



Maestría en Negocios Internacionales

Trabajo de titulación

Modalidad Examen complejo – portafolio de proyectos de aplicación profesional

Ensayo reflexivo sobre

Propuesta de internacionalización para la exportación de Bolsos de mano elaborado en cuero al mercado del Reino Unido

Nombre completo del estudiante:

Fredy Napoleón Carlosama Quito

Trabajo final para la obtención del título de Máster en Negocios Internacionales con mención en Estrategia Competitiva Sostenible

UNIVERSIDAD CASA GRANDE

Noviembre - 2023

INDICE

Introducción	1
Desarrollo	3
CASO 1	3
Relevancia	3
Proceso y Propuesta	4
Conceptos, herramientas, métodos	5
Ideas principales	6
Desafíos	7
Soluciones	7
CASO 2	7
Relevancia	7
Conceptos, herramientas, métodos	9
Proceso y Propuesta	12
Ideas principales	13
Desafíos	13
Solución	13
CASO 3	14
Relevancia	14
Conceptos, herramientas, métodos	15
Proceso y Propuesta	17
Ideas principales	18
Desafíos	19
Solución	19
Conclusiones	20
Comprensión Académica – Casos de Laboratorio	20
Aprendizaje – Otros campos profesionales	20
Recomendaciones finales para empresas / emprendedores que busquen la internacionalización de sus negocios	21
BIBLIOGRAFÍA DEL ENSAYO FINAL	57

TRABAJO DE TITULACION

ENSAYO FINAL

EXPORTACION DE BOLSOS DE MANO ELABORADOS EN CUERO PARA EL REINO UNIDO.

Introducción

Los bolsos de cuero son accesorios de moda muy apreciados por su calidad, durabilidad y elegancia. Este ensayo analiza el estado de las exportaciones de bolsos de cuero desde Ecuador al Reino Unido, uno de los mercados más grandes y exigentes del mundo. Exploramos aspectos económicos, sociales, ambientales y legales que influyen en este proceso, así como las oportunidades y los desafíos que enfrentan los productores y exportadores ecuatorianos. Se sostiene que exportar bolsos de cuero desde Ecuador al Reino Unido es una actividad rentable y sustentable, siempre y cuando cumpla con los estándares de calidad, innovación y responsabilidad social que exige este mercado.

Dentro del Caso I creamos la marca “*Étnica*” bolsos de mano elaborados en cuero para exportar al Reino Unido. Este emprendimiento llegó a ser una oportunidad de negocio ya que se analizó las relaciones comerciales que entró en vigor en el año 2021 con acceso preferencial al mercado británico. El sector del cuero es uno de los más dinámicos y competitivos de la economía ecuatoriana y su alta demanda en Reino Unido es porque sus consumidores buscan productos innovadores, originales y con valor agregado, que se diferencien de la oferta masiva. Para lograr este objetivo debemos cumplir con normas sanitarios, fitosanitarios, técnicos, etiquetado, aranceles e impuestos que exige la normativa británica. Este Caso I se realizó durante el primer cuatrimestre del año 2023 en equipo con la Mgtr. Claudia Muñoz, el Mgtr. José Veliz y la Mgtr. Mónica Palencia.

Para el Caso II, nuestro producto de bolsos de cuero “*Etnica*” fue sometido a estrategias de marketing internacional basados en el análisis del mercado objetivo, sus características, preferencias, hábitos de consumo, competencia y

oportunidades. El segmento de mercado al que se dirige el producto, creando un buyer persona donde comprendemos sus necesidades, motivaciones y expectativas. La diferenciación del producto con su propuesta de valor y sus ventajas competitivas basadas en su calidad, diseño, innovación y sostenibilidad. La selección de los canales de distribución y su logística analizando sus costos, riesgos y beneficios. Mientras que la promoción del producto como su posicionamiento, imagen de marca, publicidad y relaciones públicas se enlazaron con una efectiva comunicación. El uso de las TIC's y la comunicación, el e-business, el comercio electrónico, las redes sociales y las plataformas digitales son fundamentales para facilitar el proceso de exportación, mejorar la atención al cliente, generar confianza y fidelidad, y aumentar las ventas. Este Caso II se realizó durante el medio año 2023 en equipo con el Mgtr. Daniel Miranda, el Mgtr. William Muñoz y la Mgtr. Giglia Gómez.

Y en el Caso III analizamos cómo la cadena de valor dentro de "Etnica" influye en las etapas de selección y compra de cuero, diseño y patronaje, corte y ensamblaje, acabado y embalaje, transporte y distribución, venta y posventa. En los bolsos de cuero, la gestión financiera implicó aspectos de análisis de mercado, costos y precios, estimación de ingresos y gastos, elaboración de presupuestos y flujos de caja, evaluación de la viabilidad y rentabilidad del proyecto detectando de fuentes de financiamiento. Mientras que la sostenibilidad dentro de nuestro producto implicó el uso responsable y eficiente de los recursos naturales, reducción de la huella ecológica, cumplimiento de las normas legales y éticas, respeto a los derechos humanos y laborales, fomento de la responsabilidad social y ambiental, y creación de valor compartido para los stakeholders. Este Caso III se realizó durante el final del año 2023 en equipo con el Mgtr. Ricardo Rodríguez, la Mgtr. Suleen Díaz y la Mgtr. Rafaela Orrantia.

Desarrollo

EXPORTACION DE BOLSOS DE MANO ELABORADOS EN CUERO PARA EL REINO UNIDO.

CASO 1



Partida Arancelaria: Subpartida Arancelaria 420222: Bolsos de mano y carteras, incluido bandoleras con la superficie exterior de cuero natural, cuero o regenerado
(<https://www.produccion.gob.ec>, 2023)

Relevancia

Exportar bolsos de cuero “Etnica” al Reino Unido desde Ecuador es una actividad económica que puede generar beneficios tanto para los productores ecuatorianos como para los consumidores británicos. Algunas razones para esta exportación:

- Ecuador posee una tradición artesanal de elaborar bolsos de cuero de alta calidad y diseño, para satisfacer la demanda del mercado británico.
- Ambos países tienen un acuerdo comercial que permite el ingreso de los productos ecuatorianos sin pagar aranceles, lo que reduce los costos y facilita el comercio (<https://www.fedexpor.com/>, 2022).
- El Reino Unido es un país con una población de más de 66 millones de habitantes y un alto poder adquisitivo, representando una oportunidad de negocio para los exportadores ecuatorianos.
- Exportarlos al Reino Unido desde Ecuador contribuye a diversificar la oferta exportable del país, y no solo productos primarios como el petróleo, el banano y el camarón.
- Esta exportación desde Ecuador también implica un desafío para los productores ecuatorianos, que deben cumplir con los requisitos sanitarios, de calidad y de inocuidad que exige el mercado británico.

Proceso y Propuesta

Con “Etnica” se realizó un estudio de mercado para identificar las oportunidades y los requisitos para exportar sus productos al Reino Unido, teniendo en cuenta factores como la demanda, la competencia, los precios, la distribución y la promoción.

La propuesta de nosotros fue ofrecer productos de alta calidad, diseño innovador y precios competitivos, aprovechando las ventajas arancelarias del acuerdo comercial entre Ecuador y el Reino Unido. Además, propuestas como utilizar estrategias de marketing digital, participar en ferias internacionales y establecer alianzas con distribuidores locales.

MATRIZ DE SELECCIÓN - PAISES EUROPEOS						
Indicador	Año más reciente	Reino Unido	Italia	Alemania	España	Portugal
Social						
Tasa de incidencia de la pobreza, sobre la base de \$1,90 por día (2011 PPA) (% de la población)	2020	0,30	1,50	-	0,80	0,10
Esperanza de vida al nacer, total (años)	2020	81,00	82,00	81,00	82,00	81,00
Población, total	2021	67.326.569	59.109.668	83.196.078	47.415.750	10.325.147
Crecimiento de la población (% anual)	2021	0,40	-0,60	-	0,10	0,30
Migración neta	2021	202.027	28.021	312.735	275.022	27.295
Índice de Capital Humano (escala de 0 a 1)	2020	0,80	0,70	0,80	0,70	0,80
Económico						
PIB (US\$ a precios actuales)	(2021 mil millones)	3.131,40	2.107,70	4.259,90	1.427,40	253,70
PIB per cápita (US\$ a precios actuales)	-2021	46.510,30	35.657,50	51.203,60	30.103,50	24.567,50
Crecimiento del PIB (% anual)	-2021	7,50	6,70	2,60	5,50	5,50
Desempleo, total (% de la población activa total) (estimación modelado OIT)	-2021	4,80	9,50	3,60	14,80	6,60
Inflación, precios al consumidor (% anual)	-2021	2,50	1,90	3,10	3,10	1,30
Remesas de trabajadores y compensación de empleados, recibidas (% del PIB)	-2021	0,10	0,50	0,50	0,30	0,30
Medioambiente						
Emissiones de CO2 (toneladas métricas per cápita)	-2020	5,20	5,30	7,90	5,10	4,30
Área selvática (% del área de tierra)	-2020	13,20	32,30	32,70	37,20	36,20
Acceso a la electricidad (% de población)	-2020	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Extracción anual de agua dulce, total (% de recursos internos)	-2020	6,00	19,00	23,00	27,00	16,00
Producción de electricidad a partir de fuentes renovables, excluida la hidroeléctrica (% del total)	-2015	23,00	22,50	26,30	24,80	30,60
People using safely managed sanitation services (% of population)	-2020	98,00	96,00	97,00	96,00	85,00
Instituciones						
Homicidios intencionales (por cada 100.000 habitantes)	-2018	1	-	1	1	1
Deuda del gobierno central, total (% del PIB)	-2020	195,40			141,20	
Statistical performance indicators (SPI): Overall score (scale 0-100)	-2019	83,20	89,80	87,50	88,90	85,50
Personas que usan Internet (% de la población)	-2020	95,00	75,00	91,00	94,00	82,00
Proporción de escaños ocupados por mujeres en los parlamentos nacionales (%)	-2021	34,00	36,00	35,00	43,00	40,00
Inversión extranjera directa, entrada neta de capital (% del PIB)	-2021	0,20	0,90	1,70	3,10	3,10

Autor: Fredy Carlosama

Conceptos, herramientas, métodos

Tabla de Lista de mercados importadores para un producto exportado por Ecuador 2021

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador en 2021													
Producto: 420222 "Bolsos de mano ""carteras"", incl. con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de ...													
Importadores	Seleccione sus indicadores												
	Valor exportado en 2021 (miles de USD)	Saldo comercial en 2021 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Ecuador (%)	Cantidad exportada en 2021	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportada entre 2017-2021 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2020-2021 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2017-2021 (% p.a.)	Concentración de los proveedores de los países socios	Arancel medio (estimado) enfrentado por Ecuador
Mundo	250	-5948	100	51	Toneladas	4902	-5	58		100	6		
Estados Unidos de América	140	128	56	38	Toneladas	3684	36	232	2	13,9	1	0,15	4,7
Colombia	41	-52	16,4	2	Toneladas	20500	23	147	49	0,2	-10	0,73	0
Perú	18	3	7,2	1	Toneladas	18000	-29	-13	45	0,2	-14	0,77	0
Canadá	11	11	4,4	2	Toneladas	5500	-7	112	14	1,6	-1	0,17	10,5
Panamá	10	10	4	3	Toneladas	3333	0	21	48	0,2	-13	0,49	7,2
México	5	-1	2	0	Toneladas			-82	21	1	-5	0,47	12
Chile	4	4	1,6	1	Toneladas	4000		-32	39	0,3	-12	0,6	0
Francia	3	0	1,2	0	Toneladas			112	3	6,6	6	0,24	0
Corea, República de	2	2	0,8	0	Toneladas				6	5	19	0,29	8
Costa Rica	2	2	0,8	0	Toneladas			33	78	0,05	-14	0,57	14
Reino Unido	1	1	0,4	0	Toneladas				8	3,4	-5	0,23	0

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Banco Central del Ecuador.

Las exportaciones de Ecuador representan 0% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 84. La distancia media de los países importadores es 3857 km y la concentración de las exportaciones es de 0,36 (<https://www.trademap.org>, 2022)

Tabla de exportación de Ecuador Bolsos de cuero al mercado británico.

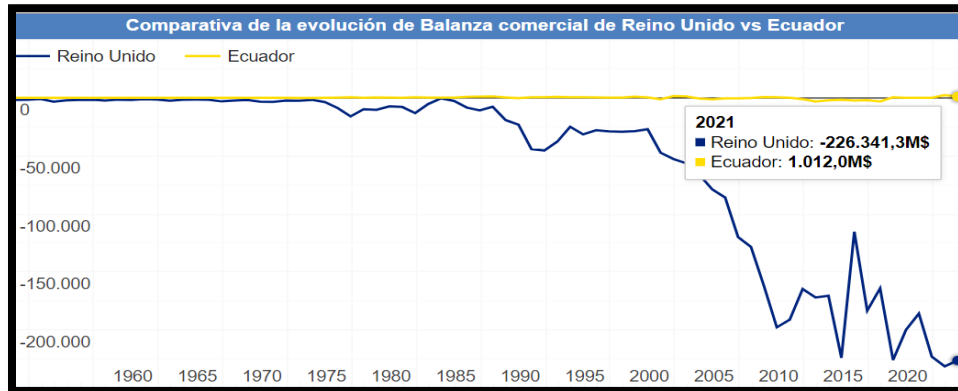
Exportaciones generales de Ecuador a Reino Unido código	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia Reino Unido		
		Valor en 2019	Valor en 2020	Valor en 2021
'TOTAL	Todos los productos	166'061	229'411	287'844
'42	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos ...	2'	1'	8'

En 2021, las exportaciones ecuatorianas al mercado británico representaron USD 287,8 millones. El plátano es el producto más demandado, según información del Banco Central. (<https://www.trademap.org>, 2022)

Balanza Comercial entre Ecuador y Reino Unido

El comercio no petrolero entre ambos países dejó un saldo favorable de USD 163 millones para Ecuador, pues las exportaciones tuvieron mayor preponderancia que las importaciones. (<https://www.fedexpor.com/>, 2022)

Reino Unido en el año 2021, se constituyó en el octavo destino de las exportaciones no petroleras del país y actualmente acoge a alrededor de 135 productos exportados. (<https://datosmacro.expansion.com>, 2021)



Preferencias arancelarias

Desde este 1 de enero de 2021, la oferta exportable de Ecuador ingresa sin pagar aranceles a Reino Unido. El acuerdo fue firmado en mayo de 2019. Según el ministerio del ramo indicó, el acuerdo permite que el 95% de la oferta exportable del país ingrese sin pagar aranceles a territorio británico. Con la vigencia del acuerdo, Ecuador conserva las preferencias arancelarias que se alcanzaron con Reino Unido, cuando este país era parte de la Unión Europea (UE). (<https://www.produccion.gob.ec/comex/>, 2021)

Ideas principales

1. La exportación de bolsos de cuero al Reino Unido desde Ecuador es una actividad económica que puede generar beneficios tanto para los productores ecuatorianos como para los consumidores británicos.
2. Ecuador tiene una tradición artesanal de elaborar bolsos de cuero de alta calidad y diseño, que pueden satisfacer la demanda de un mercado exigente como el del Reino Unido.
3. El Reino Unido es un país con una población de más de 66 millones de habitantes y un alto poder adquisitivo, lo que representa una oportunidad de negocio para los exportadores ecuatorianos.

Desafíos

- Encontré novedades al momento de analizar los costes de certificación y registro de marca ya que se han elevado por el Brexit.
- Reflexioné sobre la competencia de otros países productores de bolsos de cuero, como China en donde el costo de su mano de obra y la materia prima son complicados de competir.
- Tuve que diversificar las ideas para concretar nuevas propuestas para poder llegar a la innovación y la calidad de los diseños de los bolsos de cuero.

Soluciones

- Empecé a revisar el sistema Incoterm que nos permitirá elegir la mejor opción logístico reduciendo costos y convertirnos en importador registrado.
- Debemos aprovechar el acuerdo comercial entre Ecuador y el Reino Unido, que permite exportar sin pagar aranceles y revisar la normativa de los certificados de origen y los requisitos sanitarios y fitosanitarios. (<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec>, 2023)

CASO 2



Relevancia

El marketing internacional, el e-business y la estrategia de la innovación son factores clave para afrontar el desafío de exportar bolsos de cuero al Reino Unido desde Ecuador.

El **marketing internacional** nos permite conocer las necesidades, preferencias y hábitos de consumo de los clientes potenciales en el mercado británico, así como los requisitos legales, fiscales y aduaneros para ingresar tus productos (David, 2013). También nos ayuda a diseñar una estrategia de posicionamiento, diferenciación y comunicación efectiva para tu marca y tus bolsos de cuero.

Nos permite identificar y segmentar el mercado en el Reino Unido, comprendiendo las preferencias y necesidades del consumidor británico en cuanto a bolsos de cuero (<https://www.qualtrics.com>, 2022, s.f.). Esto facilita la adaptación de la estrategia de marketing a las características específicas de este mercado.

Con esto, contribuiremos al posicionamiento efectivo de los bolsos ecuatorianos en el mercado británico, destacando aspectos únicos, como la calidad del cuero, diseño artesanal o características sostenibles para diferenciar los productos.

E-business nos da la oportunidad de aprovechar las ventajas de las tecnologías digitales para crear una plataforma de comercio electrónico que nos permita vender nuestros bolsos de cuero directamente a los consumidores finales, sin intermediarios ni costos adicionales. También nos facilita la gestión de la logística, el servicio al cliente y la fidelización de los compradores (<http://lederpiel.com>, 2022).

Utilizando plataformas de comercio electrónico nos facilita la exposición y venta de los bolsos en el mercado británico. Aprovecharemos sitios web de comercio electrónico reconocidos o desarrollar una plataforma propia para llegar directamente a los consumidores británicos permitiendo explorar canales de distribución eficientes, como la colaboración con minoristas en línea o la participación en mercados electrónicos especializados en productos de cuero.

Mientras que la **innovación** nos va a permitir desarrollar productos de alta calidad, con diseños originales, funcionales y sostenibles, que se adapten a las tendencias y demandas del mercado británico. También mejorando procesos productivos, reduciendo costos, optimizando recursos y aumentando la competitividad (<https://www.esdesignbarcelona.com>, 2023).

Sin embargo, debemos tomar en cuenta que el sector del cuero ha sufrido una caída importante en el comercio mundial debido a la pandemia de COVID-19, por lo que se debe estar preparado para enfrentar los desafíos y oportunidades que se presenten en el escenario post-crisis.

Conceptos, herramientas, métodos

Buyer Persona

ANÁLISIS PERFIL DEL BUYER PERSONA	
NOMBRE	Sofía
GENERO – EDAD	Femenino, 35 años, Londres Reino Unido
INGRESOS	Medio - alto
DESCRIPCION	Profesional abogada exitosa. Tiene un estilo refinado y elegante usando accesorios de lujo y alta calidad. Le apasiona la moda y gusto impecable.
ANTECEDENTES	Sofía es adinerada, aprecia y adquiere productos de alta gama. Gusta siempre por la moda y accesorios usando diferentes marcas y estilos con las últimas tendencias.
MOTIVACIONES Y OBJETIVOS	Mantiene su imagen profesional y sofisticada. Sus bolsos de cuero son una parte esencial de su atuendo y le permiten expresar su individualidad y éxito.
DESAFIOS	Posee un alto poder adquisitivo, es muy exigente al comprar buscando perfección de calidad en cada bolso. El desafío está en marcas con estándares exclusivos.
FUENTES DE INFLUENCIA	Se influye en las últimas tendencias de moda por revistas especializadas, blogs de moda, diseñadores y marcas, pasarelas de moda y colección diversa de bolsos de cuero para adaptarse a diferentes ocasiones y atuendos.

Diferenciación de los bolsos de cuero para el mercado ingles

Las diferenciaciones de los bolsos de cuero están en las características únicas en relación a otros productos similares en el mercado siendo clave para atraer a compradores dando una ventaja competitiva para la marca (<https://wwd.com/womensweardaily>, 2021).

Calidad del cuero: La alta calidad del cuero genuino ecuatoriano (grano completo o piel flor) utilizado en la fabricación del bolso lo hace más duradero, resistente dando sensación de lujo en comparación con materiales sintéticos.

Grano completo o piel flor



Diseño y estilo: Los diseños originales y el estilo distintivo son claves para atraer a compradores que buscan un bolso único y sofisticado que refleje su personalidad y gusto por la moda.



Artesanía y detalle: La atención a los detalles y la artesanía en la fabricación del bolso como los acabados meticulosos, los bordados hechos a mano y los detalles intrincados agregan un valor especial al bolso.



Exclusividad: Los bolsos de cuero exclusivos y de edición limitada pueden atraer a compradores que buscan piezas únicas y difíciles de encontrar en el mercado (<https://fashionunited.com/>, 2022).



Sostenibilidad y responsabilidad social: Las marcas que adoptan prácticas sostenibles y responsables en la producción de sus bolsos de cuero pueden diferenciarse para atraer a compradores conscientes del medio ambiente y la ética.



Fuente: Elaboración personal

Plan de Marketing para la exportación de Bolsos de Cuero a Reino Unido.

“Un plan de marketing es un documento escrito en el que se escogen los objetivos, las estrategias y los planes de acción relativos a los elementos del marketing Mix que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia a nivel corporativo, año a año, paso a paso” (Kotler, 2006).

- **Análisis de mercado:** Identificamos la demanda potencial, el perfil de los consumidores, la competencia, las tendencias, las oportunidades y las amenazas del mercado objetivo. (<https://repositorio.espe.edu.ec>, 2019).
- **Estrategia de producto:** Aquí definimos la línea de bolsos de cuero, sus características, los beneficios, el diseño, la calidad, el empaque y el etiquetado de los bolsos de cuero .
- **Estrategia de precio:** Establecer el precio de venta, considerando sus costos de producción, los márgenes de ganancia, los términos de pago, las divisas, los derechos e impuestos de importación, los gastos de transporte y flete, y los precios de la competencia .
- **Estrategia de distribución:** Seleccionamos el canal de distribución más adecuado, ya sea directo o indirecto, y los socios comerciales que faciliten el acceso al mercado, como agentes, distribuidores, mayoristas o minoristas .
- **Estrategia de promoción:** Diseñamos un plan de comunicación que difunda los atributos y ventajas de los bolsos de cuero, utilizando los medios y herramientas más efectivos para llegar al público objetivo, como publicidad, relaciones públicas, ventas personales o marketing digital .
- **Análisis de riesgo:** Evaluamos los posibles escenarios que puedan afectar el éxito del plan de marketing, como cambios políticos, económicos, sociales, legales o ambientales, y establecer planes de contingencia para mitigarlos (Diaz, 2013).

Modelo de Negocio para la exportación de Bolsos de Cuero a Reino Unido.

Un modelo de negocio es una descripción de cómo una empresa crea, entrega y captura valor para sus clientes, socios y accionistas (Munch, 2007). El modelo de negocio para exportar bolsos de cuero al Reino Unido desde Ecuador es el siguiente:

- **Segmento de clientes:** Mujeres que buscan accesorios de moda de alta calidad, diseño y exclusividad, con conciencia ambiental y social.
- **Propuesta de valor:** Ofrecer bolsos de cuero elaborados artesanalmente con materiales ecológicos y sostenibles, que reflejen la cultura y la identidad ecuatoriana, con diseños innovadores y personalizados.
- **Canales de distribución:** Utilizar plataformas de comercio electrónico como Amazon, eBay o Etsy, para llegar a un público global y reducir los costos de intermediación. También se puede establecer alianzas con tiendas especializadas o boutiques que compartan la misma visión y valores de la marca. (<https://www.contableuk.com>, 2018).
- **Fuentes de ingresos:** Generar ingresos por la venta directa de los bolsos de cuero a través de los canales de distribución, así como por servicios adicionales como el envío, el embalaje, la garantía y la personalización.
- **Recursos clave:** Contar con un equipo de artesanos capacitados y comprometidos, que puedan elaborar los bolsos de cuero con calidad y creatividad. También se requiere de proveedores de materiales ecológicos y sostenibles, que cumplan con los estándares de calidad y responsabilidad social. Asimismo, se necesita de una infraestructura adecuada para la producción, el almacenamiento y el despacho de los productos, así como de herramientas tecnológicas para la gestión, la comunicación y el marketing.
- **Actividades clave:** Realizar actividades de investigación y desarrollo para crear diseños innovadores y adaptados a las tendencias y preferencias del mercado. También se debe realizar actividades de producción, control de calidad, logística y servicio al cliente, para garantizar la satisfacción y la fidelización de los clientes. Además, se debe realizar actividades de promoción y difusión de la marca, utilizando estrategias de marketing digital,

redes sociales y relaciones públicas.

- **Socios clave:** Establecer relaciones de confianza y colaboración con los proveedores de materiales, los canales de distribución, las entidades financieras, las agencias de transporte y aduana, y las organizaciones de apoyo al comercio exterior, que faciliten y agilicen el proceso de exportación.
- **Estructura de costos:** Identificar y optimizar los costos fijos y variables asociados al modelo de negocio, tales como los costos de materiales, mano de obra, infraestructura, tecnología, transporte, aduana, impuestos, marketing, entre otros.

Proceso y Propuesta

Con “Etnica” se realizó todo un proceso para ejecutar un adecuado plan de marketing, e-bussiness y estrategias competitivas para exportar nuestros bolsos de cuero al Reino Unido.

1. **Investigación del mercado y el comprador.** Buscamos oportunidades de negocio, la demanda y la competencia de los bolsos de cuero en el Reino Unido. También puedes contactar con posibles clientes o intermediarios que te ayuden a vender tus productos .
2. **Requisitos aduaneros y legales.** A partir del 2021, el Reino Unido ya no forma parte de la Unión Europea, por lo que tendrás que hacer los trámites necesarios para exportar tus mercancías fuera del mercado común.
3. **Preparar la venta y organizar el transporte.** Elegimos el precio, forma de pago, el embalaje y el etiquetado de tus bolsos de cuero. También contratar un servicio de transporte que te ofrezca seguridad, rapidez y buen precio.
4. **Preparar los documentos para el despacho de aduana en el Reino Unido.** Es la factura comercial, el certificado de origen, el documento único administrativo (DUA) y el documento de transporte (<https://trade.ec.europa.eu>, 2022).

Ideas principales

1. **Investiga el mercado y la demanda.** Antes de exportar, es importante conocer las características y preferencias de los consumidores potenciales, así como la competencia y las regulaciones del mercado de destino. Usar herramientas como Access2Markets obtendremos información sobre importación, aranceles y acuerdos comerciales entre Reino Unido y Ecuador.
2. **Crea una marca y una propuesta de valor diferenciada.** A los bolsos de cuero logramos transmitir una historia, una identidad y una calidad que los distinguen de otros. Podemos aprovechar el origen, el diseño, la artesanía y la sostenibilidad de tus bolsos para crear una marca que conecte con los clientes y que se adapte a las tendencias del mercado.
3. **Utiliza el e-commerce y las redes sociales para promocionar y vender tus productos.** Ya que son canales que nos permiten llegar a un público más amplio, reducir costos y ofrecer una mejor experiencia de compra. Crear una página web, una tienda online, un blog o un perfil en redes sociales para mostrar los productos, generar confianza y fidelidad, y recibir feedback de los clientes. También usamos herramientas de marketing SEO, el email marketing o la publicidad online, para aumentar el tráfico y las ventas.

Desafíos.

Comprendí que este mercado ha sufrido cambios desde el Brexit, lo que ha dificultado el comercio libre y ha encarecido los trámites. Además, tomé en cuenta los aspectos técnicos y creativos del diseño y la fabricación de los bolsos de cuero.

Solución.

La solución que encontré fue haber investigado más profundamente las tendencias y preferencias de los consumidores británicos, así como las normas y regulaciones del mercado, para adaptar mi oferta a las necesidades y expectativas. Además, experimente con herramientas digitales y plataformas de comercio electrónico para promocionar y vender tus bolsos de cuero de forma eficiente y segura.

CASO 3



Relevancia

La cadena de valor es una herramienta que nos permite analizar las actividades estratégicas de nuestra empresa y cómo estas generan valor para los clientes y beneficios para la empresa (<https://www.gestion.org>, 2021). La gestión financiera es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos financieros de una empresa para lograr sus objetivos (<https://economia3.com>, 2019). La sostenibilidad es el equilibrio entre el desarrollo económico, social y ambiental que garantiza el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

Estos tres conceptos son importantes para aportar a la problemática de exportar bolsos de cuero al Reino Unido desde Ecuador porque:

- La cadena de valor nos ayuda a identificar las ventajas competitivas de la empresa, mejorar la calidad y la eficiencia de sus procesos, reducir los costos y aumentar la satisfacción de los clientes.
- La gestión financiera nos permite optimizar el uso de los recursos financieros, evaluar la rentabilidad y el riesgo de los proyectos de exportación, gestionar el flujo de caja y el capital de trabajo, y cumplir con las obligaciones tributarias y legales.
- La sostenibilidad nos genera un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente, mejorar la reputación y la imagen de la empresa, fidelizar a los clientes y proveedores, acceder a nuevos mercados y oportunidades de negocio, y cumplir con las normas y exigencias del mercado internacional (<https://pactoglobal-ecuador.org>, 2020).

Conceptos, herramientas, métodos

Estrategia de Sostenibilidad

Una estrategia de sostenibilidad es un plan de acción que busca minimizar el impacto ambiental y social de una actividad económica, al tiempo que maximiza su rentabilidad y competitividad (<https://www.esterxicota.com>, 2022).

Indicadores Financieros del plan de marketing e internacionalización

Los indicadores financieros sirven para medir el éxito financiero y la salud de una empresa. Estos indicadores pueden ser utilizados para medir el rendimiento de la empresa en relación a sus objetivos financieros y para tomar decisiones informadas y estratégicas (Briseño, 2006).

INDICADORES	VALOR ACTUAL	VALOR DESEADO	COMENTARIO
Margen de Ganancia por Producto	67%	-	$\frac{\text{Precio de Venta} - \text{Costo de Producción}}{\text{Precio de Venta}}$
Costo de Producción por Unidad	\$50	-	Costo de producción por unidad de bolso
Rotación de Inventarios	3 meses	-	Frecuencia con la que se reemplaza el inventario
Eficiencia en la Cadena de Suministro	15% reducción	-	Reducción en los costos asociados a la cadena de suministro
Ingresos por Canal de Ventas	60% (online)	-	Porcentaje de ingresos generados por el canal de comercio electrónico
Costos de Marketing por Adquisición de Cliente	\$20	-	Costo de adquirir un nuevo cliente a través del marketing
Margen de Contribución Global	45%	-	Margen después de considerar todos los costos variables
Tasa de Conversión de Ventas	5%	-	Porcentaje de clientes potenciales que realizan una compra
Gastos Generales	\$15,000/mes	-	Gastos generales mensuales asociados con la expansión internacional
Retorno de Inversión en Marketing Internacional	150%	-	$\frac{\text{Ingresos generados} - \text{Costo de marketing}}{\text{Costo de marketing}}$
Rentabilidad por Mercado	Varios	-	Análisis de la rentabilidad en diferentes mercados

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción en donde existe la igualdad o la equiparación entre la suma de los costos fijos y variables y los ingresos por ventas durante un periodo económico (Bobadilla, 2014).

Se calcula el punto de equilibrio en volumen y en valor monetario

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$P.E \text{ (ventas)} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Precio de venta unitario}}}$$

$$P.E \text{ (producción)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio unitario de venta} - \text{costo variable unitario}}$$

P.E. VENTAS	\$ 257.936,26	P.E. UNIDADES	40
			3%

Viabilidad Financiera

La viabilidad financiera describe si el proyecto es o no viable a nivel de finanzas. Acá se incluye el análisis de costo/beneficio del proyecto. También se proyecta el retorno de inversión (ROI) esperado y se prevé cualquier riesgo financiero posible. (Garcia, 2010)

Se calcula los índices financieros de viabilidad del proyecto (TIR y VAN), y período de recuperación de la inversión.

ANALISIS TIR – VAN - TMAR			
TIR	17,50%		EL PROYECTO ES VIABLE SI TIR MAYOR A TMAR VAN POSITIVO, EL NEGOCIO SE ACEPTA
VAN	183.077,37		
TMAR	11.76%		

PERIODO RECUPERACION DE LA INVERSION (PAYBACK 5 AÑOS)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACIÓN INVERSIÓN
1	1.079.073,84	202.548,82	126.861,08	75.687,74
2	1.003.386,10	320.677,22	117.962,86	202.714,36
3	800.671,74	372.397,08	94.130,79	278.266,29
4	522.405,45	429.426,60	61.416,48	368.010,12
5	154.395,33	491.699,24	18.151,45	473.547,78
	-319.152,45			

Proceso y Propuesta

En “Etnica” se realizó todo un proceso para analizar la gestión financiera, su cadena de valor y la sostenibilidad para exportar nuestros bolsos de cuero al Reino Unido.

- Lo primero que debemos hacer es **identificar la fracción arancelaria** del producto, es decir, el código que clasifica las mercancías según su naturaleza y características. Esto nos permitirá conocer los requisitos legales, fiscales y sanitarios que debes cumplir para ingresar al mercado británico (<https://economia3.com>, 2019).
- Luego, **analizamos la demanda y la competencia** del producto en el Reino Unido. ¿Qué tipo de consumidores buscan bolsos de cuero? ¿Qué características valoran más? ¿Qué precios están dispuestos a pagar? ¿Qué marcas y países son tus principales competidores? Estas preguntas nos ayudarán a definir la **propuesta de valor**, es decir, el beneficio diferencial que ofreces a tus clientes (<https://www.qualtrics.com>, 2022, s.f.).
- Después, **elaboramos un plan financiero** que incluya los costos de producción, transporte, logística, impuestos, aranceles, seguros, promoción y otros gastos asociados a la exportación. Estimamos los ingresos esperados por las ventas, el margen de ganancia, el punto de equilibrio y el retorno de la inversión. Así determinamos la **viabilidad económica** del proyecto y posibles riesgos y oportunidades .
- **Seleccionamos el canal de distribución** más adecuado para el producto. Podemos optar por vender directamente a los consumidores finales a través de una plataforma de comercio electrónico, o bien, contactar con intermediarios como mayoristas, minoristas, agentes o distribuidores que te faciliten el acceso al mercado. En cualquier caso, debemos tener en cuenta las ventajas y desventajas de cada opción, así como los requisitos y condiciones que debemos cumplir .
- Finalmente, **demostramos el compromiso con la sostenibilidad**, tanto ambiental como social. Los consumidores británicos son cada vez más conscientes y exigentes con el origen y el impacto de los productos que

compran, por lo que debes asegurarte de que tus bolsos de cuero sean elaborados con materiales de calidad, respetando los derechos laborales, las normas de seguridad y el medio ambiente. Podemos obtener certificaciones que avalen la responsabilidad social y ambiental, lo que te dará una ventaja competitiva frente a otros proveedores (<https://www.gestion.org>, 2021).

Ideas principales

1. **Identificación de la ventaja competitiva.** Los bolsos de cuero son un producto de alta calidad y valor agregado que requieren de una buena materia prima, un diseño atractivo y una mano de obra calificada. Para diferenciarnos de la competencia, resaltamos los atributos únicos de los bolsos, como el origen, la calidad, la innovación, la personalización o la responsabilidad social y ambiental. Usaremos etiquetas, certificados, sellos o historias que respalden la propuesta de valor.
2. **Cumplir con los requisitos legales y técnicos.** Para exportar nuestros bolsos de cuero al Reino Unido, debemos cumplir con las normas y regulaciones de ese país, así como con los acuerdos comerciales vigentes. Por ejemplo, obtener la identificación fiscal (EORI), certificado de origen y declaración aduanera. Verificar si nuestros bolsos necesitan algún permiso o certificado especial, como el CITES para las pieles exóticas. Además, asegurar que los bolsos cumplan con los estándares de calidad, seguridad y etiquetado del mercado británico.
3. **Elegir una estrategia de precio y distribución.** Para fijar el precio de los bolsos de cuero, debemos considerar los costos de producción, transporte, impuestos, aranceles y márgenes de ganancia. Analizar el mercado objetivo, la demanda, la competencia y el poder adquisitivo de los consumidores. Una vez que tengas el precio, elegimos el canal de distribución más adecuado para el producto, ya sea directo (a través de la propia página web o tienda online) o indirecto (a través de intermediarios como mayoristas, minoristas o agentes). Debemos evaluar las ventajas y desventajas de cada opción, así como los requisitos y condiciones que te exigen.

Desafíos.

Un desafío que enfrente en este ensayo es cómo exportar bolsos de cuero al Reino Unido desde Ecuador, considerando los cambios que ha traído el Brexit. Algunas de las dificultades que hallé fueron:

- Los requisitos de etiquetado, empaquetado y certificación de los productos.
- El registro de IVA y de marcas en el mercado británico.
- Los visados de trabajadores especializados y los permisos de exportación.
- La competencia de otros países que también producen bolsos de cuero.

Solución.

La solución que encontré para superar este desafío fue aprovechar las oportunidades que ofrece el acuerdo comercial entre Ecuador y el Reino Unido, que entró en vigor en enero de 2021. Este acuerdo permite a Ecuador exportar sus productos al Reino Unido sin pagar aranceles ni cuotas, lo que reduce los costes y mejora la competitividad (<https://cincodias.elpais.com>, 2021).

Además, podríamos buscar el apoyo de instituciones como PRO ECUADOR o el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, que ofrecen información y asesoramiento sobre los pasos a seguir para exportar al mercado británico (<https://www.produccion.gob.ec>, 2023).

Finalmente, podríamos diferenciar el producto mediante el diseño, la calidad y la innovación, resaltando las características únicas de los bolsos de cuero ecuatorianos. Por ejemplo, mostraríamos el proceso de fabricación de los bolsos, desde la elección del tipo de cuero hasta los adornos y los acabados. Así, crear una imagen de marca distintiva y atractiva para el consumidor británico.

Conclusiones

Comprensión Académica – Casos de Laboratorio

- La comprensión de este ensayo sobre la exportación de bolsos de cuero al Reino Unido desde Ecuador lo he ido perfeccionando en relación con los conocimientos adquiridos en la maestría y reforzando con la investigación de la aplicación práctica de los tres casos.
- Puesto que los conocimientos adquiridos por las asignaturas de la maestría, me ofreció una visión global y estratégica del comercio internacional, así como herramientas para analizar el entorno económico, político, social y cultural de los mercados potenciales. Esto me ayudo a identificar las oportunidades y los riesgos de exportar un producto como los bolsos de cuero, así como a diseñar un plan de negocios adecuado.
- Mientras que al desarrollar los casos enviados al finalizar las etapas me permitió poner en práctica los conceptos teóricos aprendidos en la maestría, mediante la resolución de problemas reales o simulados que implican la exportación de un producto. Así, pude desarrollar habilidades como la investigación, la comunicación, la negociación, la toma de decisiones y la gestión de proyectos.
- Al combinar la maestría y los tres Casos, pude profundizar la comprensión de Negocios Internacionales, ya que pude contrastar la información que presenta con mis propios hallazgos y experiencias. Además, evalué críticamente la calidad y la relevancia de la maestría, así como proponer mejoras o alternativas.

Aprendizaje – Otros campos profesionales

- Estos aprendizajes se pueden trasladar a otros contextos profesionales que impliquen la exportación de bienes o servicios, ya que son aspectos clave para el éxito de cualquier proyecto de internacionalización. Por ejemplo, se

podrían aplicar al conocimiento jurídico, tributario, ventas, negocios, académicos, liderazgo, etc.

- La necesidad de cumplir con los estándares de calidad, normatividad y certificación que exige el país de destino, así como los procesos aduaneros y logísticos que faciliten la comercialización y distribución de los productos.
- La ventaja de aprovechar los acuerdos comerciales y las oportunidades de cooperación que existen entre los países, para acceder a beneficios arancelarios, financieros y de promoción.
- La importancia de innovar y diferenciarse de la competencia, mediante el diseño, la creatividad y el uso de materiales y técnicas que aporten valor agregado a los productos.

Recomendaciones finales para empresas / emprendedores que busquen la internacionalización de sus negocios.

La internacionalización de un producto en general es un proceso que implica expandir las actividades de una empresa a otros países, buscando nuevos mercados, clientes y oportunidades. Es una estrategia que puede aportar muchos beneficios, pero también requiere una buena planificación y adaptación.

- **Innova y diferencia tu producto o servicio.** Antes de lanzarte a la aventura de exportar, debes asegurarte de que tu oferta tiene una ventaja competitiva y satisface una necesidad real en el mercado objetivo. Para ello, puedes apostar por la innovación, la calidad, el diseño, la sostenibilidad o cualquier otro factor que te distinga de la competencia.
- **Elige los mercados adecuados y estudia su cultura.** No todos los países son iguales ni tienen las mismas oportunidades para tu negocio. Por eso, es importante que hagas un análisis exhaustivo de los mercados potenciales, teniendo en cuenta aspectos como el tamaño, el crecimiento, la demanda, la competencia, las barreras de entrada, la legislación, la fiscalidad y la logística. Además, debes conocer y respetar la cultura, los hábitos, las

preferencias y los valores de los consumidores locales, y adaptar tu producto, tu precio, tu distribución y tu comunicación a sus necesidades y expectativas.

- **Busca alianzas y apoyos.** La internacionalización es un reto que no tienes que afrontar solo. Puedes buscar socios, distribuidores, agentes, proveedores o clientes que te ayuden a entrar y consolidarte en el mercado extranjero. También puedes aprovechar los recursos y servicios que ofrecen las instituciones públicas, las cámaras de comercio, las asociaciones empresariales o las redes de emprendedores que facilitan la internacionalización de las empresas.

Estas recomendaciones básicas nos serán útiles para animarnos a dar el salto internacional con nuestro negocio. Recordemos que la internacionalización es un proceso de aprendizaje continuo, que requiere paciencia, perseverancia y flexibilidad.

LABORATORIO No. 1
CASO No. 1

1. Definir un producto + servicio ecuatoriano con potencial de exportación considerando oportunidades de negocios a nivel regional y global.

BOLSOS DE MANO ELABORADOS EN CUERO
para exportación en Reino Unido



INTRODUCCIÓN

El cuero se utiliza para confeccionar prendas y una amplia gama de artículos de piel, como correas de reloj, bolsos y calzado. Adicionalmente puede emplearse en la fabricación de otros productos, como la tapicería para automóviles y muebles en general.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El desarrollo del sector curtidor en el país mantuvo niveles artesanales hasta la década de los sesenta del siglo pasado. Es evidente que la calidad de la materia prima de las curtidurías depende en buena medida de los estándares sanitarios, fitosanitarios y ambientales prevalecientes en los mataderos, que para esa época también eran artesanales.

Desde las regulaciones de fomento establecidas durante el 2009, el sector del cuero ha tenido un mayor impacto y este particular genera un continuo crecimiento del mundo industrial, de manera que las exportaciones de cuero y sus confecciones ascienden a US \$ FOB 26,6 mm. Entre los principales países que reciben este material están: Italia, Venezuela, Perú y Colombia. (PRO ECUADOR, 2021).

Como se evidencia, el cuero (pieles) y sus confecciones tienen una gran acogida por parte de terceros países; sin embargo, no se ha logrado aprovechar de manera suficiente la aceptación que gozan los mismos por parte de productores y exportadores del Ecuador. La fabricación de cuero y sus derivados es un sector productivo con aspectos positivos y presenta excelentes opciones para emprender mecanismos de comercialización a

mercados internacionales. El impulso de capital, tecnología y mano de obra, convierten al sector en una buena opción para promover el desarrollo endógeno del Ecuador.

Dicho aspecto, relacionado con las políticas de Estado cuyo fin es el de apoyar las actividades productivas; el sector del cuero y sus derivados, los cuales forman parte del subsector de manufacturas y se encuentra dentro del **Programa de Estrategias Productivas del Ministerio Coordinador de la Producción**, el cual busca promover, potenciar y fortalecer la innovación tecnológica para acelerar los procesos de generación de nuevos productos y redistribuir los ingresos en las cadenas de producción a favor de micro y pequeños productores, a través de mejoras de productividad, innovaciones logísticas, apropiación de mayor valor en la comercialización y acceso directo a mercados con los fabricantes de bolsos y carteras en las diferentes partes del país, y así obtener un desarrollo productivo tanto del sector artesanal como el impulso para mejorar las exportaciones.

Reino Unido es el octavo exportador y quinto importador a nivel mundial, el comercio constituye el 57% del Producto Interno Bruto, PIB. (Santander Trade Portal, 2020)

Este laboratorio se enfoca en el objeto de adquirir un valor agregado en este producto **Bolsos de cuero y carteras** generando a su vez, utilidades y la consecuente apertura de nuevos mercados para la “Asociación Artesanal Cuero Afines Quisapincha”, donde buscamos ampliar la captación de mercado dando a conocer su producto en el mercado Internacional, con el fin de no contar únicamente con una cantidad limitada en el mercado local.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué procedimientos son necesarios para la exportación de bolsos de mano (carteras), con cuero regenerado al mercado británico?

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Determinar si el plan a ejecutar determina condiciones positivas del producto a exportar este producto “**bolsos de mano (carteras), con la superficie exterior de cuero natural o cuero regenerado**”. Variables como el comportamiento del mercado de carteras de cuero, así como la demanda y oferta del mismo hacia el mercado británico, determinado con ello los clientes potenciales en el mercado, son aspectos que permiten establecer las bases para considerar si estos productos van a tener acogida en el mercado internacional.

JUSTIFICACIÓN DEL LABORATORIO

En la actualidad, en el Ecuador un punto importante a considerar es la situación económica, puesto que existen áreas que carecen de atención por parte del gobierno y cámaras de producción. Políticas vigentes adoptadas por el Estado ecuatoriano mediante la Junta

Nacional de Defensa del Artesano JNDA con su Plan Estratégico 2021-2025¹, favorece el desarrollo de los sectores artesanales del Ecuador.

Con la ayuda de estos sectores, se podrá fortalecer la producción de los artículos procesados con cuero en función de nuevas fuentes de empleo en todo el proceso productivo, logístico y de comercialización; favoreciendo el desarrollo económico del sector, por lo cual, esta investigación es útil para los sectores productivos y el consecuente manejo de la información base para el establecimiento de sus negocios.

Este Laboratorio busca determinar ejecutar la exportación de **bolsos de mano (carteras), con la superficie exterior de cuero natural o cuero regenerado** en el mercado británico mejorando la situación económica de los productores del sector.

En este estudio se analizarán los referentes teóricos y legales que sustentan la investigación, analizando puntos importantes con los que debe contar una empresa para tomar la decisión de exportar como suele ser el producto, mercado, estrategias etc.

Se usará métodos de investigación como herramientas web Euromonitor, Trade Map, Banco Mundial, Senae, Mipro, etc; para recoger información y procesar datos que, a su vez, permitirán que la exportación se realice de una manera más específica los procesos a seguir para exportar este producto al mercado europeo, en específico al mercado británico.

OBJETIVO GENERAL

Exportación de **bolsos de mano (carteras), con cuero regenerado** al mercado británico, analizando variables económicas, sociales, logísticas con la “Asociación Artesanal Cuero y Afines Quisapincha”

LÍMITES DEL LABORATORIO

- Limitación de información exportable actualizada sobre varios requerimientos para desarrollar un plan efectivo de exportación del producto.
- Acceso limitado a los datos arancelarios y valores que determinan el precio en el cual, se comercializará el producto en Reino Unido.
- Limitación de acceso a la información de encuestas de mercado actualizadas con la finalidad de conocer sus gustos y preferencias, y cuánto estarían dispuestos a pagar para adquirirlas. Esta información es importante para elaborar el Plan de Negocios del producto.

INFORMACIÓN TÉCNICA

Para el año 2021, existieron 8 empresas dedicadas al curtido y adobo de cueros y 15 a la fabricación de artículos de cuero generando empleo a 419 y 178 personas respectivamente, en su mayoría correspondientes a empresas grandes.²

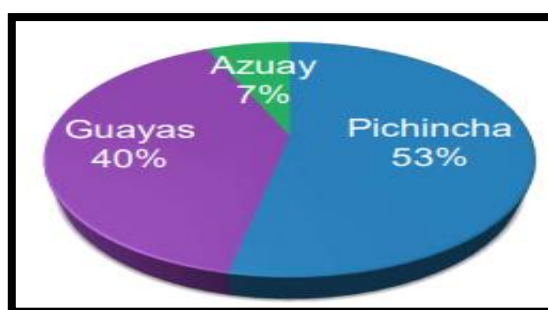
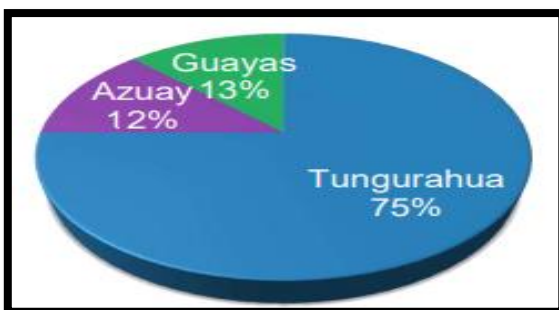
¹ <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2022/04/PLAN-ESTRAT%C3%89GICO-INSTITUCIONAL-JNDA-2021-2025.pdf>

² <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-2-trimestre/Ficha-Sectorial-Cuero.pdf>

Curtido y adobo de cueros		
Curtido y adobo de cueros; adobo y teñido de pieles. (C1511)	# Empresas 2019	# Empleados 2019
Grande	2	241
Mediana	3	116
Pequeña	3	62
Microempresa	0	0
Total general	8	419

Fabricación de artículos de cuero		
Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, (...) (C1512)	# Empresas 2019	# Empleados 2019
Grande	1	106
Mediana	2	19
Pequeña	4	24
Microempresa	8	29
Total general	15	178

La mayor concentración de empresas dedicada al curtido y adobo de cueros estuvo en la provincia de Tungurahua (75%); mientras que, el 53% de las empresas dedicadas a la fabricación de artículos de cuero se encontraron en la provincia de Pichincha.



Fuente: Superintendencia de Compañías

Las provincias de mayor actividad en lo relacionado a las actividades artesanales de curtiembre, productos de cuero y calzado serían: ³

PROVINCIA	% ACTIVIDAD ARTESANAL DEL SECTOR
Tungurahua	75.60%
Imbabura	13.20%
Azuay	4.30%
Cotopaxi	4.00%
Resto País	2.90%

³ <https://www.flacso.edu.ec/portal/pnTemp/PageMaster/wgksn2ckftv2mex9rh3s2uijszc1z8.pdf>

IMPULSO PRODUCCIÓN ARTESANAL ECUATORIANA
Asociación de Artesanos Afines al Cuero "Quisapincha"



DATOS RELEVANTES	
Fundación	Octubre de 1960
Presidenta	Viviana Chaglla
Horario de atención	Sábados, domingos y días feriados, de 09h30:00 hasta las 17:00
Ubicación	Plaza Central, frente a la iglesia de Quinsapincha, Ambato, Ecuador
¿Cómo llegar?	Desde Ambato se debe tomar la vía a Quisapincha dos cuadras antes



ANÁLISIS

- ✚ Los artesanos de esta Asociación tienen gente emprendedora y poseen la habilidad en la fabricación de bolsos de mano y carteras para damas y caballeros que va creciendo en la población indígena de Quisapincha.
- ✚ Sus habitantes han visto en esta actividad una forma de salir adelante ya que el trabajo textil ha permitido tener una fuente de empleo en el sector.
- ✚ Son conscientes que sus productos son elaborados a base de cuero de alta calidad, a bajo costo y con una gran variedad, además su producto **“Bolsos de mano y carteras, incluido bandoleras con la superficie exterior de cuero natural, cuero o regenerado”** son las más innovadoras del sector.
- ✚ Los socios saben lo que necesitan para incrementar sus ventas es trabajar en diferenciación, ventaja competitiva y demás atributos propios del producto para mejorar la rentabilidad de este negocio.
- ✚ El modelo que se diseñó nace desde dos puntos de vista, uno global y otro interno: **Global** porque puede ser aplicado por cualquier empresa, e **Interno** porque fue necesario desarrollar estrategias para la realidad actual de la asociación y de empresas que pueden estar presentando los mismos problemas. Este modelo que se diseñó cubre esas necesidades porque trabaja producto/servicio y mente a la vez.

- ✚ Este avance no ha sido fácil. Se requiere de tiempo, paciencia, dedicación, empeño y responsabilidad, constante capacitación y fundamentalmente capital de trabajo ya que sus talleres funcionan en sus propios hogares.
- ✚ Gracias a ello han conseguido clientes de diferentes ciudades del país, pero han visto que pueden expandir fronteras de comercialización para la exportación de su producto “Bolsos y carteras de mano” en mercados internacionales con una coordinada capacitación por parte de profesionales en esta materia.

EXPORTACIONES DE ECUADOR

Producto General: Artículos de cuero y Cuero de composición (Período 2020 – 2021)

- Ecuador exportó \$7,66k
- Es el exportador número 106 en el mundo.
- Producto número 1700 más exportado en Ecuador.
- **Complejidad económica de Ecuador (2020):** -1,01
- **Ranking:** 101 / 127
- **Aranceles:** En 2021, el arancel promedio para Ecuador en Artículos de cuero fue 17,7%
- Principales destinos de exportación de Ecuador de Artículos de cuero son:
 - Canadá \$3,70k
 - Bolivia \$2,43k
 - Perú \$715
 - Estados Unidos \$290
 - Nicaragua \$186⁴

Producto Específico: Bolsos de mano y carteras de cuero natural, cuero regenerado.

Subpartida Arancelaria 420222: Bolsos de mano y carteras, incluido bandoleras con la superficie exterior de cuero natural, cuero o regenerado

Lista de los mercados importadores para un producto exportado por Ecuador en 2021													
Producto: 420222 "Bolsos de mano ""carteras"", incl. con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de ...													
Importadores	Seleccione sus indicadores												
	Valor exportado en 2021 (miles de USD)	Saldo comercial en 2021 (miles de USD)	Participación de las exportaciones para Ecuador (%)	Cantidad exportada en 2021	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de las cantidades exportadas entre 2017-2021 (% p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores exportados entre 2017-2021 (% p.a.)	Posición relativa del país socio en las importaciones mundiales	Participación de los países socios en las importaciones mundiales (%)	Tasa de crecimiento de las importaciones totales del país socio entre 2017-2021 (% p.a.)	Concentración de los proveedores de los países socios	Arancel medio (estimado) enfrentado por Ecuador
Mundo	250	-5948	100	51	Toneladas	4902	-5	58		100	6		
Estados Unidos de América	140	128	56	38	Toneladas	3684	36	232	2	13,9	1	0,15	4,7
Colombia	41	-52	16,4	2	Toneladas	20500	23	147	49	0,2	-10	0,73	0
Perú	18	3	7,2	1	Toneladas	18000	-29	-13	45	0,2	-14	0,77	0
Canadá	11	11	4,4	2	Toneladas	5500	-7	112	14	1,6	-1	0,17	10,5
Panamá	10	10	4	3	Toneladas	3333	0	21	48	0,2	-13	0,49	7,2
México	5	-1	2	0	Toneladas			-82	21	1	-5	0,47	12
Chile	4	4	1,6	1	Toneladas	4000		-32	39	0,3	-12	0,6	0
Francia	3	0	1,2	0	Toneladas			112	3	6,6	6	0,24	0
Corea, República de	2	2	0,8	0	Toneladas				6	5	19	0,29	8
Costa Rica	2	2	0,8	0	Toneladas			33	78	0,05	-14	0,57	14
Reino Unido	1	1	0,4	0	Toneladas				8	3,4	-5	0,23	0

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Banco Central del Ecuador.

⁴ <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/articles-of-leather-and-composition-leather-nes/reporter/ecu?tradeValueExport=tradeScale2>

Las exportaciones de Ecuador representan 0% de las exportaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las exportaciones mundiales es 84. La distancia media de los países importadores es 3857 km y la concentración de las exportaciones es de 0,36⁵

2. A partir de técnicas de inteligencia de mercado: Identificar al menos seis países como potencial mercado destino (matriz de selección de mercados) y presentar el análisis técnico para determinar el mercado destino recomendado.

Matriz de Selección de Mercados

MATRIZ DE SELECCIÓN - PAISES EUROPEOS						
Indicador	Año más reciente	Reino Unido	Italia	Alemania	España	Portugal
Social						
Tasa de incidencia de la pobreza, sobre la base de \$1,90 por día (2011 PPA) (% de la población)	2020	0,30	1,50	-	0,80	0,10
Esperanza de vida al nacer, total (años)	2020	81,00	82,00	81,00	82,00	81,00
Población, total	2021	67.326.569	59.109.668	83.196.078	47.415.750	10.325.147
Crecimiento de la población (% anual)	2021	0,40	-0,60	-	0,10	0,30
Migración neta	2021	202.027	28.021	312.735	275.022	27.295
Índice de Capital Humano (escala de 0 a 1)	2020	0,80	0,70	0,80	0,70	0,80
Económico						
PIB (US\$ a precios actuales)	(2021 mil millones)	3.131,40	2.107,70	4.259,90	1.427,40	253,70
PIB per cápita (US\$ a precios actuales)	-2021	46.510,30	35.657,50	51.203,60	30.103,50	24.567,50
Crecimiento del PIB (% anual)	-2021	7,50	6,70	2,60	5,50	5,50
Desempleo, total (% de la población activa total) (estimación modelado OIT)	-2021	4,80	9,50	3,60	14,80	6,60
Inflación, precios al consumidor (% anual)	-2021	2,50	1,90	3,10	3,10	1,30
Remesas de trabajadores y compensación de empleados, recibidas (% del PIB)	-2021	0,10	0,50	0,50	0,30	0,30
Medioambiente						
Emisiones de CO2 (toneladas métricas per cápita)	-2020	5,20	5,30	7,90	5,10	4,30
Área selvática (% del área de tierra)	-2020	13,20	32,30	32,70	37,20	36,20
Acceso a la electricidad (% de población)	-2020	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Extracción anual de agua dulce, total (% de recursos internos)	-2020	6,00	19,00	23,00	27,00	16,00
Producción de electricidad a partir de fuentes renovables, excluida la hidroeléctrica (% del total)	-2015	23,00	22,50	26,30	24,80	30,60
People using safely managed sanitation services (% of population)	-2020	98,00	96,00	97,00	96,00	85,00
Instituciones						
Homicidios intencionales (por cada 100.000 habitantes)	-2018	1	-	1	1	1
Deuda del gobierno central, total (% del PIB)	-2020	195,40			141,20	
Statistical performance indicators (SPI): Overall score (scale 0-100)	-2019	83,20	89,80	87,50	88,90	85,50
Personas que usan Internet (% de la población)	-2020	95,00	75,00	91,00	94,00	82,00
Proporción de escaños ocupados por mujeres en los parlamentos nacionales (%)	-2021	34,00	36,00	35,00	43,00	40,00
Inversión extranjera directa, entrada neta de capital (% del PIB)	-2021	0,20	0,90	1,70	3,10	3,10
						Autor: Fredy Carlosama

6

5

https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c420222%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

⁶ <https://datos.bancomundial.org/?locations=GB-IT-DE-ES-PT>

ANÁLISIS TÉCNICO DEL MERCADO DESTINO

Visión general del mercado de Reino Unido

- El mercado británico para ***Bolsos de mano y carteras, incluido bandoleras con la superficie exterior de cuero natural, cuero o regenerado*** está segmentado por tipo (bolsos, carteras, bandoleras), canal de distribución (tiendas minoristas fuera de línea y en línea) y geografía.
- Estos artículos de cuero son muy populares entre los consumidores británicos, ya que tienen cualidades inherentes, como a prueba de polvo, fuego, grietas y durabilidad, que se espera que aumenten el crecimiento de este mercado. Además, la creciente demanda de bolsos de moda, carteras de cuero premium está influyendo en el crecimiento del mercado de estos artículos en los últimos años.

Tendencias de mercado

- Se proyecta que el mercado global de artículos de cuero registre una CAGR de 6.2% durante el período de pronóstico (2022 - 2027).
- El brote de COVID-19 provocó una interrupción en las ventas minoristas de estos artículos de cuero durante 2020, debido a las limitaciones en el poder adquisitivo, el cierre de tiendas/puntos de venta de prendas de primera calidad y el confinamiento generalizado en todo el mundo. La pandemia también interrumpió la cadena de producción y suministro de las empresas, debido al cierre total.

Tendencias clave del mercado

- Con el aumento de la renta disponible de las personas, también ha aumentado la demanda de artículos de lujo. Estos bienes a menudo simbolizan una sensación de logro dentro de las personas, dándoles una mayor autoestima. Se sabe que los europeos y los norteamericanos gastan más en artículos de lujo que incluyen bolsos, accesorios y zapatos exclusivos, que atraen a las personas adineradas.
- En el caso del segmento de lujo personal, estos artículos de cuero son el segmento de más rápido crecimiento que atrae a clientes extravagantes.

Acceso a mercados de exportación



- **Reino Unido emerge como uno de los mayores consumidores de estos artículos de cuero:** La fuerte presencia de empresas locales e internacionales, las innovaciones tecnológicas y de productos, el aumento de la venta minorista en línea y el uso de plataformas de redes sociales son algunos de los principales factores que impulsan el crecimiento del mercado europeo.
- La creciente conciencia de la moda, el aumento de los ingresos disponibles, y la creciente demanda de bolsos y carteras de cuero atractivos impulsa las ventas de equipaje en la región.
- Además, el creciente interés por los viajes y las experiencias únicas entre los consumidores está impulsando la demanda de estos artículos de cuero especialmente en el segmento de lujo, ya que los consumidores buscan cada vez más artículos de alta calidad.

3. Análisis del entorno internacional del país destino, específicamente identifique los siguientes factores: Factores económicos, políticos y legales, Factores socioculturales, Tendencias tecnológicas y de negocios, que inciden directamente en el potencial negocio.

PRODUCTO POTENCIAL A EXPORTAR A REINO UNIDO

Exportación de “Bolsos de mano y carteras, incluido bandoleras con la superficie exterior de cuero natural, cuero o regenerado” a Reino Unido

- Información general

Reino Unido				Ecuador			
Pais	Subcontinente	Continente	Mundo	Pais	Subcontinente	Continente	Mundo
							
<ul style="list-style-type: none"> • Capital: Londres • Población: 67.081.000 • Superficie: 243.610 km² • Moneda: Libras esterlinas (1 EUR=0,8853 GBP) • Religión: Mayoritariamente Cristianismo • Pertenece a: CoE, EEE, G20, G7, G8, FMI, OTAN, OCDE, ONU, OSCE 				<ul style="list-style-type: none"> • Capital: Quito • Población: 17.888.474 • Superficie: 256.370 km² • Moneda: Dólares USA • Religión: Mayoritariamente Cristianismo • Pertenece a: CAN, FMI, OEA, ONU, OPEP, UNASUR 			
Portuguese French English							

- Análisis técnico

Exportaciones generales de Ecuador a Reino Unido ⁷ Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia Reino Unido		
		Valor en 2019	Valor en 2020	Valor en 2021
'TOTAL	Todos los productos	166'061	229'411	287'844
'42	Manufacturas de cuero; artículos de talabartería o guarnicionería; artículos de viaje, bolsos ...	2'	1'	8'

En 2021, las exportaciones ecuatorianas al mercado británico representaron USD 287,8 millones. El plátano es el producto más demandado, según información del Banco Central.⁸

⁷

https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c826%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

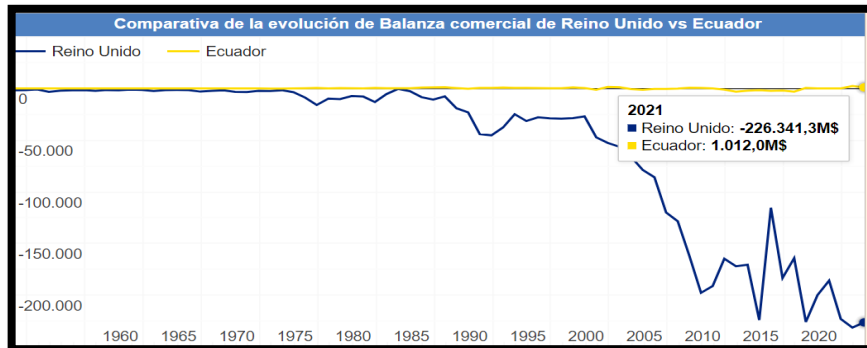
⁸ <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/ecuador-exporta-productos-reino-unido-sin-pagar-aranceles>

Balanza Comercial entre Ecuador y Reino Unido

Según información proporcionada por Fedexpor, en 2021, el comercio no petrolero entre ambos países dejó un saldo favorable de USD 163 millones para Ecuador, pues las exportaciones tuvieron mayor preponderancia que las importaciones.

En el caso de las exportaciones, estas alcanzaron USD 288 millones, lo que significó un incremento del 25% con relación a 2020, mientras que las importaciones sumaron USD 125 millones.

Asimismo, en 2021, Reino Unido se constituyó en el octavo destino de las exportaciones no petroleras del país y actualmente acoge a alrededor de 135 productos exportados.



12

- Tipo de Cambio entre Ecuador y Reino Unido

Reino Unido: Al igual que en todo el Reino Unido, la moneda oficial en Londres es la libra esterlina (GBP, £), en inglés, pound sterling. Cada libra está dividida en 100 peniques.

Ecuador: El dólar, cuyo símbolo es «\$» y su código ISO «USD», es la moneda oficial de Ecuador desde el 2000, año en que reemplazó al sucre ecuatoriano, que había estado en circulación durante 116 años.



13

¹² <https://datosmacro.expansion.com/comparar/uk/ecuador?sc=XE88>

¹³ <https://es.investing.com/currencies/gbp-usd>

4. **Recomendar qué aspectos del marco regulatorio deben considerar para el negocio específico: aspectos a considerar para la negociación comercial; marco de los contratos internacionales de prestación de bienes y servicios; marco regulatorio para resolución de un potencial conflicto.**

MARCO REGULATORIO PARA EL ACCESO DE MERCADO A REINO UNIDO

Preferencias arancelarias

Desde este 1 de enero de 2021, la oferta exportable de Ecuador ingresa sin pagar aranceles a Reino Unido. El acuerdo fue firmado en mayo de 2019. Según el ministerio del ramo indicó, el acuerdo permite que el 95% de la oferta exportable del país ingrese sin pagar aranceles a territorio británico. Con la vigencia del acuerdo, Ecuador conserva las preferencias arancelarias que se alcanzaron con Reino Unido, cuando este país era parte de la Unión Europea (UE).

Requisitos técnicos

Desde el 1 de Enero de 2021 las exportaciones dirigidas a la isla de Gran Bretaña (Inglaterra, Escocia y Gales) tendrán que ser categorizadas como exportaciones a un -país tercero- (No-UE).

El exportador ecuatoriano debe de disponer de estos cuatro requisitos técnicos:

- **Sistema REX. (Sistema de Registro de Exportadores).**- El sistema REX de Registro de Exportadores es una base de datos donde se registra a los exportadores con intenciones de exportar productos al amparo de un acuerdo comercial preferencial. El Sistema REX permite a los exportadores autocertificar el origen preferencial de las mercancías, simplificando los trámites de exportación.
- **Declaración de origen.**- El importador debe poder demostrar ante las autoridades aduaneras británicas el origen preferencial comunitario. El origen se debe acreditar a través de una comunicación sobre el origen en una factura o en cualquier otro documento que describa el producto originario con suficiente detalle para permitir su identificación.
- **Declaración del proveedor.**- Las declaraciones de origen deberán estar acompañadas de una declaración del proveedor para aquellos productos que se hayan incorporado en la producción de los bienes exportados con el fin de beneficiarse del origen preferencial en virtud del ACC. Dicha declaración facilita información sobre el origen de las mercancías en lo que respecta a las normas de origen preferenciales específicas. Se debe adjuntarse a la factura o a cualquier otro documento que describa los productos con suficiente detalle para ser identificados.
- **Declaración a largo plazo del proveedor.**- En casos de provisión constante a un cliente específico donde los productos se mantengan sin cambios durante un largo período, es posible presentar una sola declaración para cubrir los posteriores envíos

de dichos productos, denominada larga duración es válida por un período máximo de dos años.¹⁴

CONCLUSIONES

- En 2021, la mayor parte de las empresas del sector de curtido y adobo de cueros se concentraron en las provincias de Tungurahua, Azuay y Guayas, de las cuales el 75% fueron Pymes. Mientras que, la mayor parte de las empresas del sector de fabricación de artículos de cuero se concentró en las provincias de Pichincha, Guayas y Azuay, de las cuales el 93% de esas empresas fueron MiPymes.
- En el año 2020, el sector tuvo una disminución del 25% en sus niveles de exportación, siendo destinadas principalmente a los países de Hong Kong, China e Italia. Por el lado de las importaciones, en el 2020 el sector disminuyó en un 47% el uso de estos productos del extranjero, siendo China el principal país de origen.
- Para el año 2020, el volumen de crédito destinado al sector de curtido y adobo de cueros disminuyó en 20% respecto al año inmediato anterior, mientras que el monto destinado al sector de fabricación de artículos de cuero aumentó en 50% en el mismo periodo. En ambos sectores la banca privada tuvo una participación mayoritaria.¹⁵
- Al parecer antes el cuero tenía buena acogida, en el 2020 se frenó y se recuperó algo en el 2021 pero a variables externas en el 2022 cayo nuevamente, sin embargo, los artículos de cuero son muy apreciados en el mercado europeo.
- **Pero eso no quiere decir que no pueda ser un producto potencial para la exportación al Reino Unido** ya que se está demandando bastante cuero y sus derivados mundialmente y Ecuador al tener tratados de libre comercio con la Unión Europea y Reino Unido aprovecharemos las preferencias arancelarias.
- Si bien hemos analizado que ha disminuido en estos últimos años para el Ecuador el comercio exterior en esta materia, sostenemos que seguramente es por la retirada de aranceles a otros mercados industrializados (China) lo cual hizo perder fuerza a los productores ecuatorianos, agregando a la crisis que se vive actualmente en el país en el plano económico y financiero recibiendo un fuerte golpe al consumo y provocando un decrecimiento a nivel nacional.

¹⁴ <https://www.camarazamora.com/nuevas-reglas-de-origen-para-exportar-al-reino-unido>

¹⁵ <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-2-trimestre/Ficha-Sectorial-Cuero.pdf>

LABORATORIO No. 1

CASO No. 2

BOLSOS DE MANO ELABORADOS EN CUERO para exportación en Reino Unido

A. Elabore y analice el perfil del Buyer Persona para su producto o servicio en el país destino, considerando el entorno del mercado internacional, y define la diferenciación y posicionamiento de su producto o servicio.

PERFIL BUYER PERSONA PARA LOS BOLSOS DE CUERO

EL CLIENTE PERFECTO / BUYER PERSONA

ANTECEDENTES

GENERO: Mujer
EDAD: 18 - 75
NIVEL ACADÉMICO: Universitaria, Profesional ejecutiva, Jubiladas
ESTADO CIVIL: Solteras casadas, divorciadas
JORNADA LABORAL: Tiempo completo o parcial

SOFIA



DESAFÍOS

Aunque tiene un buen ingreso, Sofia es muy selectiva con sus compras y busca obtener el máximo valor por su dinero.
No quiere sentir que está pagando de más por un bolso, sino que busca autenticidad, artesanía y exclusividad en sus elecciones.
Su agenda ocupada como ejecutiva le deja poco tiempo libre para ir de compras, por lo que aprecia opciones de compra en línea y entrega rápida.

DEMOGRÁFICA

REINO UNIDO
- Londres
- Liverpool

OBJECIONES COMUNES

Costo: Sofia sabe que los bolsos de cuero genuino tienden a ser más costosos en comparación con otros materiales sintéticos o tejidos debido a la calidad del cuero y la mano de obra en la fabricación
- Autenticidad: tiene en cuenta la calidad de las costuras ya que esto afecta al prestigio del bolso
- Cuidado: Debe saber cómo cuidar el cuero para que el bolso dure muchos años, para evitar deformaciones y protegerlo de la luz solar directa

OBJETIVOS

- Al ser un accesorio de moda, puede mejorar cualquier atuendo y reflejar el estilo de una persona ya que vienen en una gran variedad de diseños y colores.
- Son una opción ejecutiva debido a su durabilidad y resistencia. - Se prefiere los bolsos de cuero porque son prácticos y útiles para llevar objetos personales como billeteras, llaves, celulares y otros artículos esenciales.

PASATIEMPOS E INTERESES

- Ir de compras
- Reuniones sociales
- Viajar dentro y fuera del país
- Moda
- Estilo
- Compras por internet
- Usa accesorios como bolsos novedosos

GRANDES TEMORES

- Disponibilidad y exclusividad: Dado su gusto por lo exclusivo, Sofia puede sentir frustración cuando encuentra que ciertos bolsos de cuero que le gustan están agotados o son difíciles de encontrar en tiendas locales.
- Servicio al cliente y asesoramiento: S valorar el servicio al cliente receptivo; personalizada, especialmente cuando preguntas sobre los productos o neces asesoramiento para elegir el bolso adecuado.

HECHO CON:
EDIT.ORG

Fuente: Elaboración personal

ANÁLISIS PERFIL DEL BUYER PERSONA	
NOMBRE	Sofia
GENERO – EDAD	Femenino, 35 años, Londres Reino Unido
INGRESOS	Medio - alto
DESCRIPCION	Profesional abogada exitosa. Tiene un estilo refinado y elegante usando accesorios de lujo y alta calidad. Le apasiona la moda y gusto impecable.
ANTECEDENTES	Sofia es adinerada, aprecia y adquiere productos de alta gama. Gusta siempre por la moda y accesorios usando diferentes marcas y estilos con las últimas tendencias.
MOTIVACIONES Y OBJETIVOS	Mantiene su imagen profesional y sofisticada. Sus bolsos de cuero son una parte esencial de su atuendo y le permiten expresar su individualidad y éxito.
DESAFIOS	Posee un alto poder adquisitivo, es muy exigente al comprar buscando perfección de calidad en cada bolso. El desafío está en marcas con estándares exclusivos.
FUENTES DE INFLUENCIA	Se influye en las últimas tendencias de moda por revistas especializadas, blogs de moda, diseñadores y marcas, pasarelas de moda y colección diversa de bolsos de cuero para adaptarse a diferentes ocasiones y atuendos.

Fuente: Elaboración personal

DIFERENCIACION ESPECIALES BOLSOS DE CUERO PARA EL MERCADO INGLES

Las diferenciaciones de los bolsos de cuero están en las características únicas en relación a otros productos similares en el mercado siendo clave para atraer a compradores dando una ventaja competitiva para la marca¹⁶.

Calidad del cuero: La alta calidad del cuero genuino ecuatoriano (grano completo o piel flor) utilizado en la fabricación del bolso lo hace más duradero, resistente dando sensación de lujo en comparación con materiales sintéticos.¹⁷

Grano completo o piel flor



Diseño y estilo: Los diseños originales y el estilo distintivo son claves para atraer a compradores que buscan un bolso único y sofisticado que refleje su personalidad y gusto por la moda.



Artesanía y detalle: La atención a los detalles y la artesanía en la fabricación del bolso como los acabados meticulosos, los bordados hechos a mano y los detalles intrincados agregan un valor especial al bolso.



Exclusividad: Los bolsos de cuero exclusivos y de edición limitada pueden atraer a compradores que buscan piezas únicas y difíciles de encontrar en el mercado.¹⁸



Sostenibilidad y responsabilidad social: Las marcas que adoptan prácticas sostenibles y responsables en la producción de sus bolsos de cuero pueden diferenciarse para atraer a compradores conscientes del medio ambiente y la ética.



Fuente: Elaboración personal

POSICIONAMIENTO DE LOS BOLSOS DE CUERO PARA EL MERCADO INGLES

Las estrategias para el posicionamiento de los bolsos de cuero en el mercado británico pueden variar dependiendo de diversos factores, como la marca, el diseño, la calidad, el precio y las estrategias de marketing.¹⁹

Lujo y exclusividad: Nuestro producto tiene que posicionarse como exclusivo y de lujo, ofreciendo bolsos de cuero de alta calidad, diseños únicos y precios premium.

Moda y tendencia: Nuestros bolsos se enfocan en estar a la vanguardia de las tendencias de moda, ofreciendo diseños modernos y contemporáneos que se ajusten a las últimas preferencias de los consumidores británicos, dirigidos a compradores jóvenes y aquellos que desean mantenerse actualizados con las últimas tendencias.

Elegancia clásica: Nos posicionamos como proveedores de bolsos de cuero elegantes y atemporales, destinados a un público que valora la tradición y la durabilidad, enfocándonos en la artesanía de alta calidad y en diseños clásicos que nunca pasan de moda.

Personalización: Otras marcas pueden ofrecer opciones de personalización, permitiendo a los compradores crear bolsos de cuero únicos según sus preferencias y necesidades específicas. Esta estrategia puede apelar a aquellos que buscan una experiencia de compra personalizada.²⁰

¹⁶ <https://wwd.com/womensweardaily>

¹⁷ <https://pongametros.com/que-tipo-de-cuero-es-mejor/>

¹⁸ <https://fashionunited.com/>

¹⁹ <https://www.forbes.com/fashion/>

²⁰ <https://www.hakuhandmade.com/producto/mochila-de-cuero-aida/>

B. Prepare el Plan de Marketing Internacional para su producto o servicio

El plan de marketing internacional para bolsos de cuero debe ser un enfoque estratégico que considere los desafíos y oportunidades asociados con la expansión del negocio en mercados extranjeros.

Plan de Marketing para Bolsos de Cuero para Exportar en Reino Unido

1. Introducción

La demanda de Bolsos de cuero exclusivos y de alta calidad ha ido en aumento y Reino Unido con su diversidad cultural y estilo de vida elegante, es un mercado atractivo para exportarlos. El éxito de este mercado competitivo es un plan de marketing sólido que permita llegar a los consumidores.

2. Investigación de Mercado para Bolsos de Cuero

2.1 Tendencias de la Industria en Reino Unido. - Antes de iniciar el plan de marketing, es fundamental conocer las últimas tendencias de moda en Reino Unido. Desde preferencias, colores y estilos de diseño que los consumidores quieren de nuestros bolsos de cuero para que sean atractivos.

- **Minibolsos:** Fueron mencionados como una tendencia en el street style de Londres²¹
- **Bolsos tote de lujo:** Fueron destacados como una tendencia asequible y práctica en la moda²²
- **Bolsos con cadenas y estilo bandolera:** Los bolsos con cadenas y estilo bandolera fueron mencionados como una tendencia en las pasarelas y el street style.
- **Bolsos joya:** Con detalles festivos y lentejuelas, se mencionaron como tendencia en la moda.

2.2 Análisis de la Demanda en Reino Unido. – Esto es clave para identificar oportunidades y nichos de mercado. Conocer las preferencias de los consumidores ayudarán a adecuar la oferta de productos.

- La demanda de cuero por parte de la industria es impulsada por accesorios como los bolsos.²³
- El mercado de artículos de cuero está en crecimiento debido a la creciente demanda de bolsos de moda, carteras de cuero premium y otros productos de cuero.
- En el Reino Unido, las mujeres compraron más de tres bolsos de mano por año, impulsadas por el creciente número de mujeres que trabajan y una mayor asequibilidad.²⁴

²¹ <https://www.tendencias.com/street-style/rinoneras-mochilas-este-bolso-favorito-chicas-moda-londres>

²² <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/tendencias/g38733686/bolsos-tendencia-pasarelas-street-style/>

²³ <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/handbags-market>

²⁴ https://ibce.org.bo/images/estudios_mercado/El-mercado-bolsos-de-mano-UE.pdf

3. Definiendo el Público Objetivo

3.1 Perfil del Consumidor en Reino Unido. -Posee su propio perfil de consumidor, aunque puede variar según la región, por lo que es vital entender sus necesidades, valores y deseos. Identificar el perfil demográfico y psicográfico del consumidor ayudará a crear estrategias de marketing efectivas.

- Los consumidores en el Reino Unido están solicitando más accesorios y muebles, según la Guía de Mercado del Reino Unido de Exportemos.²⁵
- Los gastos de consumo de los hogares en el Reino Unido se distribuyen en diferentes categorías, siendo la vivienda, bienes y servicios algunas de las principales áreas de gasto.²⁶
- En Reino Unido, sector de la moda, hay demanda de accesorios de cuero de corta vida útil.²⁷

3.2 Segmentación del Mercado. -Permite dirigir acciones de marketing específicas hacia cada grupo, maximizando el impacto de campañas. Según la Guía de Mercado del Reino Unido de Exportemos, los bolsos de mano son el segmento más grande dentro además de registrar el más fuerte crecimiento.

- **Por tipo de producto**, el mercado se ha segmentado en cartera, bolso de cubo, bolso de mano, bolso de mano y otros tipos de productos.
- **Por canal de distribución**, el mercado se ha segmentado en tiendas minoristas en línea y tiendas minoristas fuera de línea.
- **En cuanto a la geografía**, el mercado se ha segmentado en América del Norte, Europa, Asia-Pacífico, América del Sur y Medio Oriente y África.²⁸

4. Estableciendo Objetivos y Metas de Marketing

- **Aumentar la visibilidad de la marca:** Esto se logra mediante estrategias de marketing digital, como la optimización del sitio web, estar en redes sociales y publicidad en línea.
- **Expandir la base de clientes:** Se logra mediante la implementación de estrategias de marketing segmentando mercados, como mujeres profesionales, amantes moda o viajeros.
- **Mejorar la experiencia del cliente:** Desde la compra hasta el servicio postventa. Se ofrece un servicio al cliente de calidad, garantías de producto, envío rápido y devoluciones fáciles.
- **Aumentar las ventas:** En un porcentaje específico en un período determinado. Se logra mediante promociones, descuentos, influencers o la participación en eventos de moda.

²⁵ <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/913000154radAE35F.pdf>

²⁶ <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/reino-unido/llegar-al-consumidor>

²⁷ <https://www.cuerocima.com.ar/relevamiento-de-demanda-2020/>

²⁸ <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/handbags-market>

- **Fomentar la fidelidad del cliente:** Incentivándolos a realizar compras repetidas y a recomendar la marca a otros. Se logra con programas de lealtad, descuentos exclusivos, etc.

5. Desarrollo del Producto y Marca

5.1 Posicionamiento del producto. -Damos valor único al producto diferente de la competencia.

¿Qué los hace especiales a nuestros bolsos de cuero que los diferencian de la competencia?

- Lo exclusivo de los bolsos de cuero es que son una verdadera joya en el mundo de la moda.
- Son diseñados y fabricados de manera personalizada, lo que los hace únicos y exclusivos.
- Son hechos a medida para satisfacer las necesidades y gustos específicos de los clientes.
- Colocamos piezas únicas y exclusivas de nuestro país que no se hallan en ningún otro lugar.
- Los detalles y acabados son especiales, como grabados, bordados o aplicaciones.

5.2 Diseño de Bolsos de Cuero Atractivos. -Debe ser innovador y atractivo para captar la atención del público británico. La creatividad y la originalidad en el diseño son elementos claves a diferenciar.

5.3 Creación de una Marca con Historia y Valores. -Nuestra marca “Etnica” posee una historia convincente de nuestro país y valores auténticos conectando emocionalmente con los consumidores. La esencia de la marca a través de la narrativa y comunicación generando lealtad y confianza.



Fuente: Elaboración personal

6. Estrategia de Precios Competitivos

6.1 Análisis de Precios en el Mercado Británico. -Evaluar los precios de los bolsos de cuero de la competencia en Reino Unido es fundamental para establecer una estrategia de precios competitivos sin comprometer la calidad y el valor percibido del producto.

ANALISIS DE PRECIOS DE LOS BOLSOS DE CUERO EN REINO UNIDO

Marca	Descripción	Material	Precio
Alessandro Mari	Cartera con asas superiores, superficie de cuero lisa y un compartimento seguro con un cierre a presión.	100% cuero	£ 329.00 GBP
ECCO	Bolso elegante y práctico, ideal para ocasiones formales. Con correa de cuero ajustable permite a la mujer decidir cómo llevará su bolso.	100% cuero	£ 199.00 GBP
TED BAKER LONDON	Cartera en cuero con textura de rayas. Doble asa superior, cierre superior cremallera y bolsillo interior con cierre.	100% cuero	£ 255.00 GBP
FOSSIL	Cartera con textura y detalles antiguos, con manijas superiores, bolsillos interiores y cierre de cremallera. Además, tiene una correa extraíble, para usar como desee.	100% cuero	£ 190.00 GBP
TOWN SHOES	Cartera funcional y con estilo elaborada en cuero, es la opción para personalizar su atuendo. Se compone de dos manijas en la parte superior y un interior muy espacioso.	100% cuero	£ 173.00 GBP
KGB Company	Bolso durable, espacioso y cómodo, ideal para cualquier lugar y momento. Incluye bolsa más pequeña que encaja en su lugar, interior liso de gamuza y cierre de botón.	100% cuero	£ 110.00 GBP

Fuente: Elaboración personal

6.2 Estrategia de Precios para la Exportación. -Adaptar los precios al mercado objetivo para que sea competitivo pero rentable, considerando factores como costos de producción, impuestos y aranceles, permitirá ofrecer precios competitivos para consumidores británicos.

Paso 1: Costo de los materiales. - Esto incluye el cuero, forro, cremalleras, hebillas y cualquier otro componente necesario para su confección. Costo de materiales es de £30.

Paso 2: Costo de la mano de obra. – Es el tiempo que nos llevará fabricar un bolso, es decir nos llevará 4 horas hacer un bolso y se paga £5 por hora de trabajo, Costo MOD: 4 horas x £5/hora = £20.

Paso 3: Gastos generales. -Son gastos asociados al negocio, como el alquiler del taller, herramientas, energía eléctrica, costos de promoción, etc. Supongamos que estos gastos ascienden a £20 por bolso.

Paso 4: Margen de beneficio deseado. -Surge de los objetivos comerciales y el valor que le atribuyas a tu trabajo. Nuestro margen de beneficio es del 30% sobre el costo total (materiales + MOD + CIF).

Paso 5: Cálculo del precio de venta. -Suma todos los costos:

TABLA PARA CALCULAR EL PRECIO DE VENTA DE UN PRODUCTO

CONCEPTO	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL PARCIAL
Costo de materiales	£ 30.00	100	£ 3000.00
(+) Costo Mano de Obra	£ 20.00	100	£ 2000.00
(+) Gastos Generales	£ 20.00	100	£ 2000.00
(=) SUBTOTAL	£ 70.00		£ 7000.00
(*) Margen de beneficio 30%	£ 21.00	100	£ 2100.00
(=) PRECIO DE VENTA	£ 91.00		£ 9100.00

Por lo tanto, el PVP del bolso de cuero sería de £91. Es un cálculo estándar porque los precios pueden variar según la complejidad del diseño, demanda del mercado y percepción de valor del cliente. Se realizará anualmente análisis de mercado y ajuste de precios para un precio exitoso y competitivo.

7. Distribución y Logística

7.1 Selección de Canales de Distribución en Reino Unido. -Son los medios por los que nuestros bolsos de cuero llegarán al consumidor británico siendo tiendas físicas hasta ventas en línea.

- **Tiendas físicas:** Son tiendas departamentales especializadas en bolsos o boutiques de moda como **Macy's**. Estos canales permiten a los clientes ver y tocar los productos antes de compra
- **Comercio electrónico:** Son ventas en línea a través de sitios web de comercio electrónico, como **Amazon, eBay** o sitios web de marcas de bolsos de cuero. Este canal permite a los clientes comprar desde su hogar y ofreciendo una amplia selección de productos.
- **Mayoristas:** Se puede vender nuestros bolsos a mayoristas, que a su vez los venden a minoristas. Permite a los fabricantes llegar a más público y reducir los costos de marketing.

7.2 Consideraciones Logísticas y Aduaneras. -Exportar enfrentará desafíos logísticos y aduaneros. Garantizar una logística y gestión aduanera eficiente evitará retrasos y problemas en la entrega.

Consideraciones Logísticas:

- **Transporte:** Se evalúa opciones de transporte para enviar los bolsos desde Ecuador a Reino Unido. Se elige el transporte marítimo debido al tipo de mercancía, tiempo de entrega y costos.
- **Embalaje:** Nos aseguramos que nuestro producto cumpla con los estándares internacionales de embalaje y etiquetado, incluyendo información de origen y destino, peso, dimensiones.
- **Tiempos de Tránsito:** Son los tiempos de tránsito y entrega de nuestros productos para poder planificar la logística y cumplir con los plazos acordados con los clientes en Reino Unido.
- **Seguro de Carga:** Se contrata un seguro de carga con Liberty Seguros para proteger nuestros productos en caso de pérdidas, daños o robos durante el transporte.

Consideraciones Aduaneras:

- **Clasificación Arancelaria:** La clasificación de nuestro producto es **"42022210 Handbags.."** con código arancelario adecuado para determinar los impuestos y aranceles a Reino Unido.²⁹

²⁹ https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3%7%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1

- **Documentación Aduanera:** Son los documentos para la exportación, como la factura comercial, lista de empaque, certificados de origen y otros requerido por las aduanas.
- **Licencias y Permisos:** Son los Certificado de origen, Certificado sanitario para la exportación a Reino Unido antes del envío.³⁰ Además, SENAE exige a personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras hayan sido registrados como exportador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduana del Ecuador para exportar.³¹
- **Impuestos y Aranceles:** Desde el 01/01/2021, el tratado comercial entre Ecuador y Reino Unido entró en vigencia y nuestro producto ingresa sin pagar aranceles a territorio británico.³²
- **Declaración de Aduanas:** Prepara la declaración de aduanas correctamente y proporciona toda la información necesaria para facilitar el proceso de despacho aduanero.
- **Etiquetado y Marcado:** Cumplimos con esta norma específica de Reino Unido, además etiquetas de advertencia, instrucciones de uso e información según las regulaciones locales.

8. Estrategia de Promoción y Comunicación

8.1 Marketing Digital y Redes Sociales. -Son herramientas digitales que usamos para promocionar nuestros bolsos de cuero en Reino Unido. Crear contenido atractivo, interactuar con la audiencia y aprovechar el poder de las redes sociales contribuirá a aumentar la visibilidad de la marca.

- **Internet:** es un medio para llegar a nuestra audiencia objetivo. Diseñamos un sitio web atractivo y profesional que muestra los bolsos de cuero en diferentes estilos y variaciones. Utilizamos estrategias de SEO (optimización para motores de búsqueda) para mejorar la visibilidad de nuestro sitio en los resultados de búsqueda.
- **Redes sociales:** Son un papel crucial en la promoción de productos de moda. Utilizamos plataformas como Instagram, Facebook y Pinterest para compartir imágenes de alta calidad de nuestros bolsos de cuero y para interactuar con los seguidores.
- **Campañas publicitarias:** Invertimos en anuncios en línea para promocionar nuestros bolsos de cuero. Los anuncios de búsqueda y Google Ads son efectivos para captar nuevos clientes.

8.2 Eventos de Moda. -Participamos en eventos y ferias de moda como el London Fashion Week que permitirá exhibir a la marca y así llegar a un público más amplio conectando con compradores potenciales, distribuidores y actores clave en la industria generando interés en los bolsos de cuero.

³⁰ <https://www.britainlatinamerica.co.uk/es/importaciones/desde-ecuador.html>

³¹ Para Exportar – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

³² Ecuador exporta sus productos a Reino Unido sin pagar aranceles - (grupoalatre.com)

9. Implementación

9.1 Calendario de Ejecución. -Elaboramos un calendario detallado que establece los plazos para cada una de las acciones planificadas en nuestro plan de marketing. Se define fechas de inicio y finalización por actividad, desde la producción de nuevos diseños hasta el lanzamiento de campañas publicitarias.

9.2 Indicadores de Desempeño Clave (KPIs). -Para evaluar la eficacia de nuestro plan de marketing, estableceremos indicadores de desempeño clave (KPI) que reflejen nuestros objetivos.

- **Incremento en las Ventas:** Mediremos el crecimiento de nuestras ventas en el Reino Unido en comparación con períodos anteriores y estableceremos metas específicas de aumento.
- **Alcance en Redes Sociales:** Seguiremos el número de seguidores y la interacción en nuestras redes sociales, monitoreando nuestras publicaciones y la cantidad de clics y compartidos.
- **Tasa de Conversión:** Analizaremos la tasa de conversión de visitantes a clientes en nuestro sitio web y tiendas físicas para medir la efectividad de nuestras estrategias de venta.
- **Índice de Satisfacción del Cliente:** Realizaremos encuestas virtuales de satisfacción para obtener comentarios de nuestros clientes y saber que están satisfechos con nuestro producto.

9.3 Monitoreo y Análisis Continuo. -Durante la implementación de nuestro plan de marketing, realizaremos monitoreos constantes de las actividades y resultados. Usaremos herramientas analíticas que miden el rendimiento de nuestras campañas en línea, el tráfico del sitio web y tasas de clics.

9.4 Evaluación y Revisión. -Al final de cada período específico (trimestral o semestral), evaluaremos los resultados obtenidos y compararemos los KPI con los objetivos establecidos. Identificaremos áreas de mejora y ajustaremos nuestra estrategia en consecuencia.

La evaluación y revisión periódica de nuestro plan de marketing nos permitirá ser ágiles en un mercado en cambio constante y asegurarnos de alcanzar el éxito en nuestra estrategia para exportar bolsos de cuero en Reino Unido.

C. Presente el modelo de negocio en línea para la internacionalización de su producto o servicio. Proponga mecanismos de comercio electrónico para la internacionalización de su producto o servicio.

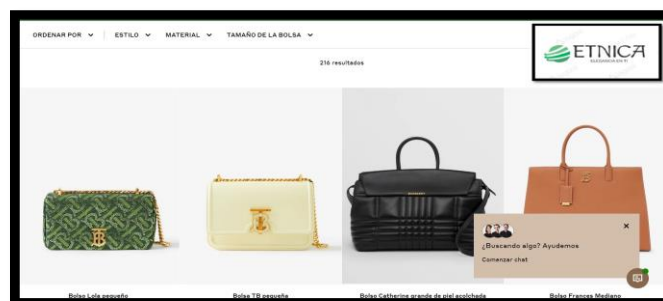
MODELO DE NEGOCIO DE BOLSOS DE CUERO

Nuestros bolsos de cuero “Etnica” es un producto de alta calidad de Ecuador. Nuestro objetivo es ingresar al mercado británico a través de un modelo de negocio en línea, debido a la creciente demanda de estos productos de moda y la afinidad de los ingleses por los accesorios de cuero.

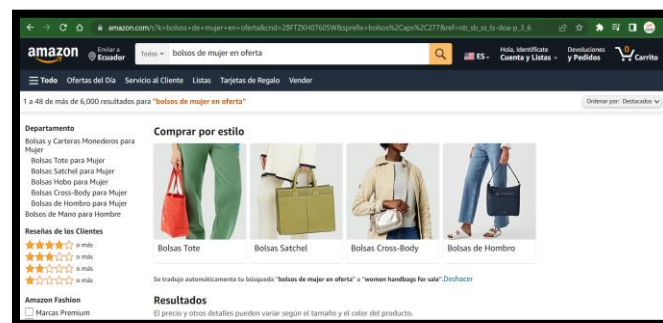
Paso 1: Investigación de mercado. -Analizamos el comportamiento de los consumidores británicos y las preferencias de compra en línea. Descubrimos que estas ventas en línea han aumentado en los últimos años, y que ellos valoran la calidad, exclusividad, diseño y la durabilidad de los productos.

Paso 2: Desarrollo del sitio web de comercio electrónico. -Invertimos en un sitio web de comercio electrónico multilingüe www.etnica.com , con una interfaz atractiva y fácil de usar. El sitio incluye descripciones detalladas de los productos, fotografías de alta calidad y opciones de pago seguras (tarjetas crédito y PayPal). Acá algunos canales de venta en línea adaptados, como:

- **Tienda en línea propia:** es para vender nuestros bolsos de cuero directamente a los consumidores. Esto permite un mayor control sobre la marca y la experiencia del cliente.

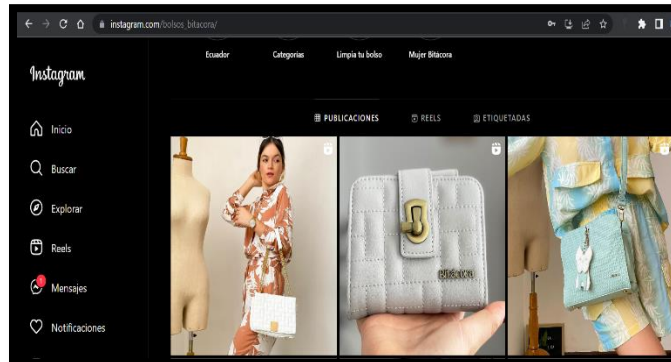


- **Marketplaces:** Afiliarnos a los marketplaces en línea, como Amazon o eBay, pueden ser una opción para vender los bolsos de cuero. Estos sitios web nos permiten crear perfiles y vender nuestros productos a una audiencia más amplia.

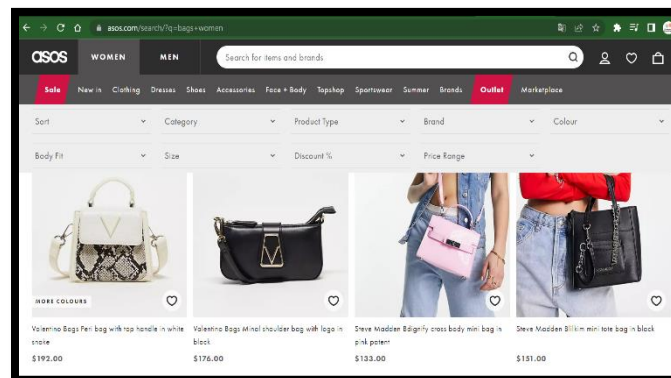


- **Redes sociales:** Las redes sociales, como Instagram o Facebook, pueden ser utilizadas para promocionar y vender los bolsos de cuero. Creamos perfiles en estas

plataformas y utilizamos publicidad en redes sociales para llegar a una audiencia más amplia.



- **Sitios web de moda y accesorios:** Los sitios web especializados en moda y accesorios, como ASOS o Zalando, pueden ser una opción para vender los bolsos de cuero. Estos sitios web tienen una audiencia específica interesada en productos de moda y accesorios.



Paso 3: Estrategia de marketing digital. -Se implementa para aumentar la visibilidad del sitio web en Reino Unido. Se utilizan técnicas de SEO para posicionar el sitio en los primeros resultados de búsqueda en Google. Además, se crean anuncios pagados en redes sociales y se realizan campañas de marketing por correo electrónico dirigidas a clientes potenciales en Reino Unido.



³³ <https://hevodata.com/learn/8-best-google-analytics-seo-reports/>

Paso 4: Colaboraciones con influencers británicos. -Contratamos influencers de moda británicos que tienen una base de seguidores leales y comprometidos. Los influencers promocionan los bolsos de cuero en sus redes sociales y blogs, mostrando cómo se integran en diferentes estilos y ocasiones.

Paso 5: Logística y envío. -Firmamos un contrato con una empresa de logística con experiencia en envíos internacionales. Se asegura que los productos se entreguen de manera rápida y segura en todo Reino Unido. Además, del seguimiento como tal para poder rastrear nuestros envíos en tiempo real.

Paso 6: Atención al cliente multilingüe. -Se contrata a personal que habla español e inglés para brindar un servicio al cliente excepcional y en el idioma de los clientes internacionales. Los representantes están capacitados para resolver consultas y problemas de manera eficiente y amigable.

D. Consideraciones adicionales que debería contemplar en su estrategia de internacionalización.

- **Cambio de divisas:** Se debe considerar el cambio de divisas y las fluctuaciones en las tasas de cambio al establecer precios y realizar transacciones internacionales.
- **Marketing cultural relevante y preferencias del mercado:** Es fundamental conocer la cultura y preferencias del mercado de destino para adaptar los diseños y estrategias de marketing a las necesidades y gustos de los consumidores. Lo que puede ser efectivo en un país puede no funcionar de la misma manera en otro.
- **Evaluación de la competencia local:** Es importante conocer la competencia en el mercado de destino y desarrollar estrategias para diferenciarse y destacarnos. Conocer a los principales competidores, sus productos y precios ayudará a ajustar la oferta con ventajas competitivas.
- **Protección de la propiedad intelectual:** Es importante proteger la propiedad intelectual de los diseños y marcas registradas en el mercado de destino para evitar la copia y la competencia desleal.
- **Adaptación cultural y de diseño:** Cada país tiene sus propias preferencias culturales y estilos de moda. Puede implicar cambios en colores, tamaños, acabados o incluso en la elección de materiales.
- **Seguridad de los pagos internacionales:** Garantizar que los pagos internacionales sean seguros y confiables es esencial para generar confianza en los clientes extranjeros.
- **Gestión de inventario y logística:** Una estrategia efectiva de gestión de inventario y logística es esencial para satisfacer la demanda y evitar retrasos en la entrega de los productos. Contar con un sistema eficiente de almacenamiento y distribución permitirá cumplir con los plazos de entrega y mantener la satisfacción del cliente.

BILIOGRAFIA

- ¹<https://wwd.com/womensweardaily>
- ¹ <https://pongametres.com/que-tipo-de-cuero-es-mejor/>
- ¹ <https://fashionunited.com/>
- ¹ <https://www.forbes.com/fashion/>
- ¹ <https://www.hakuhandmade.com/producto/mochila-de-cuero-aida/>
- ¹ <https://www.trendencias.com/street-style/rinoneras-mochilas-este-bolso-favorito-chicas-moda-londres>
- ¹ <https://www.harpersbazaar.com/es/moda/tendencias/g38733686/bolsos-tendencia-pasarelas-street-style/>
- ¹ <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/handbags-market>
- ¹ https://ibce.org.bo/images/estudios_mercado/El-mercado-bolsos-de-mano-UE.pdf
- ¹ <https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/913000154radAE35F.pdf>
- ¹ <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/reino-unido/llegar-al-consumidor>
- ¹ <https://www.cuerocima.com.ar/relevamiento-de-demanda-2020/>
- ¹ <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/handbags-market>
- ¹ https://www.trademap.org/Product_SelCountry_TS.aspx?nvpm=3%%7c420222%7c1%c1
- ¹ <https://www.britainlatinamerica.co.uk/es/importaciones/desde-ecuador.html>
- ¹ [Para Exportar – Servicio Nacional de Aduana del Ecuador](#)
- ¹ [Ecuador exporta sus productos a Reino Unido sin pagar aranceles - \(grupoalatre.com\)](#)
- ¹ <https://hevodata.com/learn/8-best-google-analytics-seo-reports/>

LABORATORIO No. 1

CASO No. 3

BOLSOS DE MANO ELABORADOS EN CUERO para exportación en Reino Unido



E. Incorporar una estrategia de sostenibilidad e indicadores financieros a su plan de marketing e internacionalización.

Estrategia de Sostenibilidad

Una estrategia de sostenibilidad es un plan de acción que busca minimizar el impacto ambiental y social de una actividad económica, al tiempo que maximiza su rentabilidad y competitividad. Existen muchas estrategias de sostenibilidad para diferentes sectores e industrias, pero para nuestro producto que es la producción y comercialización de bolsos de cuero, resaltamos esta estrategia que se basa en tres pilares de sostenibilidad:

1. Moda sostenible
2. Producción responsable
3. Transparencia y coherencia³⁴

Algunas de las acciones que realiza la empresa son:

- Hacer un uso consciente y sostenible del cuero, reutilizando materiales, usando insumos de menor impacto, cuidando el agua, la energía y la vida.
- Implementar programas de transformación del sector de la marroquinería, buscando generar un desarrollo sostenible, aumentar la productividad, generar empleo de calidad, sostenibilidad y diversificación de la canasta exportadora.
- Exaltar el valor del cuero como un material noble, duradero y versátil, a través de diseños innovadores y de alta calidad.
- Comunicar de forma transparente y coherente sus prácticas sostenibles a sus clientes, proveedores, colaboradores y demás grupos de interés.³⁵

Creo que esta es una estrategia de sostenibilidad concreta y ejemplar, que demuestra que el cuero sostenible no es una moda, sino una necesidad y una oportunidad para el sector.

▪ ³⁴ El cuero, impactos y alternativas más sostenibles | Ester Xicota. <https://www.esterxicota.com/cuero-impactos-alternativas-moda-sostenible/>.

▪ ³⁵ Cuero sostenible: La importancia de estar comprometido. <https://tlanmartin.com/2021/04/26/cuero-sostenible-la-importancia-de-estar-comprometido>.

Indicadores Financieros del plan de marketing e internacionalización

Nuestra empresa de bolsos de cuero está expandiendo su operación a un mercado internacional, específicamente en Reino Unido.

INDICADORES	VALOR ACTUAL	VALOR DESEADO	COMENTARIO
Margen de Ganancia por Producto	67%	-	$\frac{\text{Precio de Venta} - \text{Costo de Producción}}{\text{Precio de Venta}}$
Costo de Producción por Unidad	\$50	-	Costo de producción por unidad de bolso
Rotación de Inventarios	3 meses	-	Frecuencia con la que se reemplaza el inventario
Eficiencia en la Cadena de Suministro	15% reducción	-	Reducción en los costos asociados a la cadena de suministro
Ingresos por Canal de Ventas	60% (online)	-	Porcentaje de ingresos generados por el canal de comercio electrónico
Costos de Marketing por Adquisición de Cliente	\$20	-	Costo de adquirir un nuevo cliente a través del marketing
Margen de Contribución Global	45%	-	Margen después de considerar todos los costos variables
Tasa de Conversión de Ventas	5%	-	Porcentaje de clientes potenciales que realizan una compra
Gastos Generales	\$15,000/mes	-	Gastos generales mensuales asociados con la expansión internacional
Retorno de Inversión en Marketing Internacional	150%	-	$\frac{\text{Ingresos generados} - \text{Costo de marketing}}{\text{Costo de marketing}}$
Rentabilidad por Mercado	Varios	-	Análisis de la rentabilidad en diferentes mercados

- **Margen de Ganancia por Producto:** Se calcula que el costo de producción de un bolso es de \$50, y se vende por \$150. El margen de ganancia por producto sería del 67%.
- **Costo de Producción por Unidad:** Si la empresa produce 1,000 bolsos, el costo total de producción sería de \$50,000, y el costo de producción por unidad sería de \$50.
- **Rotación de Inventarios:** La empresa logra vender y reemplazar su inventario de bolsos cada tres meses, lo que indica una rotación de inventario trimestral.
- **Eficiencia en la Cadena de Suministro:** Se implementan mejoras en la cadena de suministro, reduciendo los tiempos de producción y optimizando la logística, lo que resulta en una reducción del 15% en los costos asociados.
- **Ingresos por Canal de Ventas:** La empresa observa que el canal de comercio electrónico contribuye significativamente, generando el 60% de los ingresos internacionales.
- **Costos de Marketing por Adquisición de Cliente:** La empresa gasta \$10,000 en una campaña de marketing internacional y adquiere 500 nuevos clientes en Reino Unido. El costo de adquisición por cliente sería de \$20.

- **Margen de Contribución Global:** Después de tener en cuenta todos los costos variables (materiales, mano de obra, marketing), se determina que el margen de contribución global es del 45%.
- **Tasa de Conversión de Ventas:** La tasa de conversión de ventas en el mercado internacional aumenta del 3% al 5% después de una campaña de marketing específica.
- **Gastos Generales:** Los gastos generales asociados con la expansión internacional, incluidos los costos administrativos y de infraestructura, ascienden a \$15,000 al mes.
- **Retorno de Inversión en Marketing Internacional:** El retorno de inversión de la campaña de marketing internacional es del 150%, calculado como $(\text{Ingresos generados} - \text{Costo de marketing}) / \text{Costo de marketing}$.
- **Rentabilidad por Mercado:** Se observa que, aunque el mercado británico tiene un margen bruto más bajo, la alta rotación de inventarios y la eficiencia en la cadena de suministro hacen que sea más rentable que otros mercados.

Estos indicadores proporcionan una visión detallada del rendimiento financiero de la estrategia de internacionalización, permitiendo ajustes y mejoras continuas en la estrategia de producción de bolsos de cuero a nivel internacional, específicamente en el mercado británico.

F. Realizar la viabilidad financiera de sus proyectos considerando el país destino.

VIABILIDAD FINANCIERA
EXPORTACION DE BOLSOS DE CUERO AL MERCADO BRITÁNICO

En este capítulo analizaremos financieramente si el proyecto es rentable o no para los inversionistas.

Para ello, utilizaremos las herramientas e indicadores financieros que nos permitirán definir la viabilidad del proyecto o en su defecto si debemos realizar ajustes en la estructura de costos, de tal manera que nos permita la correcta toma de decisiones.

PRESUPUESTO BOLSOS DE CUERO

- Plan de Inversión, clasificación y fuentes de financiamiento

ACTIVOS FIJOS	
HERRAMIENTAS DE TRABAJO	3.875,00
MUEBLES Y ENSERES	4.575,00
MAQUINARIAS	14.560,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	5.020,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	28.030,00

ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.000,00
REGISTRO DE MARCA	
GASTOS FINANCIEROS PREOPERATIVOS	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	1.000,00

CAPITAL DE TRABAJO					
FACTOR CAJA	45				
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO					
MATERIALES DIRECTOS E INDIRECTOS	600.825,00				
SUMINISTROS Y SERVICIOS	1.950,00				
MANO DE OBRA DIRECTA	5.723,19				
MANO DE OBRA INDIRECTA	4.700,31				
INVENTARIO INICIAL	400.550,00				
CAPITAL DE TRABAJO ADM. Y VTAS		FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	%	COSTO DE K
GASTOS ADM	12.956,34	PRESTAMO BANCARIO AF	700.000,00	64,87%	10,00%
GASTOS DE VTAS	21.937,50	PRESTAMO BANCARIO CT	-	0,00%	0,00%
IMPREVISTOS (5%)	1.401,50	APORTE DE CAPITAL	379.073,84	35,13%	15,00%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	1.050.043,84	TOTAL FINANCIAMIENTO	1.079.073,84	100%	11,76%
TOTAL PLAN DE INVERSIONES	1.079.073,84				

- Programa de Producción y Ventas

Se presenta una proyección donde conjugan la capacidad instalada, la participación de mercado y el capital de trabajo disponible para la producción


PROYECCIÓN DE VENTAS					
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
PROD. ANUAL MAT. PRIMA	1200	1320	1452	1597	1757
PROD. ANUAL RENDIMIENTO	900	990	1089	1198	1318
PRECIO	6500	6500	6500	6500	6500
VENTAS (PXQ)	\$ 5.850.000,00	\$ 6.435.000,00	\$ 7.078.500,00	\$ 7.786.350,00	\$ 8.564.985,00

DEMANDA	1000	COMPETENCIA				25
	1	2	3	4	5	
PRODUCCIÓN	1200	1320	1452	1597,2	1756,92	
PRECIO	6500,00	6500,00	6500,00	6500,00	6500,00	
VENTAS (PXQ)	5.850.000,00	6.435.000,00	7.078.500,00	7.786.350,00	8.564.985,00	
COSTO VARIABLE	4.806.600,00	5.287.260,00	5.815.986,00	6.397.584,60	7.037.343,06	
COSTO FIJO	98.988,00	98.988,00	98.988,00	98.988,00	98.988,00	
COSTO TOTAL	4.905.588,00	5.386.248,00	5.914.974,00	6.496.572,60	7.136.331,06	

PLANEACION FINANCIERA

- Flujo de Caja Proyectado

Presentan apropiadamente los ingresos y egresos proyectados anuales con un horizonte por 5 años.

		EMPRESA ÉTNICA S.A.				
		BOLSOS DE CUERO <i>Para exportación al mercado británico</i>				
FLUJO DE CAJA						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	INV. INICIAL	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES						
RECUPERACIÓN POR VENTAS		5.362.500,00	6.386.250,00	7.024.875,00	7.727.362,50	8.500.098,75
EGRESOS OPERACIONALES						
PAGO A PROVEEDORES		4.701.188,50	5.366.220,50	5.892.943,75	6.472.339,33	7.109.674,46
MANO DE OBRA DIRECTA						
MANO DE OBRA INDIRECTA						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		103.650,72	110.906,27	118.669,71	126.976,59	135.864,95
GASTOS DE VENTAS		175.500,00	193.050,00	212.355,00	233.590,50	256.949,55
PARTICIPACION DE EMPLEADOS			89.289,95	102.992,07	118.103,81	135.020,11
IMPUESTO A LA RENTA			126.494,10	145.905,43	167.313,72	191.278,49
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		4.980.339,22	5.885.960,82	6.472.865,96	7.118.323,94	7.828.787,55
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		382.160,78	500.289,18	552.009,04	609.038,56	671.311,20
INGRESOS NO OPERACIONALES						
CREDITOS BANCARIOS	700.000,00					
APORTE DE CAPITAL	379.073,84					
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES						
EGRESOS NO OPERACIONALES						
PAGO DE INTERESES		65.820,62	54.007,61	40.968,26	26.575,25	10.688,07
PAGO DE CREDITO BANCARIO		113.791,34	125.604,35	138.643,70	153.036,71	168.923,89
INVERSIONES						
ACTIVOS FIJOS						
ACTIVOS DIFERIDOS						
CAPITAL DE TRABAJO						
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES		179.611,96	179.611,96	179.611,96	179.611,96	179.611,96
FLUJO NO OPERACIONAL		-179.611,96	-179.611,96	-179.611,96	-179.611,96	-179.611,96
FLUJO NETO GENERADO	-	1.079.073,84	202.548,82	320.677,22	372.397,08	429.426,60
			491.699,24			

- **Estado de Pérdidas y Ganancias**

Presentamos apropiadamente el Estado de Resultados proyectado a 5 años

EMPRESA ÉTNICA S.A.

BOLSOS DE CUERO

Para exportación al mercado británico



ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	1	2	3	4	5
VENTAS	5.850.000,00	6.435.000,00	7.078.500,00	7.786.350,00	8.564.985,00
COSTO DE VENTAS	4.905.588,00	5.386.248,00	5.914.974,00	6.496.572,60	7.136.331,06
UTILIDAD BRUTA	944.412,00	1.048.752,00	1.163.526,00	1.289.777,40	1.428.653,94
GASTOS ADMINISTRATIVOS	103.650,72	110.906,27	118.669,71	126.976,59	135.864,95
GASTOS DE VENTAS	175.500,00	193.050,00	212.355,00	233.590,50	256.949,55
EBITDA	665.261,28	744.795,73	832.501,29	929.210,31	1.035.839,44
GASTOS DE AMORTIZACIÓN	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
GASTOS DE DEPRECIACIÓN	3.974,33	3.974,33	3.974,33	2.301,00	2.301,00
EBIT	661.086,95	740.621,40	828.326,96	926.709,31	1.033.338,44
GASTOS FINANCIEROS	65.820,62	54.007,61	40.968,26	26.575,25	10.688,07
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	595.266,33	686.613,79	787.358,70	900.134,06	1.022.650,37
15% PARTICIPACIÓN	89.289,95	102.992,07	118.103,81	135.020,11	153.397,56
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	505.976,38	583.621,72	669.254,90	765.113,95	869.252,81
25% IMPUESTOS	126.494,10	145.905,43	167.313,72	191.278,49	217.313,20
UTILIDAD NETA	379.482,29	437.716,29	501.941,17	573.835,46	651.939,61

EVALUACION DEL PROYECTO

- **Punto de Equilibrio**

Se calcula el punto de equilibrio en volumen y en valor monetario

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$P.E \text{ (ventas)} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Precio de venta unitario}}}$$

$$P.E \text{ (producción)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio unitario de venta} - \text{costo variable unitario}}$$

P.E. VENTAS	\$	257.936,26	P.E. UNIDADES	40
				3%

- Viabilidad Financiera

Se calcula los índices financieros de viabilidad del proyecto (TIR y VAN), y período de recuperación de la inversión

ANÁLISIS TIR – VAN - TMAR				
TIR	17,50%		EL PROYECTO ES VIABLE SI TIR MAYOR A TMAR VAN POSITIVO, EL NEGOCIO SE ACEPTA	
VAN	183.077,37			
TMAR	11.76%			

PERIODO RECUPERACION DE LA INVERSION (PAYBACK 5 AÑOS)

PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACIÓN INVERSIÓN
1	1.079.073,84	202.548,82	126.861,08	75.687,74
2	1.003.386,10	320.677,22	117.962,86	202.714,36
3	800.671,74	372.397,08	94.130,79	278.266,29
4	522.405,45	429.426,60	61.416,48	368.010,12
5	154.395,33	491.699,24	18.151,45	473.547,78
	-319.152,45			

CONCLUSIONES

- En el Estudio de Mercado se pudo determinar que existe una excelente demanda insatisfecha de 72.388 bolsos para el primer año, con lo que la empresa tendría un amplio mercado que abordar.
- En el estudio financiero se estableció que la inversión inicial será de **USD \$ 1'079.073,84**; que se financiaba un **35.13%** con el aporte de los accionistas, es decir **USD \$ 3789.073,84** y el **64.87%** restante con un préstamo bancario para Activos Fijos por **USD \$ 700.00,00** para 5 años al 10% anual.
- Además, para el primer año se genera unos costos totales de **USD \$ 4'905.588,00** y unos ingresos de **USD \$ 5'850.00,00** y se definió que la rentabilidad del proyecto generada por la empresa supera al punto de equilibrio calculado.
- En la evaluación económica se determinó que todos los resultados son positivos y favorables para la creación de la empresa, ya que se obtuvo un **VAN de USD \$ 183.077,37** y por ello es conveniente la ejecución del proyecto, se obtuvo también una **TIR de 17.50%** superior al 10% del interés del préstamo bancario, además se recuperara en 3 año, 5 meses y 19 días.
- Finalmente se definió que el proyecto no es sensible si las ventas caen un 5% de lo proyectado, por el contrario, soporta sensibilidad el proyecto si se incrementa hasta un 5%, el impuesto a la renta siendo sensible a una disminución de hasta 11.76% de los ingresos.

RECOMENDACIONES

Después de haber planteado las respectivas conclusiones, se puede recomendar lo siguiente:

- Que la participación de las utilidades de los socios sea, a partir de los tres años.
- Que se contrate personal que sea de la localidad, con la finalidad de contribuir a bajar el índice de desempleo existente en nuestra ciudad y de esta forma coadyuvar a nivel de desarrollo socio-económico del cantón, provincia y por ende del país
- Al momento de poner en ejecución el presente proyecto, será necesario considerar aspectos como la tasa de interés e incrementos salariales vigentes, todo ello con el propósito de evitar posibles inconvenientes
- Si bien el proyecto no es sensible a un incremento significativo de los costos y una disminución importante de los ingresos, se debe prever estas eventualidades para que el rendimiento de la empresa no afecte a sus accionistas.

BIBLIOGRAFIA

- Cuero sostenible: La importancia de estar comprometido. <https://tisanmartin.com/2021/04/26/cuero-sostenible-la-importancia-de-estar-comprometido/>.
- El cuero, impactos y alternativas más sostenibles | Ester Xicota. <https://www.esterxicota.com/cuero-impactos-alternativas-moda-sostenible/>.
- https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/1865/PLAN%20DE%20MARKETING%20INTERNACIONAL%20%20CASO%20PRACTICO%20RMD_OK%20%20gris.pdf?sequence=1

BIBLIOGRAFÍA DEL ENSAYO FINAL

Bobadilla, F. (2014). *Macroeconomía*.

Briseño, H. (2006). *Indicadores Financieros*.

David. (2013). *Conceptos de Administración Estratégica*.

Diaz, R. (2013). *Como elaborar un plan de marketing*.

Garcia, V. (2010). *Viabilidad Financiera de la Empresa de Negocios*.

<http://lederpiel.com>. (2022). <http://lederpiel.com/comercio-mundial-cuero-2020/>. Obtenido de <http://lederpiel.com/comercio-mundial-cuero-2020/>

<https://cincodias.elpais.com>. (2021). Obtenido de <https://cincodias.elpais.com/extras/pymes/2023-06-17/exportar-al-reino-unido-tras-el-brex-it-tiene-sombras-pero-algunos-las-asumen-mejor.html>

<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec>. (2022). <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec>. Obtenido de <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/ye>.

<https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec>. (2023). Obtenido de <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/ye>

<https://datosmacro.expansion.com>. (2021). <https://datosmacro.expansion.com/paises/comparar/uk/ecuador?sc=XE88>. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/comparar/uk/ecuador?sc=XE88>

<https://economia3.com>. (2019). Obtenido de <https://economia3.com/cadena-valor/>

<https://fashionunited.com/>. (2022). Obtenido de <https://fashionunited.com/>

<https://pactoglobal-ecuador.org>. (2020). Obtenido de La importancia de tener una cadena de valor sostenible. <https://pactoglobal-ecuador.org/la-importancia-de-tener-una-cadena-de-valor-sostenible/>.

<https://repositorio.espe.edu.ec>. (2019). Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/12292>

<https://trade.ec.europa.eu>. (2022). Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/guia-para-la-exportacion-de-mercancias>

<https://wwd.com/womensweardaily>. (2021). Obtenido de <https://wwd.com/womensweardaily>

<https://www.contableuk.com>. (2018). Obtenido de Exportar a Reino Unido - ContableUK. <https://www.contableuk.com/exportar-a-reino-unido/>.

- <https://www.esdesignbarcelona.com>. (2023). Obtenido de <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-producto/5-consejos-para-mejorar-la-calidad-de-un-producto>
- <https://www.esterxicota.com>. (2022). Obtenido de El cuero, impactos y alternativas más sostenibles | Ester Xicota. <https://www.esterxicota.com/cuero-impactos-alternativas-moda-sostenible/>.
- <https://www.eurosender.com/es/brexit/aduanas>., T. A.-E. (2022). <https://www.eurosender.com>. Obtenido de Trámites Aduaneros y Exportación Después del Brexit - Eurosender. <https://www.eurosender.com/es/brexit/aduanas>.
- <https://www.fedexpor.com/>. (2022). <https://www.fedexpor.com/>. Obtenido de <https://www.fedexpor.com/>
- <https://www.gestion.org>. (2021). Obtenido de <https://www.gestion.org/la-cadena-valor/>
- <https://www.produccion.gob.ec>. (2023). <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/RESOLUCI%C3%93N-COMEX-020-2017.pdf>. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/RESOLUCI%C3%93N-COMEX-020-2017.pdf>
- <https://www.produccion.gob.ec/comex/>. (2021). <https://www.produccion.gob.ec/comex/>. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/comex/>
- <https://www.qualtrics.com>. (s.f.). Obtenido de 2022: <https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/marca/segmentacion-de-mercado/>
- <https://www.qualtrics.com>. (2022). Obtenido de <https://www.qualtrics.com/es-la/gestion-de-la-experiencia/marca/segmentacion-de-mercado/>
- <https://www.trademap.org>. (2022). https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c420222%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1. Obtenido de https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c420222%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1
- Kotler. (2006). *Marketing management*.
- Munch. (2007). *Modelo de Negocios*.