Proyecto para la elaboración e implementación de un plan de marketing para la oferta exportable de sombreros de cuero ecuatoriano para el mercado estadounidense

Ana Arguello
Suzetty Zumba
Econ. Ernesto Rangel
Ingeniería Comercial especialización en Marketing y Comercio Exterior
Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil, Ecuador
amam95@hotmail.com
suzetty16@hotmail.com

Resumen

La misma naturaleza del cuero, de aspecto atrayente y buena contextura, suavidad, flexibilidad y fuerza, han sido factores de fascinación singular y popularidad indiscutida. En el Ecuador, la producción de sombreros de cuero sigue manteniendo aún un carácter artesanal y familiar, en donde cada uno de los miembros de la familia, ayudados en ocasiones por los obreros, se encarga del proceso completo de elaboración de artículos de cuero, trabajando en talleres artesanales, y por tratarse de productos muy influenciados por la moda, la diversidad es la regla, tanto en tamaño, diseño, forma y color, razón por la cual se desconoce la existencia de una forma estándar de empaque del producto, puesto que han sido los compradores extranjeros quienes se han encargado de este aspecto.

No obstante, la tradición de esta actividad hace que en el país exista un gran potencial para la manufactura de cuero, sobre todo humano, que bien aprovechado podría permitir un mejor y mayor desarrollo de una industria que podría llegar a convertirse en un nuevo rubro de exportación no tradicional para el país.

Este proyecto está dirigido al mercado estadounidense, donde se quiere satisfacer de la mejor manera a la exigente demanda en crecimiento de manufacturas de cuero, fomentar el uso de sombreros con calidad, elegancia y estilo, ofreciendo así un producto con valor agregado.

El principal objetivo de este plan de marketing es crear una marca de sombreros de cuero capaz de competir en nuestro mercado meta con diseños propios y de alta calidad, acompañados del empaque con diseños novedosos que llamen la atención del consumidor e incentiven a la compra.

Palabras claves: cuero, sombreros de cuero, empaque, diseño, marca, calidad, elegancia y estilo.

Abstract

The same nature of the leather, attractive aspect and good contexture, smoothness, flexibility and force, have been factors of singular fascination and undisputed popularity. In Ecuador, the production of leather hats continues still maintaining artisan and familiar a character, in where each one of the members of the family, helped sometimes by the workers, it is in charge of the complete process of elaboration of leather articles, working in artisan factories, and for being products very influenced by the fashion, the diversity is the rule, as much in size, design, forms and color, reason by which the existence of a standard form of packing of the product is not known, since they have been the foreign buyers that have been in charge of this aspect.

However, the tradition of this activity makes that in the country a great potential for the leather manufacture exists, mainly human, that taken advantage of well could allow a better and greater development of an industry that could get to become a new heading of nontraditional export for the country.

This project is directed to the American market, where it is wanted to satisfy with the best way to the demanding demand in growth of leather manufactures, to foment the use of hats with quality, elegance and style, being offered therefore a product with added value.

The main objective of this plan of marketing is to create a mark of leather hats able to compete in our market puts with own designs and of high quality, accompanied by the packing with novel designs that call the attention of the consumer and stimulate to the purchase.

1. Introducción

El tema a ser planteado es el siguiente: Proyecto para la elaboración e implementación de un plan de marketing para la oferta exportable de sombreros de cuero ecuatoriano para el mercado estadounidense.

El proyecto planteado se basa en la elaboración e implementación de un plan de marketing para mejorar la oferta exportable de sombreros de cuero ecuatoriano a través de una marca capaz de competir en calidad y diseño, manufacturados en la Empresa ECUASOMBREROS CIA. LTDA., la cual contará con la maquinaria e infraestructura adecuada y mano de obra calificada.

La misma naturaleza del cuero, de aspecto atrayente y buena contextura, suavidad, flexibilidad y fuerza, han sido factores de fascinación singular y popularidad indiscutida.

Ecuador no exporta una marca propia, la producción de los sombreros y demás artículos de cuero se manejan bajo pedidos y exigencias de las grandes tiendas del mercado extranjero las cuales a su vez ponen su marca y etiqueta lo que ocasiona que no sea reconocido como producto ecuatoriano.

La producción de sombreros de cuero sigue manteniendo aún un carácter artesanal y familiar, en donde cada uno de los miembros de la familia, ayudados en ocasiones por los obreros, se encarga del proceso completo de elaboración de artículos de cuero, trabajando en talleres artesanales, y por tratarse de productos muy influenciados por la moda, la diversidad es la regla, tanto en tamaño, diseño, forma y color, razón por la cual se desconoce la existencia de una forma estándar de empaque del producto, puesto que han sido los compradores extranjeros quienes se han encargado de este aspecto.

No obstante, la tradición de esta actividad hace que en el país exista un gran potencial para la manufactura de cuero, sobre todo humano, que bien aprovechado podría permitir un mejor y mayor desarrollo de una industria que podría llegar a convertirse en un nuevo rubro de exportación no tradicional para el país.

Los principales centros de producción se encuentran en las Provincias de Tungurahua y Azuay.

Cabe recalcar que en la Provincia de Tungurahua, principalmente en Cotacachi, la producción de artículos de cuero es más bien artesanal y dirigida al mercado nacional.

Sin embargo, en la Provincia del Azuay, principalmente en Cuenca, los pequeños productores de marroquinería y prendas de vestir de cuero se están agrupando para formar gremios o asociaciones con el fin de poder solventar la gran demanda internacional.

En el actual mundo globalizado, la competencia comercial no se encuentra sólo en el país sino que los competidores están en cualquier parte del mundo, ya que hoy en día la demanda de productos a nivel mundial permite la existencia de un gran número de empresas. Lo primordial es saber como destacarse de entre tantos negocios, y la clave principal es el valor agregado que se le puede generar a un producto.

Durante la última década, el comercio mundial de artículos de cuero, ha sido bastante dinámico, registrando una tendencia fuertemente creciente, debido a que la industria de manufacturas de cuero es intensiva en mano de obra y son fácilmente comercializados (exportados e importados), dado su volumen, peso y bajo precio de transporte, lo cual hace que existan relativamente pocas barreras para la creación de nuevas empresas al interior del sector; es así que en casi todos los países del mundo estas empresas tienden a ser pequeñas y numerosas. Pero con la ayuda de nuestra estrategia de posicionamiento crearemos una gran empresa capaz de satisfacer la demanda de los sombreros de cuero, del consumidor interno y externo, principalmente estadounidense, todos muy exigentes a la hora de comprar.

Se ha escogido a Estados Unidos como el mercado objetivo de este estudio por ser el consumidor más representativo de manufacturas y ropa de cuero del Ecuador, y también por contar con preferencias arancelarias como es el caso del Tratado de Preferencias Andinas.

Adicionalmente, se debe considerar que el Ecuador cuenta con estabilidad en los precios de los productos, como consecuencia de una moneda, el dólar estadounidense, que permite que la mano de obra y la materia prima no fluctúen en sus costos; y con una ubicación geográfica privilegiada, debido a que el Ecuador tiene mayor cercanía con el mercado meta en comparación a la distancia existente entre Estados Unidos y los mayores proveedores de este producto (asiático), por lo que el tiempo de envío es menor al igual que sus costos de transporte.

El presente proyecto involucra el desarrollo en la actividad productora de cuero en la línea de sombreros. Está desarrollado en siete capítulos, donde se realiza un análisis del mercado ecuatoriano, un estudio de factibilidad técnica de la empresa, un análisis de la demanda y oferta mundial, una investigación de mercados internacionales con su respectivo análisis situacional, se detallan los pasos a seguir en el comercio exterior, se crea un plan de marketing y finalmente se realiza la evaluación económica – financiera, la misma que revela la factibilidad de ejecución.

Se realizó trabajo de campo, visitando talleres artesanales de ropa de cuero y de artículos de marroquinería situados en la ciudad de Cuenca como la empresa CURTESA Y CUEROTEX, para conocer de mejor manera su metodología de elaboración de las prendas y accesorios de cuero, además de los mecanismos que utilizan para su comercialización, así como las máquinas que se deberán emplear.

Para lograr el acabado deseado, los artesanos se guiarán por diseños establecidos por ECUASOMBREROS, ya que esto representa la imagen que nuestra marca desea proyectar al consumidor final. El mercado oferente presenta una gran variedad de sombreros de cuero, pero para facilitar la recopilación, análisis y ponderación de la información obtenida, se trabajó solamente con seis modelos, siendo estos modelos unisex, con la finalidad de que tanto hombres como mujeres puedan utilizarlos.

En el estudio de la Organización de la empresa, se determinó el organigrama con el personal idóneo a trabajar, y se estableció las funciones de cada uno de los miembros de cada departamento.

De acuerdo al plan de marketing elaborado, se estableció variedad en el material POP, tales como tríptico, banners, y una página web, cuya función es la de informar al consumidor final los modelos con los que cuenta la empresa, la materia prima que utiliza y el procedimiento a seguir para la confección de los sombreros de cuero, todo mostrado textualmente y a través de fotos ilustrativas. Finalmente muestra una opción con los datos específicos y necesarios para contactar a ECUASOMBREROS.

Al momento de venderse el producto, este cuenta con un empaque muy novedoso y exclusivo, el cual resalta la elegancia del sombrero.

El proyecto está enfocado para comercializar los productos solo a nivel de mayoristas quienes serán los encargados de vender en sus tiendas al detal.

En base a esto se establece que a pesar que el Ecuador no se puede considerar como uno de los potenciales exportadores de artículos de cuero, es de nuestro conocimiento que contamos con una muy buena materia prima y mano de obra de calidad.

Con todas estas variables y considerando las tasas del mercado, este proyecto presenta una buena oportunidad de inversión rentable.

2. Objetivo General

Generar una planta productora de sombreros de cuero, que beneficie a la imagen exportadora del país a través de la creación e implementación de un plan de Marketing capaz de generar valor agregado a dicho producto, para competir en mercados altamente exigentes.

2.1 Objetivos Específicos

Realizar un Análisis Estratégico sobre el mercado de Estados Unidos que nos entregue información acerca de potenciales clientes y mercados locales de dicho país que demanden sombreros de cuero.

Definir un directorio de empresas que comercialicen sombreros de cuero en las diferentes ciudades de Estados Unidos.

Mostrar los diferentes modelos y estilos de los sombreros de cuero de mayor demanda en el mercado estadounidense, basándonos en los gustos, preferencias y exigencias de nuestros futuros clientes.

Generar una marca que se posicione en la mente del consumidor, creando empaques con diseños novedosos que llamen la atención del consumidor final y lo incentiven a la compra.

Aplicar herramientas de mercadeo para fomentar el uso de sombreros de cuero recalcando la calidad, diseño y elegancia como características primordiales del producto.

Establecer el target ideal para la oferta de los sombreros de cuero ecuatoriano, para así satisfacer de mejor manera la demanda internacional, además de no incurrir en gastos innecesarios y fallar en la venta de dicho artículo.

Analizar las posibles cadenas y canales de distribución que debemos utilizar al momento de vender nuestros sombreros ecuatorianos a Estados Unidos, optimizando costos.

Explicar el proceso de exportación que se va a llevar a cabo para la comercialización de la bebida de quinua orgánica en el mercado meta, indicado todos los elementos que intervienen en dicho proceso logístico.

Realizar una evaluación económica y financiera para determinar la factibilidad del proyecto

Se espera alcanzar que los sombreros elaborados de cuero tengan una mayor participación dentro de las exportaciones no tradicionales ecuatorianas.

3. Metodología

Para este proyecto se va a necesitar un espacio físico destinado para implementar una planta con las máquinas de coser e insumos necesarios para la producción de sombreros de cuero. Además se necesitará una oficina, dentro de la misma planta, la cual se encargará de la exportación y comercialización del producto, debiendo establecer los contactos necesarios para la compra de la materia prima, y la distribución y venta del producto terminado; además se encargará de la administración de la empresa.

4. Estudio de Mercado

Principalmente se planea realizar una investigación con información secundaria por medio de gobiernos, agencias internacionales, entidades de servicios, asociaciones comerciales y otras fuentes. Se analizará el potencial del mercado estadounidense para la determinar la demanda y el volumen de exportación de los sombreros de cuero que se ingresará a dicho país. Para esto, también se utilizarán herramientas importantes como las “4 P” del Marketing Mix, el

Modelo de las 5 Fuerzas Competitivas de Porter, la matriz BCG, el Análisis FODA, entre otros. También se definirá la Estrategia Competitiva más adecuada.

5. Estudio Técnico

En la parte técnica del proyecto se pretende hacer un estudio sobre la descripción y maquinaria necesaria para el procesamiento del cuero, y de esta manera reconocer la materia prima de mejor calidad.

Por otro lado, se piensa contratar a una empresa que nos fabrique el empaque ya diseñado de cada sombrero, a fin de no incurrir en mayores costos al inicio del proyecto, aunque en un futuro se prevé implementar nuestra propia maquinaria para el empaquetado del producto.

6. Análisis Financiero

Se realizarán los estudios financieros respectivos para comprobar la viabilidad del proyecto. Para esto, se utilizarán los análisis de la Tasa Interna de Retorno, el Valor Presente Neto, Indicadores Financieros, Punto de Equilibrio y Análisis de Sensibilidad de Precio y Producción. Todo basado en una evolución dentro de los diez años de vida del proyecto.

Adicionalmente, se implementarán métodos estadísticos para determinar el riesgo del proyecto y el período de recuperación de la inversión destinada al mismo.

7. Agradecimientos

Como autoras de este proyecto agradecemos a Dios y a nuestros padres por estar siempre con nosotras, dándonos la paciencia y la fortaleza necesarias para seguir adelante y culminar satisfactoriamente esta meta.

En general, agradecemos a todas aquellas personas que tanto directa como indirectamente colaboraron y dieron lo mejor de si para que se lleve a cabo este proyecto, el cual culmina dejándonos grandes experiencias y anécdotas vividas. Sinceramente, gracias.

8. Bibliografía

8.1. Textos

Dirección de la Mercadotecnia: Análisis, Planeación, Implementación y Control. Philip Kotler. Editorial Prentice Hall, 1993.
Fundamentos de Marketing. Stanton, Etzel, Walker. Editorial McGraw Hill, 1996.
La Creación de la Empresa propia: consejos prácticos para su puesta en marcha. Manuel Bermejo, Isabel Rubio, Ignacio de la Vega. Editorial McGraw Hill, 1994
Principios de Finanzas Corporativas. Stewart Myers. Editorial McGraw Hill, 1993.
Sapag, Nassir – Sapag, Reinaldo; preparación y evaluación de proyectos; Mc Graw Hill; cuarta edición; Chile; 2000

Kotler, Phillip. Dirección de Marketing. Prentice Hall. Edición del Milenio. México, 2001.

Corpei: Perfil del Producto: Marroquinería. Proyecto: Expansión de la oferta exportable del Ecuador. Agosto del 2003
Procedimiento para la importación de productos en USA.

8.2. Internet

http://www.ecuadorexporta.org/cgi-bin/corpei2/exportaciones/exporta1_resul.cgi (Julio 26/2006)
Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec
Corporación de Promoción de Exportaciones e Importaciones, www.corpei.org; www.ecuadorexporta.org
International Trade Center, www.intracen.org
www.leatherup.com
finance.yahoo.com - Finanzas en Yahoo!
www.sica.gov.ec - Proyecto SICA Banco Mundial
www.proexport.com.co - Proexport Colombia

8.3. Entrevistas

Entrevistas personales con MBA. ING. Gustavo Flores director del Cluster de la empresa CUEROTEX.
Visita a CUEROTEX Juan Jose Malo.
Nancy Icaza. Directora oficina CORPEI Miami.

Guayaquil, 30 de julio de 2007

____

Econ. Ernesto Rangel
Director de Tesis