios por su infinita bondad y guía. A mi madre, quien es la mujer más fuerte que conozco, y

mi ejemplo a seguir en la vida. A mi padre, el hombre más honorable de todos, y el mejor padre del mundo. A mi abuela, quien como una madre supo poner su propia vida a un lado por mis hermanos y por mí. A mi hermana Andrea, mi mejor amiga. A mi gran amiga Mariuxi, un pilar en mi vida, gracias por tus consejos y por nunca dudar de mí. Y a mis compañeros y amigos, Alejandro y Andrés, formamos un gran equipo. Este triunfo es de todos ellos, porque sin ustedes hubiera sido imposible. Muchas gracias por todo.”

Adriana Jackeline Izaguirre Morla

8. Referencias

- [1] www.corpei.org
- [2] www.panamahot.com
- [3] www.stetson.com
- [4] www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/4651/1/7172.pdf
- [5] www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/1533/1/3088.pdf
- [6] www.bce.fin.ec/