



**Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra**

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**“INTELIGENCIA DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS
ELABORADAS A BASE DE FIBRA DE CABUYA POR LA ASOCIACIÓN
ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE DE LA PARROQUIA PLAZA
GUTIÉRREZ, ZONA DE INTAG- PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Negocios Internacionales E.1

**AUTORA: SILVANA PAOLA PONCE CHIRÁN
ASESOR: MGS. HÉCTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR**

IBARRA, NOVIEMBRE – 2018

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Mgs. HECTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR
ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

(f.)

Mgs. Héctor Esteban Garrido Salazar

C.C.: 100241385-2

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): 

Mgs. Héctor Esteban Garrido Salazar

C.C.: 100241385-2

(f): 

Mgs. Gabriela Alexandra Herrera Andrade

C.C.: 100255404-4

(f): 

Mgs. Yolanda Liliana Bejarano Muñoz

C.C.: 100200693-8

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Silvana Paola Ponce Chirán, declaro conocer y aceptar la disposición del Art.66 del Instructivo de Trabajo de Grado de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI), que en su parte pertinente manifiesta textualmente: “Forman parte del patrimonio de la universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la universidad”

Ibarra, 20 de noviembre de 2018



Silvana Paola Ponce Chirán

C.C.: 100467094-7

AUTORÍA

Yo, Silvana Paola Ponce Chirán, portador de la cédula de ciudadanía N° 100467094-7, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del (los) autor (es), y que se ha respetado las diferentes fuentes de información realizando las citas correspondientes.

f): 

Silvana Paola Ponce Chirán

C.C.: 100467094-7

RESUMEN

La “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente” ubicada en la parroquia Plaza Gutiérrez, de la zona de Intag, cantón Cotachachi, provincia de Imbabura fue fundada hace más de 20 años aproximadamente por la señora Sandra, una mujer extranjera quien motivo a las mujeres de la parroquia Plaza Gutiérrez a iniciar este emprendimiento pensado en aprovechar la naturaleza que las rodea y los beneficios que les brinda para obtener algún tipo de ingreso adicional para la economía familiar, mediante la elaboración de artesanías a base de fibra de cabuya. La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar un mercado potencial al cual las artesanías se puedan exportar. La inteligencia de mercados para la exportación de este producto se elaboró con el estudio de las exportaciones e importaciones que las artesanías tienen alrededor del mundo, de este modo se escogió el país que más importaciones realiza de este producto y también mediante los beneficios de sus distintos factores logísticos, legales y geográficos, dando como resultado que el país de Estados Unidos es el más favorable para realizar las exportaciones de las artesanías tuvo como resultado, en el estudio financiero se definieron los indicadores, valor actual neto (VAN) , tasa interna de retorno (TIR), costo beneficio, margen de contribución y el punto de equilibrio con base a la información que fue proporcionada por la asociación.

Palabras clave:

Inteligencia de mercados, artesanías de cabuya, estudio de mercado, exportación, comercialización, internacionalización

ABSTRACT

The "Women and Environment Craft Association" located in the Plaza Gutiérrez parish, in the Intag area, Cotachachi canton, Imbabura province, was founded more than 20 years ago by Mrs. Sandra, a foreign woman who motivated the women of the Plaza Gutiérrez parish to start this endeavor thought to take advantage of the nature that surrounds them and the benefits that it offers them to obtain some type of additional income for the family economy, through the elaboration of handicrafts based on cabuya fiber. The main objective of this research was to determine a potential market to which the crafts can be exported. The intelligence of markets for the export of this product was elaborated with the study of the exports and imports that the crafts have around the world, in this way was chosen the country that more imports makes of this product and also through the benefits of its different logistical, legal and geographic factors, resulting in the country of the United States being the most favorable to carry out exports of handicrafts resulted in the financial study defined the indicators, net present value (NPV), internal rate of return (IRR), cost benefit, contribution margin and break-even point based on the information that was provided by the association.

Keywords:

Market intelligence, cabuya crafts, market research, export, marketing, internationalization

DEDICATORIA

Mi trabajo de titulación se lo dedico a mis adorados padres María Elena y Luis Fernando quienes han hecho posible mi formación académica, son pilares fundamentales en mi vida puesto que por medio de su esfuerzo supieron demostrarme su amor brindándome la educación con la que cuento hoy en día, los admiro, respeto y amo demasiado.

Silvana Ponce

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a Dios por las bendiciones recibidas y permitirme haber llegado hasta esta etapa de mi vida, por medio de los padres que me otorgo, por haber concedido las fuerzas necesarias y no desmayar en el proceso de mi vida académica.

También agradecer a mi novio Liniker quien, con su apoyo incondicional, con su tiempo y amor aportó de manera significativa en el transcurso de esta meta, motivándome cada vez que se complicaban mis días.

Por otra parte, agradecer a mi asesor Mgs. Esteban Garrido quien contribuyó con sus conocimientos no solo en el proyecto sino en las aulas, siendo un ejemplo de entrega y dedicación para sus alumnos.

Y por último agradecer a mi hermano, familia y amigos quienes me apoyaron de forma indirecta, pero siendo muy importantes en el transcurso de mi vida universitaria.

Silvana Ponce

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	iv
AUTORÍA.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT.....	vii
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO	ix
INTRODUCCIÓN	xx
CAPÍTULO I.....	1
ESTADO DEL ARTE.....	1
1.1 INTELIGENCIA DE MERCADOS.....	1
1.1.1 Definición.....	1
1.1.2 Herramientas Vitales	2
1.1.3 Factores Implicados en la Inteligencia de Mercados	3
1.1.3.1 Marketing Estratégico	3
1.1.3.2 Scoring aplicado al Marketing.....	4
1.1.3.3 Plataformas Virtuales	5
1.2 EXPORTACIÓN	6
1.2.1 Definición.....	6
1.2.2 Tipos de Exportación	7
1.2.3 Razones Para Exportar	8
1.2.4 Regímenes Aduaneros Para la Exportación	9
1.2.4.1 Regímenes de no transformación	9

1.2.4.2 Regímenes de transformación	9
1.2.5 Aranceles.....	10
1.2.5.1 Consecuencias de los aranceles	10
1.2.5.2 Tipos de Aranceles	11
1.2.5.3 Barreras arancelarias	11
1.2.5.4 Barreras No arancelarias.....	12
1.2.6 Términos de Comercio Internacional.....	12
1.2.7 Formas de Pago Internacional.....	13
1.3 ARTESANÍAS.....	14
1.3.1 Definición.....	14
1.3.2 Técnicas artesanales	14
1.3.3 Tipos de Artesanías	15
1.3.4 Clasificación de la Artesanía.....	16
1.3.5 Artesanías en fibra de cabuya	17
1.3.5.1 Cabuya.....	17
1.3.5.2 Proceso para la obtención de la fibra.....	18
1.3.5.3 Artesanías de cabuya	18
CAPÍTULO II	20
MATERIALES Y MÉTODOS	20
2.1 ANTECEDENTES.....	20
2.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	21
2.2.1 Objetivo General	21
2.2.2 Objetivos Específicos.....	21
2.3 VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO	21
2.3.1 Procesos de producción.....	21
2.3.2 Capacidad de producción	21

2.3.3 Promoción y publicidad	21
2.4 INDICADORES	21
2.4.1 Procesos de producción.....	21
2.4.2 Capacidad de producción	22
2.4.3 Promoción y publicidad	22
2.5 MATRIZ DE RELACIÓN	22
2.6 MÉCANICA OPERATIVA	24
2.6.1 Población o Universo	24
2.6.2 Determinación de la muestra.....	24
2.6.3 Información primaria	24
2.6.3.1 Encuestas	25
2.6.3.2 Entrevistas	25
2.6.3.3 Observación.....	25
2.6.4 Información Secundaria	25
2.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	26
2.7.1 Encuesta aplicada a las Artesanas de la Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente fabricantes de artesanías a base de fibra de cabuya.....	26
2.7.2 Entrevista dirigida a la señora Presidenta Cecilia Morales de la Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente	37
2.8 MATRIZ FODA.....	40
2.9 CRUCE ESTRATÉGICO FA, FO, DO, DA	41
2.10 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO	43
CAPÍTULO III.....	44
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
3.1 MODELO DE INVESTIGACIÓN BASADO EN LA INTELIGENCIA COMERCIAL ADECUADO A LA ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y	

MEDIO AMBIENTE DE LA PARROQUIA PLAZA GUTIÉRREZ, ZONA DE INTAG- PROVINCIA DE IMBABURA	44
3.1.1 Evolución de Exportaciones.....	44
3.1.2 Principales Mercados	44
3.1.2.1 Destino de Exportación	45
3.1.2.2 Importaciones Mundiales	45
3.1.2.3 Países Importadores del Mundo	46
3.1.3 Principales competidores	47
3.1.3.1 Exportaciones Mundiales	47
3.1.3.2 Países Exportadores.....	48
3.2 SELECCIÓN DE POTENCIALES MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN..	49
3.2.1 Estados Unidos de América	49
3.2.2 Reino Unido	52
3.2.3 Japón	55
3.3 MATRIZ POAM.....	58
3.4 MERCADO OBJETIVO A NIVEL INTERNACIONAL.....	60
3.4.1 Estados Unidos de América	60
3.4.2 Competencia.....	61
3.5 DEMANDA.....	62
3.5.1 Comportamiento histórico de la demanda.....	62
3.6 OFERTA.....	62
3.6.1 Comportamiento histórico de la oferta.....	62
3.7 PROYECCIÓN LINEAL.....	63
3.7.1 Importaciones	63
3.7.2 Exportaciones.....	64
3.7.3 Consumo aparente	64

3.8 ANÁLISIS DEL SECTOR.....	65
3.8.1 Acuerdos comerciales	65
3.9 LOGÍSTICA Y COMERCIALIZACIÓN	66
3.10 MERCADO DE CONSUMO.....	67
3.11 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	67
3.11.1 Producto	67
3.11.1.1 Características del producto	67
3.11.1.2 Fichas del producto.....	69
3.11.1.3 Envase, Empaque y Embalaje	71
3.11.2 Precio.....	76
3.11.3 Plaza	76
3.11.3.1 Tiendas de accesorios moda y hogar en Miami.....	77
3.11.4 Promoción y publicidad	78
3.12 PROPUESTA DE EXPORTACIÓN.....	78
3.12.1 Requisitos y tramites	78
3.12.2 Tramitación de la exportación.....	80
3.12.3 Requisitos para ser exportador	80
3.12.4 Registro de exportador en el ECUAPASS	81
3.12.5 Tramite de declaración juramentada de origen (DJO)	82
3.12.6 Etapa de Pre-Embarque	82
3.12.7 Etapa de Post-Embarque	83
CAPITULO IV	84
ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO	84
4.1 DATOS DE ENTRADA	84
4.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL	85
4.2.1 Resumen de la inversión inicial	85

4.2.1.1 Inversión fija.....	85
4.2.1.2 Inversión variable	85
4.3 DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL	86
4.3.1 Detalle de la inversión fija	86
4.3.2 Detalle de la inversión variable / capital de trabajo	87
4.3.2.1 Costos de producción	87
4.3.2.2 Resumen de producción de las Artesanías	89
4.3.3 Detalles del gasto administrativo	89
4.3.3.1 Gastos administrativos.....	89
4.3.3.2 Detalle del sueldo del personal.....	90
4.3.3.3 Sueldos y Salarios.....	90
4.3.4 Detalles de los gastos de exportación.....	95
4.3.4.1 Gastos de exportación.....	95
4.4 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN.....	97
4.4.1 Determinación del gasto unitario	97
4.4.2 Determinación del precio unitario.....	97
4.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	97
4.5.1 Datos financiamiento	98
4.5.2 Amortización deuda	98
4.6 DETERMINACIÓN COSTO CAPITAL	99
4.6.1 Determinación TRM	99
4.7 CALCULO DE LA DEPRECIACIÓN.....	99
4.7.1 Depreciación	99
4.8 DETERMINACIÓN DE PRESUPUESTOS	100
4.8.1 Presupuesto de ingresos (ventas)	100
4.8.1.1 Bolsos	100

4.8.1.2 Individuales	100
4.8.1.3 Sombreros.....	101
4.8.1.4 Resumen presupuesto de ventas	101
4.8.2 Presupuesto de costos.....	101
4.8.2.1 Bolsos	101
4.8.2.2 Individuales	102
4.8.2.3 Sombreros.....	102
4.8.2.4 Resumen presupuestos de costos.....	102
4.8.3 Presupuesto de gastos.....	103
4.8.3.1 Gastos Administrativos	103
4.8.3.2 Gastos de Exportación.....	103
4.8.3.3 Depreciaciones	104
4.8.3.4 Total Presupuesto de Gastos.....	104
4. 9 ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIAMIENTO	104
4.9.1 Estado de Resultados.....	104
4.9.2 Presupuesto de Caja	105
4.10 BALANCE INICIAL O DE ARRANQUE	106
4.11 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	107
4.11. 1 Valor Presente Neto	107
4.11.2 Costo Beneficio.....	107
4.11.3 Período de Recuperación de la Inversión.....	108
4.11.4 Tasa Interna de Retorno	108
4.12 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	109
4.13 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	109
4.13.1 Margen de contribución	110

4.13.2 Punto de Equilibrio Unidades Físicas	110
4.13.3 PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS.....	111
RESULTADOS	112
CONCLUSIONES	113
RECOMENDACIONES	114
BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS.....	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Procesos de producción adecuado	26
Tabla 2 Proceso de producción con más dificultad	27
Tabla 3 Adquisición de la materia prima	28
Tabla 4 Materia prima necesaria para pedidos de gran magnitud	29
Tabla 5 Producción semanal	30
Tabla 6 Tiempo de desviación a la elaboración de artesanías	31
Tabla 7 Tiempo adquisición de conocimientos	32
Tabla 8 La experiencia ayuda al incremento de pedidos	33
Tabla 9 Maquinaria y herramientas adecuadas para la elaboración	34
Tabla 10 Aumento de producción por aumento de la demanda.....	35
Tabla 11 Contribución a la economía familiar.....	36
Tabla 12 Matriz FODA.....	40
Tabla 13 Cruce estratégico FA, FO, DO, DA.....	41
Tabla 14 Evolución de las exportaciones de artesanías de cabuya de Ecuador.....	44
Tabla 15 Principales países importadores de artesanías en cabuya de Ecuador	45
Tabla 16 Importaciones Mundiales.....	45
Tabla 17 Principales Países Importadores del Mundo	46
Tabla 18 Principales Competidores a Nivel Mundial	47
Tabla 19 Exportaciones a Nivel Mundial	47
Tabla 20 Mercados Exportadores de artesanías de cabuya.....	48
Tabla 21 Factores socioeconómicos Estados Unidos de América.....	49
Tabla 22 Costo flete marítimo a Estados Unidos (exportación)	51
Tabla 23 Costo flete aéreo a Estados Unidos (exportación)	51
Tabla 24 Factores socioeconómicos de Reino Unido	52
Tabla 25 Costo flete marítimo a Reino Unido (exportación)	54
Tabla 26 Costo flete aéreo a Reino Unido (exportación)	54
Tabla 27 Factores socioeconómicos de Japón	55
Tabla 28 Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio	58
Tabla 29 Importaciones mundiales Estados Unidos	62
Tabla 30 Exportaciones mundiales Estados Unidos	62
Tabla 31 Cálculo proyección de importaciones.....	63

Tabla 32 Proyección de Importaciones	63
Tabla 33 Cálculo proyección de exportaciones	64
Tabla 34 Proyección de exportaciones	64
Tabla 35 Consumo aparente.....	64
Tabla 36 Tiempo de transito vía marítima hacia principales puertos de Estados Unidos ..	67
Tabla 37 Ficha Bolsos.....	69
Tabla 38 Ficha Sombreros	70
Tabla 39 Ficha Individuales.....	71
Tabla 40 Inversión inicial	85
Tabla 41 Inversión fija	85
Tabla 42 Capital de trabajo	86
Tabla 43 Detalles inversión fija	86
Tabla 44 Costos de producción bolsos.....	87
Tabla 45 Costos de producción individuales	88
Tabla 46 Costos de producción sombreros	88
Tabla 47 Resumen de producción de las Artesanías.....	89
Tabla 48 Gastos administrativos	89
Tabla 49 Sueldo del personal.....	90
Tabla 50 Rol de pagos 1er año.....	91
Tabla 51 Rol de pagos 2do año.....	91
Tabla 52 Rol de pagos 3er año.....	92
Tabla 53 Rol de pagos 4to año.....	93
Tabla 54 Rol de pagos 5to año.....	93
Tabla 55 Gastos de exportación.....	95
Tabla 56 Determinación del gasto unitario.....	97
Tabla 57 Determinación precio unitario	97
Tabla 58 Financiamiento del proyecto.....	97
Tabla 59 Datos financiamiento	98
Tabla 60 Amortización	98
Tabla 61 Determinación costo capital.....	99
Tabla 62 Determinación TRM	99
Tabla 63 Depreciación	99

Tabla 64 Bolsos.....	100
Tabla 65 Individuales.....	100
Tabla 66 Sombreros	101
Tabla 67 Resumen presupuesto de ventas	101
Tabla 68 Bolsos costos.....	101
Tabla 69 Individuales costos.....	102
Tabla 70 Sombreros costos	102
Tabla 71 Resumen presupuesto de costos.....	102
Tabla 72 Presupuesto Gastos Administrativos	103
Tabla 73 Presupuesto Gastos Exportación.....	103
Tabla 74 Depreciaciones.....	104
Tabla 75 Total Presupuesto de Gastos	104
Tabla 76 Estado Financiero con Financiamiento.....	104
Tabla 77 Flujo de caja.....	105
Tabla 78 Balance Inicial	106
Tabla 79 VAN.....	107
Tabla 80 Costo Beneficio.....	107
Tabla 81 Período de Recuperación de la Inversión	108
Tabla 82 TIR	108
Tabla 83 Evaluación económica con financiamiento	109
Tabla 84 Determinación Punto de Equilibrio	109
Tabla 85 Margen de contribución	110
Tabla 86 Punto de Equilibrio	110
Tabla 87 Punto de equilibrio unidades físicas	110
Tabla 88 Punto de equilibrio unidades monetarias	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Perspectivas Estratégicas de “Balanced Scorecard”	4
Figura 2 Proceso de la Inteligencia de Mercados	6
Figura 3 Líneas Artesanales.....	17
Figura 4 Transporte via marítima Ecuador hacia Estados Unidos	51
Figura 5 Transporte vía marítima desde Ecuador hacia Reino Unido	54
Figura 6 Transporte desde Ecuador hacia Japón	57
Figura 7 Importación de artesanías en toneladas Estados Unidos	61
Figura 8 Logística Ecuador (Guayaquil), EEUU (San Diego)	66
Figura 9 Propuesta de etiquetas para las artesanías	72
Figura 10 Información adicional de las etiquetas	73
Figura 11 Presentación final de las artesanías	73
Figura 12 Presentación de los bolsos en cajas de cartón corrugado	74
Figura 13 Presentación de los individuales en cajas de cartón corrugadas	74
Figura 14 Presentación de los sombreros en cajas de cartón corrugadas	75
Figura 15 Paletizado cajas de artesanías.....	75
Figura 16 Canal de distribución indirecto	77
Figura 17 Tiendas de accesorios moda y hogar en Miami	78
Figura 18 Ferias internacionales de Arte, Artesanía y Cultura.....	78
Figura 19 Registro de exportador en ECUAPASS	81
Figura 20 Tramite de declaración juramentada de origen (DJO)	82
Figura 21 Documentos digitales que acompañan a la DAE	83
Figura 22 Documentación de Pos-Embarque	83

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación tiene como finalidad elaborar una inteligencia de mercados para la exportación de las artesanías que son fabricadas a base de fibra de cabuya por la Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente de Plaza Gutiérrez ubicado en la zona de Intag perteneciente al cantón Cotacachi. En el capítulo 1 se puntualizan las bases teóricas de mayor importancia que respecta para la elaboración del trabajo de titulación dentro de los cuales se menciona; conceptos y factores relevantes sobre la inteligencia de mercados, barreras arancelarias así también los regímenes aduaneros, características específicas de las artesanías, entre otros puntos.

En el diagnostico o estudio de mercado el cual es el capítulo 2, se realiza un análisis de la información primaria que se obtuvo por la entrevista dirigida a la Sra. Cecilia Morales presidenta y representante de la asociación, también por las encuestas realizadas a las señoras pertenecientes a la asociación, como último medio de información primaria también se ejecutó la observación a la asociación y a sus procesos de producción evaluando de esta manera las distintas falencias con las que cuenta, a su vez se analiza la información de fuentes secundarias obtenidas.

El capítulo 3 trata sobre la ingeniería del proyecto, en este capítulo se realiza la investigación de las exportaciones e importaciones a nivel mundial de este producto, ayudando a determinar qué países son los principales comercializadores, de esta forma se determina los vitales competidores que la asociación tiene, con la ayuda de la matriz POAM (Perfil de Amenazas y Oportunidades en el Medio) se logra conocer cuál es el país objetivo que nos brindara mayores oportunidades y beneficios. De este modo se realizó la determinación del segmento de mercado, la logística, estrategias de mercado, los requisitos y certificaciones que solicita el país seleccionado.

Por ultimo en el capítulo 4 se elabora el análisis económico, en el cual permite identificar la situación actual de la asociación en cuanto a la estructura financiera y a conocer un estipulado de la situación económica futura, entonces de esta manera se puede conocer si el proyecto es factible o no.

CAPÍTULO I

ESTADO DEL ARTE

1.1 INTELIGENCIA DE MERCADOS

1.1.1 Definición

Según (César A. Figueredo, Nidia S. Rincón P. y Nubia S. Salazar V., 2012): “La inteligencia de mercados es un proceso sistematizado de documentación, identificación, análisis y diseño de estrategias para lograr estructurar y usufructuar las potencialidades de una organización, sector económico producto o servicio determinado”

La Asociación Americana del Marketing (AMA, 2017) asegura que:

La Inteligencia de mercados es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; Para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso.

Mediante la Inteligencia de Mercados se puede llegar al consumidor o cliente por medio de la información obtenida en análisis y diseños de estratégicos que se realizan antes de ingresar al mercado objetivo, utilizando de esta manera las oportunidades que el cliente extranjero ofrece en este proceso aprovechando, mejorando e implementando estrategias de marketing logrando así potencializar al producto o servicio específico.

1.1.2 Herramientas Vitales

a) La Competencia

(Oviedo, 2016) en su artículo *La Inteligencia de Mercados y sus Componentes* afirma lo siguiente:

Se comprende como todas las organizaciones que ofertan de manera directa o indirecta en un mismo nicho/espacio/comunidad determinada. Ha evolucionado el concepto de competencia, a un concepto hoy en día de “cooperación de las competencias”. Por lo general, la competencia origina una mayor oferta, eleva la calidad de la oferta de experiencia en el mercado nacional e internacional y permite, que se reparta el mercado de servicios, ganando siempre con ello, el cliente convencional o virtual.

Con esto se entiende que la competencia es el conjunto de empresas u organizaciones que ofrecen un mismo producto o servicio, dirigiéndose a un mismo mercado objetivo creando así competencia entre sí, originando de esta manera que las empresas mejoren la calidad, producción, presentación con la finalidad de obtener la fidelidad del cliente.

b) La Inteligencia de Negocios o Business Intelligence

Es definida por (Oviedo, 2016) en su artículo *La inteligencia de mercados y sus Componentes* como:

“Una herramienta gerencial que desarrolla el proceso de planear, diseñar, obtener información, procesar, analizar, construir y comunicar estrategias para la obtención del conocimiento interno y externo de una corporación, de manera ética y legal que contribuye a la toma de decisiones gerenciales efectivas”.

Lo mencionado anteriormente muestra que la inteligencia de negocios es una herramienta con el objetivo de facilitar la administración y el cumplimiento de la

misión de una empresa u organización, en este caso cumplir con la misión de la asociación, por medio de un estudio referente a la información en relación con la asociación y sus actividades; es decir, con este análisis de la información se podrá tomar decisiones y realizar estrategias que favorezcan a la misma.

c) Investigación de Mercados

Según (Oviedo, 2016) Investigación de Mercados es, la “Herramienta que desarrolla un proceso metodológico que permite diseñar, obtener, procesar, analizar y comunicar información cualitativa y cuantitativa que disminuyen el riesgo en la toma de decisiones gerenciales.”

Esta herramienta facilita el poder ejecutar una metodología que ayude a la asociación a disminuir los riesgos por los que pueda atravesar en la toma de cada decisión por medio del procesamiento de información cualitativa y cuantitativa obtenida, analizando de esta manera cualquier peligro para cada decreto gerencial.

1.1.3 Factores Implicados en la Inteligencia de Mercados

1.1.3.1 Marketing Estratégico

Según (Vega, 2007) la inteligencia de mercados comienza su procedimiento en el diseño estratégico de una empresa, organización u asociación, con esto se quiere que, las estrategias planteadas referente a un diagnóstico de acuerdo a la situación de la Asociación desde la apreciación del cliente o consumidor, se debe estar enfocado a la Visión que se busca alcanzar. Por esto se recomienda establecer la Misión y Visión de acuerdo a las cuatro perspectivas estratégicas de “Balanced Scorecard”.

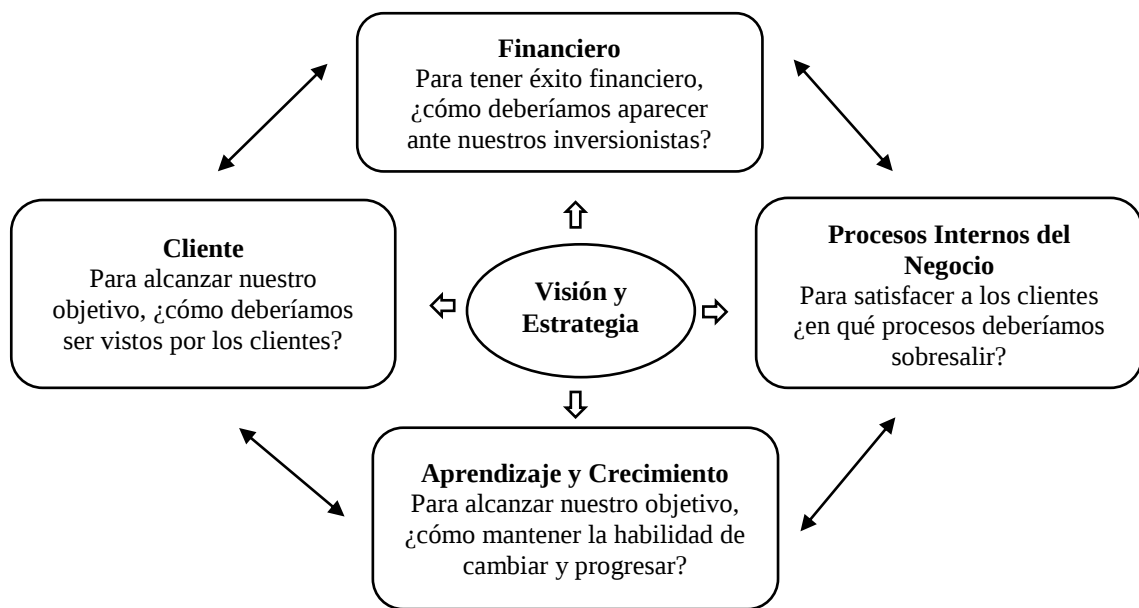


Figura 1 Perspectivas Estratégicas de “Balanced Scorecard”

Fuente: Carlos Gicnochio Vega, “Proceso de Inteligencia de Mercados”, Gestipolis (2007, julio 13)

Teniendo en cuenta las cuatro perspectivas estratégicas de Balanced Scorecard la empresa, organización u asociación puede tomar importantes decisiones que ayuden al mejoramiento y crecimiento en los diferentes ámbitos importantes, planteándose objetivos, procesos con el fin de alcanzar la visión y misión que toda empresa se propone.

1.1.3.2 Scoring aplicado al Marketing

(Vega, 2007) en su artículo *Proceso de Inteligencia de Mercados* en Scoring aplicado al Marketing define los indicadores y diseña los formatos para realizar los análisis cuantitativo y cualitativo respectivamente, formando de esta forma el segundo factor en el proceso de la Inteligencia de Mercados. A continuación, los componentes de un indicador:

- a) Nominación (en relación al objetivo que se desea monitorear) “Participación de mercado”
- b) Variables involucradas (en relación a la información a recolectar o procesar)

- c) Formulación matemática (combinación de las variables)
- d) Criterios de evaluación (en relación a metas y referencias mínimas, máximas e intermedias)

Diseñar indicadores adecuados ayudara a verificar el resultado de los objetivos planteados, luego se procederá a configurar los formatos y esquemas en los que se visualizaran y analizar los respectivos resultados que se obtengan de manera sistemática u ordenada.

1.1.3.3 Plataformas Virtuales

Para (Vega, 2007), en este apartado se seleccionaran o se mencionaran aplicaciones informáticas que se puedan conectar a la realidad de la empresa, organización u asociación teniendo en cuenta lo siguiente:

- a) Actividad Comercial
- b) Dimensión Organizacional
- c) Expansión Geográfica
- d) Visión Propuesta
- e) Capacidad del Talento Humano
- f) Capacidad Económica
- g) Soporte Tecnológico

En este ámbito existen algunas alternativas informáticas que se puede implementar o usar en un sistema de información gerencial que ayude a mejorar las decisiones que tengan relación con el marketing de la asociación, se sugiere que sea una aplicación acorde a la organización ya que son herramientas tecnológicas que deben acoplarse a la situación actual de la asociación (Vega, 2007).

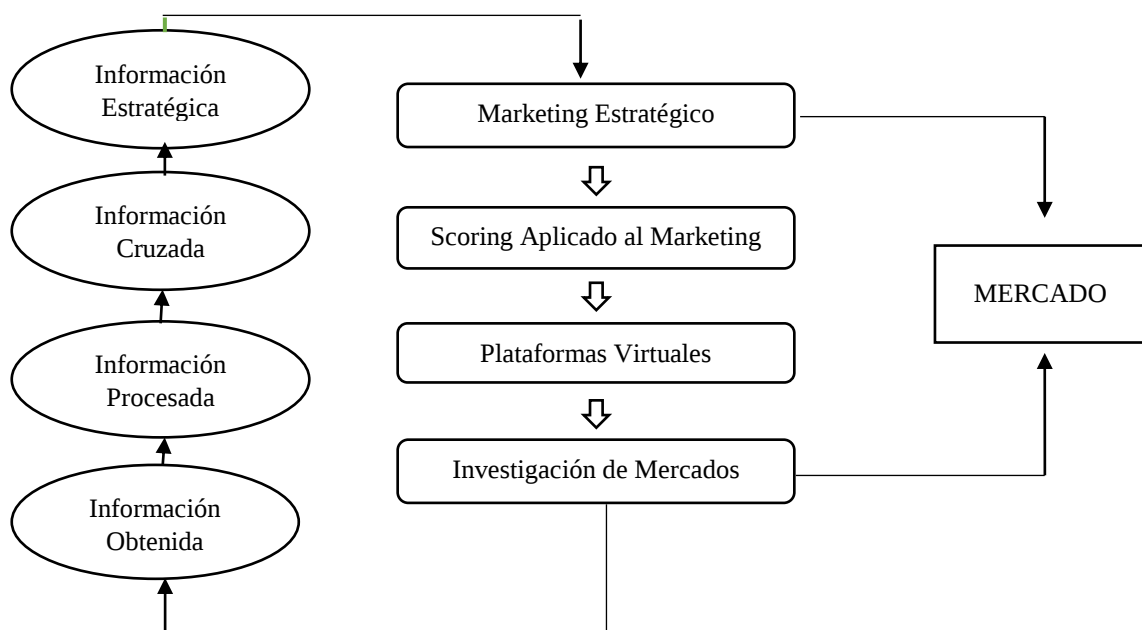


Figura 2 Proceso de la Inteligencia de Mercados

Fuente: Carlos Gicnochio Vega, “Proceso de Inteligencia de Mercados”, Gestipolis (2007, julio 13)

Se puede observar en la figura anterior como todo tiene su iniciación desde el Marketing Estratégico creando además un ciclo que permanentemente monitorea a los clientes meta al que se dirige la asociación, hay que tener en mente que la clave del éxito da su apertura en la capacidad de los dirigentes de la asociación para proyectar de una manera adecuada este elemento dependiendo de la realidad en la que se encuentren y la capacidad o habilidad que tenga de investigar para la toma de decisiones adecuadas guiándose con los conocimientos y experiencia que posea (Vega, 2007).

1.2 EXPORTACIÓN

1.2.1 Definición

(FLORES, 2016) en su presentación *Introducción al Comercio Exterior* afirma que:

La exportación es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país. Este tráfico puede generar numerosos y variados fenómenos fiscales dado que, cualquier producto enviado más allá de las fronteras de un

país, está sometido a diversas legislaciones y puede estar sometido a acuerdos específicos que dan lugar a condiciones concretas según el país de destino.

Según (Montesdeoca, 2015) asegura que: “Una exportación es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización”

Entonces se puede decir que exportación es la venta o comercialización de productos, bienes o servicios originarios de un país hacia el país importador el que los adquiere con el objetivo de ser utilizados o consumidos en este país, este tipo de comercio genera ingresos al país exportador, favoreciendo de esta manera a los productores y ayudando a la reactivación económica del país favorecido. Por ello es de suma importancia la creación de nuevos productos y servicios que sean innovadores para el cliente extranjero.

1.2.2 Tipos de Exportación

Para (Gutiérrez, 2014): las empresas, organizaciones y asociantes que deciden participar en el mercado extranjero deben distinguir y tener en cuenta estas cuatro formas de realizar esta actividad:

- a) **Exportación Temporal:** cuando la mercadería es enviada a un territorio extranjero bajo condiciones aduaneras en las que se cree se encontrara por un tiempo determinado y un objetivo en especial, que al ser cumplidos retornara al territorio originario.
- b) **Exportación Definitiva:** es cuando la mercadería es enviada al mercado internacional con el objetivo de ser consumido en ese mercado por lo que sale del país originario de manera definitiva.

- c) **Exportación Directa:** cuando la negociación es llevada a cabo por la empresa que elabora los productos, de esta manera se eliminarán o reducirán los intermediarios y haciéndose cargo todos los riesgos que trae consigo la comercialización internacional.
- d) **Exportación Indirecta:** cuando una empresa productora de bienes y servicio busca la ayuda de un agente con los conocimientos necesarios en comercio internacional que se encarga de la capacitación de clientes y el proceso de exportación.

Los diferentes tipos de exportación ayuda a conocer las distintas maneras por las que se realiza una exportación y bajo qué condiciones se las debe ejecutar.

1.2.3 Razones Para Exportar

Según lo publicado por (ConnectAmericas, 2015): Algunas de las razones para exportar son:

- a) Crecimiento
- b) Diversificación del riesgo
- c) Economías de escala
- d) Innovaciones
- e) Beneficios fiscales
- f) Nuevas capacidades:
- g) Imagen

Una empresa u organización debe tener en claro las razones por las cuales desea incursionar en el mercado internacional, para poder diferenciar los beneficios y desventajas que conlleva internacionalizarse, y así poner en práctica sus estrategias para su beneficio y crecimiento.

1.2.4 Regímenes Aduaneros Para la Exportación

1.2.4.1 Regímenes de no transformación

Según (SENAE, 2018) los regímenes de no transformación son los que se mencionaran a continuación:

a) Exportación definitiva (Régimen 40)

En este régimen se permite la salida de forma permanente de bienes fuera del territorio nacional aduanera a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legislación vigente. (Art. 158 del Reglamento al COPCI).

b) Exportación temporal para reimportación en el mismo estado (Régimen 50)

Este régimen aduanero consiente en la salida de forma temporal del territorio aduanero de bienes con un objetivo y plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, las mercancías deberán ser susceptibles de identificación. (Art. 159 del Reglamento al COPCI).

1.2.4.2 Regímenes de transformación

a) Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo (Régimen 51)

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías que están en libre circulación en el territorio aduanero pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro de dicho territorio para su transformación, elaboración o reparación. (Art. 164 del Reglamento al COPCI).

Para realizar exportaciones se debe considerar las formalidades estipuladas por el gobierno de cada país y la Aduana de los mismo, al conocer los regímenes de exportación ayudara a tener en claro a cuál pertenece la mercadería, productos o bienes que se comercializaran a

mercados extranjeros para de esta manera no salir perjudicados en el intercambio comercial.

1.2.5 Aranceles

El arancel es una carga al precio normal de un bien o servicio que ingresa o sale por la aduana de un país a otro; los aranceles que son más utilizados son los de importación, estos se asignan a la mercadería vendida por un extranjero dentro del territorio nacional, los gobiernos de todos los países aplican estos impuestos para resguardar la producción nacional, sin embargo, los clientes optan en su mayoría por productos extranjeros por ser más económicos. También se cuenta con el arancel a las exportaciones, este arancel se atribuye a un bien o servicio que es comercializado fuera del país de origen, es aplica por los países exportadores para aumentar los ingresos a sus productores, trabajadores y ayudar a la economía del país originario. (Arias, 2015).

1.2.5.1 Consecuencias de los aranceles

La Organización Mundial del Comercio es una de las organizaciones que fue creada para regular el conflicto comercial que pueda existir entre países, al contar con aranceles que cause dependencia de otros, los aranceles corren con el riesgo de volver menos eficaz a la producción nacional, ya que reducirá la competencia. (Arias, 2015)

Según (Arias, 2015) los aranceles fundamentalmente causan tres efectos:

- a) Efecto consumo:** al aplicar un arancel al producto importado perjudica al cliente nacional.
- b) Efecto producción:** al imponer aranceles en técnicas de competencia favorece a la producción nacional
- c) Efecto ingreso:** al imponer un arancel que es designado por el gobierno, este se beneficia de ingresos que vendrán del arancel aplicado.

Los aranceles benefician y perjudican a la misma vez, como anteriormente se nombra los aranceles afectan al cliente al adquirir productos importados, así como también pueden verse afectados las empresas importadoras al tener que pagar aranceles impuestos por el país de destino para protección de su producción nacional y de esta manera favorecer a su gobierno por los ingresos provenientes del arancel aplicado a productos extranjeros.

1.2.5.2 Tipos de Aranceles

Según menciona (Arias, 2015) existen varios tipos de arancel:

- a) **Arancel de valor agregado o ad valorem:** este es un impuesto que se lo detalla como un porcentaje fijo sobre el valor de aduana del producto o servicio.
- b) **Arancel específico:** en este impuesto se lo detalla como una cantidad fija de dinero por unidad física importada o exportada.
- c) **Arancel mixto:** como su nombre lo indica es una combinación de los anterior que se lo utiliza en casos específicos.

Como es de conocimiento los aranceles han sido estipulados por los gobiernos de todos los países, tienen una función en específico ayudar a las empresas, organizaciones o asociaciones nacionales para que el consumidor prefiera lo producido en su país.

1.2.5.3 Barreras arancelarias

Son las que un país emplea para los bienes o servicios importados, esto quiere decir que es la obligación de un derecho de importación como lo es, el arancel u otro impuesto que tenga la misma función, su valor depende de los compromisos internacionales que el importador tenga con la Organización Mundial del Comercio o que provengan de acuerdos regionales, multilaterales o bilaterales. (Katherine Montesdeoca, Yanine Zambrano, 2012)

1.2.5.4 Barreras No arancelarias

Según manifiesta (MERCOSUR, 2018) las barreras no arancelarias (BNA) tienen como finalidad originar limitaciones en el comercio, cohibiendo de esta forma el acceso a los distintos mercados del exterior.

Aunque no siempre se crean con el objetivo de reducir el comercio, tienen este efecto. Entre las cuales se encuentran:

- a) Prohibición a la importación
- b) Cupos (restricciones cuantitativas)
- c) Permisos previos y autorizaciones especiales (licencias)
- d) Proporción de materiales en el valor agregado
- e) Regímenes de precios mínimos u oficiales y de referencia
- f) Medidas antidumping y compensatorias
- g) Discriminación tributaria interna
- h) Tasas
- i) Procedimientos aduaneros
- j) Obstáculos técnicos al comercio

Las barreras no arancelarias están destinadas o fueron creadas para que el comercio entre países sea mínimo, tienen este resultado.

1.2.6 Términos de Comercio Internacional

Los incoterms han ido convirtiéndose en una parte primordial del lenguaje diario del comercio internacional. Estos términos se han ido incorporando en contratos de compraventa de bienes o servicios alrededor del mundo, proporcionando reglas y orientación a los comercializadores de los países importadores y exportadores. ((ICC), 2010)

Para que una negociación entre países tenga éxito, es necesario tener el conocimiento acerca de los términos de comercio internacional, estos ayudan a mantenerse informado sobre los derechos de cada parte en un contrato de compra venta y también ayuda a elegir la logística que sea más apropiada en el envío de la mercadería.

1.2.7 Formas de Pago Internacional

De acuerdo a lo que menciona (Lopez, 2014) en su obra *Gestión Logística De Los Negocios Internacionales* indica que: “los Incotems son sumamente importantes para ayudar a determinar a la empresa las maneras de pago internacionales que se podría aplicar, ya que los incoterms ayudan a definir cuáles serían las obligaciones y derechos de exportadores y vendedores”

Según nombra (Lopez, 2014) existen varias formas para realizar o recibir pagos internacionales de mercancías. A continuación, se mencionarán las principales maneras de pago en el comercio internacional:

- a) Cheque
- b) Giros Bancarios
- c) Órdenes de Pago
- d) Cobranza Documentaria
- e) Cartas de Crédito

Los medios de pago internacionales facilitan a realizar el intercambio comercial entre un país a otro, con la finalidad de que ninguno salga perjudicado y sea pronta la compra o venta de cualquier producto, cumpliendo de esta manera con las obligaciones y derechos que el importador y exportador cuentan.

1.3 ARTESANÍAS

1.3.1 Definición

Los productos artesanales son los elaborados por artesanos, ya sean completamente a mano o con herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre y cuando la aportación manual directa del artesano siga siendo en un porcentaje superior y sea el elemento más importante del producto final. Las artesanías se deben basar en sus características que la diferencia de otros productos, sean estas; estéticas, artísticas, creativas, que las vincula a la cultura de donde provienen. (UNESCO, OFICINA DE LA UNESCO EN SANTIAGO, 2017)

(Montiel, 2012) en su artículo *Producción Artesanal* define a las artesanías como:

Un objeto producido en su gran parte de manera manual con o sin ayuda de herramientas y maquinas, habitualmente con materia prima del sector en donde viven y cuentan con procesos de transformación y elaboración transmitido de generación en generación con las variaciones propias del artesano. Es una expresión representativa de su cultura y factor de identidad de la comunidad.

Las artesanías ecuatorianas son reconocidas alrededor del mundo por su representación y ante todo por su cultura, han llamado la atención de los clientes por la calidad que poseen y la variedad en materiales naturales provenientes de cada rincón del país, al ser creadas por manos de artesanos hábiles, hace de estos productos poseedores de un alto valor agregado. Los artesanos ecuatorianos han venido elaborando estos productos para tener un sustento económico, aunque dentro del país no se les del valor e importancia que estos requieren.

1.3.2 Técnicas artesanales

Las artesanías no tienen límite para su creación por lo que existe variedad de estos productos en cualquier tipo de material que se imagine, la elaboración de esta mercadería no depende del sector al que se vaya a dirigir es por eso que sus creadores en su diferente

ámbito han realizado artesanías para todo segmento de mercado como puede ser: moda, decoración, diversión (juguetes), ambiente, enseres domésticos, indumentaria y accesorios para festividades, entre muchos todo depende de lo que el cliente requiera. Las técnicas requeridas para su elaboración son variadas como los propios artículos que pueden ser desde trabajos que requieren de tiempo y paciencia hasta trabajos que no necesite de mucho esfuerzo.

La globalización ha puesto en peligro la conservación de las artesanías tradicionales, por la creación de industrial multinacionales o pequeñas industrias nacionales que llegan a facilitar los bienes en menor tiempo y costo, lo que perjudica al artesano tradicional, sin embargo, este se ha optado por adaptarse a la competencia (UNESCO, Técnicas artesanales tradicionales, 2018)

1.3.3 Tipos de Artesanías

Las artesanías se adaptan al cambio continuo que existe con el pasar de los años en gustos y preferencias, es por eso que se han ido renovando con diseños actuales, pero sin perder lo que les distingue como objetos artesanales.

Según expresa (Camacho, 2012) los tipos son:

- a) **Artesanía Indígena:** estas son la elaboración de productos rentables y decorativos que son producidos específicamente de materiales del medioambiente, conformadas por lo que expresa el material de la cultura satisfaciendo de esta forma necesidades sociales.
- b) **Artesanía tradicional popular:** están constituidas principalmente por la cultura y la identidad de la comunidad a la cual representan, son elaboradas con materiales que existen en la región en donde se producen.
- c) **Artesanías contemporáneas o neoartesanía:** poseen una característica en especial la cual es la innovación con respecto a la tecnología moderna, es decir, estos objetos son rentables y estéticos que se adaptan a todo tipo de ambiente y uso.

Los diferentes tipos de artesanías son rentables para sus productores, ya que expresan cultura, identidad e historia, no solo por lo que dan a conocer son preferidas por el mercado sino también por la importancia que le dan al medio ambiente con sus materiales y procesos de producción, cumpliendo las expectativas y requerimientos de los clientes.

1.3.4 Clasificación de la Artesanía

Como (Camacho, 2012) expresa en su artículo sobre *Las Artesanías* existen tres clasificaciones de las artesanías que a continuación se explicaran:

- a) **Artesanía artística:** estas son elaboradas para ser empleadas en productos estéticos con el fin de ser apreciadas por todo el mundo, por lo que son piezas únicas y son de colección.
- b) **Artesanía utilitaria:** estas están destinadas para producir objetos utilitarios con vajillas entre otros.
- c) **Artesanía artística utilitaria:** poseen cualidad artística y son utilizados como decoración.

Las artesanías pueden ser utilizadas según como la persona que la adquiere lo vea conveniente, por ello la clasificación de las artesanías depende de la línea de la cual proviene.

A continuación, se dará a conocer los diferentes materiales del cual proviene cada línea artesanal.

Cerámica	Ladrillero, Ceramista, Esmaltador
Madera	Dorador, Tallista, Torno
Fibras vegetales	Mimbre, Paja de Centeno
Mármol, piedra y vidrio	Cantero, Vidrio emplomado, Tallista de Cristal
Metal	Cobre, Hierro, Estaño

Textil	Telar, Telas pintadas, Bordado
Joyería	Orfebrería
Varios	Cerería, Flores secas, Perfumista, Relojero, Tapicero, Fundidor, Restauración, Grabador

Figura 3 Líneas Artesanales

Fuente: Globales Informática, “Tipos de Artesanías”, Segovia Universitaria (infosegovia.com)

Al observar las diferentes líneas artesanales de las cuales se pueden adquirir cualquier tipo de artesanía dependiendo del material que sea escogido para realizar cada producto se puede tener una idea de que existe una amplia gama de materiales que se los puede aprovechar en beneficio para la economía y el cuidado del ambiente.

1.3.5 Artesanías en fibra de cabuya

1.3.5.1 Cabuya

Como explica (Esparza A. , 2014) en su trabajo sobre la *Elaboración de Hilo y Artesanías de Fibra de Cabuya*

La cabuya es una planta que forma una gran roseta de hojas gruesas, terminan en una afinada punta con el margen de la hoja espinoso, esta planta de fibras vegetales es la más representativas de la América Tropical, que ofrece variedad de utilidades industriales y artesanales a mundo. De esta planta se puede extraer fibras largas, resistentes que contiene propiedades significativas para fabricar cordeles, empaques y textiles. La fibra proveniente de esta planta no solo sirve para lo anterior mencionado sino también se las emplea para la elaboración de productos característicos del lugar que provengan, este material es biodegradable que al momento de descomponerse se lo utiliza para alimento de animales y abono, al producir cualquier producto no contamina al agua ya que su proceso es totalmente natural, al optar por la utilización de esta fibra se está siendo acreedor a las ventajas que el material ofrece las cuales son ambientales, económicos y calidad.

1.3.5.2 Proceso para la obtención de la fibra

El proceso para obtener la materia prima de las artesanías o cualquier producto a elaborarse con esta fibra se debe seguir procedimientos que han sido establecidos por personas que han venido trabajando y sacando beneficio de la planta.

Según describe (Esparza A. , 2014) en su trabajo *Elaboración de Hilo y Artesanías de Fibra de Cabuya* el proceso para la obtención de la fibra de cabuya son los siguientes:

- a) Cortar las pencas u hojas de la planta
- b) Extracción de la fibra
- c) Lavado y secado de la fibra
- d) Tinturado
- e) Peinado de la fibra
- f) Hilado
- g) Elaboración de las artesanías

1.3.5.3 Artesanías de cabuya

La variedad de productos o artesanías que se pueden obtener de este material no tiene un límite por decirlo de alguna forma, ya que esta fibra es manejable y permite ser utilizada en lo que los artesanos deseen elaborar pensando en satisfacer a sus clientes o consumidores.

Entre los cuales se pueden mencionar:

- a) Tapetes
- b) Cojines

- c)** Bolsos
- d)** Zapatos
- e)** Cortinas
- f)** Camisetas bordadas con este material
- g)** Sombreros
- h)** Bisutería
- i)** Decoración para el hogar
- j)** Implementos para la cocina

Al conocer la amplia diversidad de objetos que se pueden producir tan solo utilizando esta fibra los artesanos ven una gran oportunidad de negocio para obtener ingresos, es por ello que este material ha llamado la atención de propios y extraños del lugar de origen de las artesanías teniendo un acogimiento considerable ya que permite ayudar con el cuidado del medio ambiente.

CAPÍTULO II

MATERIALES Y MÉTODOS

2.1 ANTECEDENTES

Ecuador es un país que por su ubicación geográfica cuenta con una biodiversidad única y amplia de la cual se puede obtener beneficios si se la utiliza de manera adecuada, los recursos naturales que posee el estado ecuatoriano han sido vistos por los habitantes de los lugares mayormente favorecidos con este tipo de vegetación como una oportunidad de trabajo, de este modo se puede mejorar los ingresos para las familias ecuatorianas así también beneficiando a la economía del país.

La Parroquia Plaza Gutiérrez, zona de Intag ubicada en el cantón Cotacachi de la Provincia de Imbabura, es uno de los lugares que cuenta con este tipo de riquezas naturales en la cual han notado las mujeres de esta zona una oportunidad de negocio y trabajo creando una asociación que utiliza la fibra de la cabuya planta que se encuentra en el sitio para la creación de artesanías de distintas variedades. La asociación cuenta con 20 años de fundación y con 27 mujeres miembros, el nombre establecido por ellas para este proyecto es “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente”

La asociación durante el tiempo de fundación no ha llegado a conseguir mercados fijos a los que se pueda dirigir, por ello dedican medio tiempo a la actividad puesto que no ven un beneficio significativo, desde hace unos años la asociación ha pensado en ingresar al mercado internacional, pero no cuentan con el conocimiento y recursos necesarios para poner en marcha el ideal al cual quieren llegar, es por esto que la elaboración del proyecto es impórtate para la asociación, para poder conocer y determinar los distintos requerimientos que se necesita y de esta manera poder incrementar los ingresos y a su vez darse a conocer a nivel mundial.

2.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

2.2.1 Objetivo General

Identificar la situación actual en la que se encuentra la “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente”, en lo que respecta a la producción, comercialización y publicidad de las artesanías de cabuya.

2.2.2 Objetivos Específicos

- a) Investigar los procesos de producción para la elaboración de artesanías a base de fibra de cabuya y mejorar la calidad de los bienes fabricados por la “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente”
- b) Determinar la capacidad de producción con la que cuenta la asociación y así establecer la oferta para el mercado local e internacional.
- c) Establecer estrategias de promoción y publicidad para la comercialización y aceptación de las artesanías elaboradas por las mujeres que conforman la “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente”

2.3 VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO

2.3.1 Procesos de producción

2.3.2 Capacidad de producción

2.3.3 Promoción y publicidad

2.4 INDICADORES

2.4.1 Procesos de producción

- a) Producción
- b) Materia Prima

- c) Insumos
- d) Recursos humanos
- e) Maquinaria o herramientas

2.4.2 Capacidad de producción

- a) Producción semanal
- b) Competencia
- c) Demanda
- d) Mano de obra
- e) Materia prima

2.4.3 Promoción y publicidad

- a) Ferias
- b) Muestras
- c) Página web
- d) Redes sociales

2.5 MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS DIAGNÓSTICO	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Investigar los procesos de producción para la elaboración de artesanías a base de fibra de cabuya y mejorar la calidad de los bienes fabricados por la “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente”	Procesos de producción	Producción	Encuesta	Artesanas
		Materia Prima	Encuesta	Artesanas
		Insumos	Encuesta	Artesanas
		Recursos humanos	Encuesta	Artesanas
		Maquinaria o herramientas	Encuesta	Artesanas
Determinar la capacidad de producción con la que cuenta la asociación y así establecer la oferta para el mercado local e internacional	Capacidad de producción	Producción semanal	Encuesta	Artesanas
		Competencia	Entrevista	Presidenta asociación
		Demanda	Encuesta	Artesanas
		Mano de obra	Entrevista	Presidenta asociación
		Materia prima	Encuesta	Artesanas
Establecer estrategias de promoción y publicidad para la comercialización y aceptación de las artesanías elaboradas por las mujeres que conforman la “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente”	Promoción y publicidad	Ferias	Entrevista	Presidenta asociación
		Muestras	Entrevista	Presidenta asociación
		Página web	Entrevista	Presidenta asociación
		Redes sociales	Entrevista	Presidenta asociación

Elaborado por: Silvana Ponce

2.6 MÉCANICA OPERATIVA

2.6.1 Población o Universo

En el presente proyecto se determinará un universo.

a) Universo 1

El enfoque del proyecto va dirigido a la “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente” según información otorgada por la Sra. Presidenta de la misma, esta se encuentra conformada por 28 mujeres de la parroquia Plaza Gutiérrez, zona de Intag- Provincia de Imbabura, las mujeres miembros de la asociación son las encargadas de la elaboración de las artesanías a base de fibra de cabuya, estos productos son fabricados con materia prima del sector y herramientas manuales haciendo del producto atractivo, buscando con esto la aceptación de clientes nacionales como internacionales.

2.6.2 Determinación de la muestra

El número de mujeres pertenecientes a la asociación es inferior a 40 lo cual revela que no es necesaria la determinación de una muestra, por lo que se aplicará la encuesta a todo el universo.

2.6.3 Información primaria

La información que se conseguirá para el proyecto será por medio de encuestas, entrevistas y observaciones del manejo de la asociación y sus productos. Con la información adquirida se tomará decisiones y guiará a la asociación para poder ingresar al mercado nacional y extranjero.

2.6.3.1 Encuestas

La aplicación de las encuestas se realizó el día 4 de julio de 2018 a las 28 señoras pertenecientes a la asociación con el fin de recaudar información importante y relevante sobre el trabajo que efectúan en la elaboración, comercialización y oferta de las artesanías con la que pueden cubrir la demanda del mercado tomando en cuenta su problemática.

2.6.3.2 Entrevistas

La entrevista a la Sra. Cecilia Morales presidenta de la asociación no se la realizó por motivo de ausencia en la reunión realizada el día 4 de julio, es por ello que se efectuó con la Sra. Marlene Almeida vicepresidenta de la misma, con la entrevista realizada se pudieron conocer datos que se desconocían sobre la producción, adquisición de materia prima, apoyo de organismo o entidades y ciertos aspectos que más adelante se describirán, con esta información adquirida se podrá mejorar en falencias y poder convertirlas en algo positivo.

2.6.3.3 Observación

Con las visitas que se realizaron a la asociación para conocer el manejo y funcionamiento de la misma se obtuvo datos que ayudarán a realizar un análisis y mejoramiento de los procedimientos de producción que serán observados y evaluados, con el fin de favorecer y sacar adelante al grupo de trabajo.

2.6.4 Información Secundaria

Esta información se obtuvo de tesis, artículos científicos, revistas, libros o artículos que explican diferentes trabajos o investigaciones que faciliten información para la elaboración del presente proyecto y de igual manera poder ayudar y guiarse en la investigación.

2.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

2.7.1 Encuesta aplicada a las Artesanas de la Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente fabricantes de artesanías a base de fibra de cabuya

P1. ¿Considera usted que los procesos de producción que maneja es el adecuado para la confección de las artesanías?

Tabla 1 Procesos de producción adecuado

Procesos de producción son adecuados	Nº Respuestas	%
Si	28	100%
No	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

De acuerdo a cada artesana los procesos de producción que manejan en la elaboración de las artesanías si es el adecuado, según así lo consideran las 28 señoras dando como resultado 100% positivo a su respuesta, esto quiere decir que están seguras de los procesos que realizan dando a notar que cada método de elaboración lo llevan a cabo con el mayor cuidado reflejando de esta manera el conocimiento y la destreza de cada una al momento de fabricar cada artesanía.

P2. ¿Cuál es el proceso de producción que considera con más dificultad de realizarlo?

Tabla 2 Proceso de producción con más dificultad

Proceso de producción con más dificultad para realizarlo	N° Respuestas	%
Cortar las pencas u hojas de la planta	17	61%
Extracción de la fibra	6	21%
Lavado y secado de la fibra		
Tinturado	3	11%
peinado de la fibra		
hilado	2	7%
Elaboración de las artesanías		
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

Como se explicó anteriormente la cabuya es una planta difícil de manejar por las espigas que posee, es por ello que el 61% de las mujeres artesanas consideran que el cortar las hojas de la planta es el proceso de producción con más dificultad para realizarlo por su contextura, seguido del 21%, 11% y 7% los cuales pertenecen a la extracción de la fibra, tinturado e hilado respectivamente que son calificados como otros de los procesos de producción difícil de realizarlos.

P3. ¿La materia prima con la que elaboran las artesanías la adquieren por medio de:

Tabla 3 Adquisición de la materia prima

Adquisición de la materia prima	N° Respuestas	%
Proveedores	18	64%
Recursos propios	9	32%
La asociación cuenta con la materia prima	1	4%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

La materia prima es un elemento de suma importancia para todo tipo empresa productora, en el caso de la asociación el 64% de artesanas la adquieren por medio de proveedores que se encuentran en la zona siendo esta una desventaja para las señoras ya que deben invertir en el material, el 32% de las mujeres la adquiere por medio de sus recursos propios y el 4% es decir una sola artesana cuenta con la materia prima, no invierte en el material.

P4. ¿Cree usted que la materia prima es la necesaria para abastecer pedidos de gran magnitud, en diferentes periodos del año?

Tabla 4 Materia prima necesaria para pedidos de gran magnitud

La materia prima abastece pedidos de gran magnitud	N° Respuestas	%
Si	26	93%
No	2	7%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

Cada miembro de la asociación es responsable de adquirir su propio material para trabajar, es por ello que cada una considera que, si cuenta con la materia prima necesaria para abastecer pedidos de gran dimensión, esto según el 93% de respuestas positivas que se ven reflejadas en la tabla 4, y el 7% restante cree que la materia prima no es suficiente para aprovisionar pedidos grandes.

P5. ¿Cuál es la producción semanal de cada tipo de artesanía de cabuya que elabora usted?

Tabla 5 Producción semanal

Producción semanal	Cantidad semanal por artesanía(sumatoria de cada artesana)	%
Carteras	30	8,72%
Camisetas Bordadas	6	1,74%
Tapetes	29	8,43%
Botelleros	29	8,43%
Billeteras	10	2,91%
Bolsos	14	4,06%
Sombreros	36	10,50%
Llaveros	110	32%
Individuales	53	15,40%
Adornos para el hogar	17	4,90%
Implementos para cocina	10	2,91%
TOTAL POR SEMANA	344	100,00%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

Según la encuesta realizada se pudo conocer la cantidad producida semanalmente de cada artesanía que elaboran, esto muestra cuál es el producto con mayor y menor producción, con esto se puede establecer que los llaveros son los que más se comercializan, ya que elaboran a la semana 110 unidades y las camisetas bordadas son las que tienen menor salida por lo que únicamente realizan 6 semanales.

P6. Su tiempo de dedicación a ésta actividad lo realiza a:

Tabla 6 Tiempo de dedicación a la elaboración de artesanías

Tiempo de dedicación a la fabricación de artesanías	Nº Respuestas	%
Tiempo completo	0	0%
Medio tiempo	19	68%
Tiempo parcial	9	32%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

La asociación no es el único trabajo de las artesanas por motivo de poca aceptación por parte del consumidor, es por ello que ninguna de ellas se dedica a tiempo completo a esta actividad, las mujeres que se dedican a medio tiempo a este trabajo es únicamente el 68% y el 32% restante lo realizan a tiempo parcial, mostrando de esta manera la falta de aceptación hacia el producto por el mercado nacional, haciendo de este trabajo una alternativa de bajo alcance para la economía del hogar de cada artesana.

P7. ¿En qué tiempo adquirió los conocimientos necesarios para alcanzar la experiencia con la que cuenta hoy en día?

Tabla 7 Tiempo adquisición de conocimientos

Tiempo adquisición de conocimientos	Nº Respuestas	%
4 meses	26	93%
8 meses		
12 meses		
otros	2	7%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

La mayoría de miembros de la asociación adquirieron los conocimientos necesarios para contar con la experiencia que hoy en día tienen, a los 4 meses de haber ingresado a este grupo dando como resultado el 93%, pero algunas de las mujeres expresan que cada vez que realizan las artesanías siguen adquiriendo y mejorando su experiencia al elaborar el producto, y el 7% de diferencia adquirió sus conocimientos desde la niñez ya que sus padres les inculcaron esta manera de trabajo.

P8. ¿Considera que la experiencia con la que cuenta ayuda a incrementar los pedidos de las artesanías?

Tabla 8 La experiencia ayuda al incremento de pedidos

La experiencia ayuda a incrementar pedidos	Nº Respuestas	%
Sí, incrementan los pedidos	20	71%
No, no influye la experiencia	8	29%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

En su mayoría con el 71% de respuestas positivas consideran que la experiencia si ayuda al incremento de pedidos, ya que esto les ayuda a realizar un trabajo bien realizado, de calidad y buena presencia, por otro lado, el 29% de artesanas dan a conocer que no influye en nada la experiencia para aumentar la cantidad de pedidos.

P9. ¿Cree usted que la maquinaria o herramientas que utiliza en el proceso de producción es el adecuado para la elaboración de las artesanías, o considera que necesitan del equipo apropiado?

Tabla 9 Maquinaria y herramientas adecuadas para la elaboración

La maquinaria es la adecuada para el proceso de elaboración	N° Respuestas	%
Sí, es el adecuado	24	86%
No, se necesita de equipo apropiado	4	14%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

La maquinaria y herramientas que utilizan para la producción de las artesanías son consideradas como las adecuadas para el 86% de artesanas, esto refleja que se sienten cómodas con las herramientas que poseen, mientras que el 14% expresan que no es adecuada la maquinaria que utilizan exponiendo de esta forma la necesidad de contar con el equipo adecuado para elaborar las artesanías.

P10. ¿Considera usted que puede aumentar su producción, en caso de aumentar la demanda?

Tabla 10 Aumento de producción por aumento de la demanda

Aumento de la producción en caso de aumentar la demanda	N° Respuestas	%
Si	28	100%
No	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

Precedentemente se expresó que la actividad no la realizan a tiempo completo, por ello si la demanda aumentara la producción obviamente aumentaría ya que se dedicarían únicamente a esta actividad si fuera necesario, de esto están conscientes las artesanas y esto se refleja en el 100% de respuestas positivas.

P11. ¿Cree usted que la venta de las artesanías contribuye de manera significativa a la economía familiar?

Tabla 11 Contribución a la economía familiar

La venta de artesanías favorece a la economía familiar	N° Respuestas	%
Si	28	100%
No	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta Julio 2018

Elaborado por: Silvana Ponce

Análisis

A pesar de que las artesanas no produzcan semanalmente una cantidad grande, todas consideran que, si contribuye de manera ventajosa la venta de las artesanías para la economía familiar, esto se expresa en la respuesta positiva ante esta pregunta.

2.7.2 Entrevista dirigida a la señora Presidenta Cecilia Morales de la Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente

**Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra**

Entrevista dirigida a la Sra. Cecilia Morales presidenta de la Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente de la Parroquia Plaza Gutiérrez, Zona De Intag- Provincia De Imbabura

Objetivo: la entrevista se realizó a la presidenta de la asociación con el propósito de obtener el conocimiento necesario en diferentes aspectos que se desconocen acerca de la misma, de esta manera poder aportar con ideas en la toma de decisiones que sean beneficiosas para la asociación y sus miembros.

Fecha:

Me comprometo a tratar la información que usted me proporcione con la mayor discreción, siendo únicamente utilizada para fines académicos.

1. ¿La asociación cuenta con la materia prima y el personal suficiente para la fabricación de las artesanías?

La asociación si cuenta con la materia prima y el personal necesario para cubrir los diferentes tipos de pedidos que se lleguen a presentar en el futuro sean grandes o pequeños.

2. ¿Cuál es la Producción semanal que la asociación puede llegar a elaborar?

Si la asociación se dedica todos los días a este trabajo realizarían 344 artesanías en sus diferentes presentaciones a la semana, pero la realidad es otra a la semana se realizan 5 docenas de productos es decir 60 artículos por motivo que se dedican medio tiempo a la elaboración de las artesanías

3. ¿Cuáles son las artesanías que tienen mayor aceptación por parte de los clientes?

Todas las artesanías son solicitadas por los clientes, pero las que mayor salida tienen son los bolsos, los sombreros y los individuales.

4. ¿Cree que la calidad de las artesanías es la adecuada para su comercialización a nivel nacional o internacional? ¿considera que la debe mejorar?

Lo realizan de la mejor manera posible y en el mercado nacional no han contado con exigencias a excepción por parte del pedido que lo envían a Japón una vez al año, este cliente pide con colores exactos y medidas exactas.

5. Considera que la asociación es afectada de manera significativa por la competencia. ¿porqué?

A nivel provincial cuentan con competencia por parte de señoras de otra asociación llamada La Flora del Choco conformada por alrededor de 14 personas ubicada en de la misma parroquia.

6. ¿Cuenta la asociación con el apoyo de algún tipo de entidad u organismo para dar a conocer la asociación y sus artesanías?

No cuentan con el apoyo de ningún tipo de organismo o entidad para dar a conocer el producto, el único apoyo es por parte de una socia de la asociación, Sandra es una mujer extranjera quien formo la asociación hace 26 años, fue iniciativa de ella, les ayuda a promocionarse.

7. ¿Han visitado ferias para promocionar y darse a conocer con las artesanías que elaboran, si no lo han hecho se tiene como opción realizarlo?

Si se ha participado en ferias de Atuntaqui, Cotacachi, y Quito las cuales les han ayudado a conseguir nueva clientela.

8. ¿Han enviado muestras a distintos lugares del país o fuera del mismo? ¿Si no lo han realizado es porque consideran un riesgo al ser copiado el producto o no han tomado en cuenta esta opción?

Si han realizado envíos de muestras a España, Japón, Estados Unidos y Alemania, obtuvieron de esta forma un pedido grande por parte de España de zapatos, pero lo realizaron una sola vez ya que el comprador no las contacto más.

9. ¿La asociación ha tenido en mente darse a conocer por páginas web o en redes sociales sí o no? ¿por qué?

Si se han dado a conocer por páginas web, la cual fue creada por la socia Sra. Sandra sin tener resultados positivos, es por ello que han tomado en cuenta la posibilidad de promocionarse por medio de las redes sociales, porque han escuchado sobre el gran impacto que tiene la publicidad por estos medios.

2.8 MATRIZ FODA

Como resultado del análisis de la información obtenida y tomando como referencia los indicadores investigados se estructura la siguiente matriz (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Tabla 12 Matriz FODA

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
F1	Conservación de costumbres ecuatorianas y el medio ambiente.	O1	Tendencia de consumo de artesanías por países de economías desarrolladas.
F2	Amplia variedad de productos para ofrecer al consumidor.	O2	Materia prima necesaria disponible en la zona.
F3	Experiencia en la elaboración de las artesanías.	O3	Preferencias de productos artesanales provenientes de países latinoamericanos.
F4	Equipamiento adecuado para el proceso de producción.	O4	Contribución al desarrollo económico y preservación del patrimonio cultural.
F5	Personal necesario para la elaboración de artesanías	O5	Beneficio al cambio de la matriz productiva.
F6	Disponibilidad de producción en cualquier temporada.	O6	Variación de artesanías de acuerdo al consumidor.
DEBILIDADES		AMENAZAS	
D1	Dedicación de tiempo mínima a la actividad.	A1	Competencia dentro de la misma parroquia.
D2	Estandarización de acuerdo a pedidos por clientes.	A2	Ausencia de apoyo por parte de organismos públicos y privados.
D3	Escasa disponibilidad de materia prima propia.	A3	Compra de materia prima a altos precios.
D4	Desconocimiento de los trámites y procesos para la exportación.	A4	Existencia de productos sustitutos a menor precio.

Elaborado por: Silvana Ponce

2.9 CRUCE ESTRATÉGICO FA, FO, DO, DA

Tabla 13 Cruce estratégico FA, FO, DO, DA

Estrategias FA F1 A2	Estrategias FO F1 O3
Búsqueda de apoyo por parte del gobierno o instituciones para poder promocionar la cultura e impulsar el consumo de productos elaborados con materiales amigables con el ambiente.	Promover al consumo de artesanías dando a conocer sus costumbres y materiales de los cuales están elaborados, por medio de ferias internacionales, fomentando las tradiciones de los diferentes rincones del país.
F2 A4 Ampliar la cartera de artesanías según preferencias y gustos de acuerdo a la segmentación de mercados objetivos ofreciéndolo a precios asequibles para todo consumidor.	F1 O4 y O5 Incentivos por parte de entes gubernamentales con el fin de ayudar al estudio de nuevos mercados metas para las artesanías, ayudando de manera positiva a la matriz productiva del país y a su misma vez al desarrollo económico del mismo, fomento al crecimiento productivo de las asociaciones dedicadas a esta actividad.
F4 A1 La maquinaria y herramientas con las que cuenta la asociación ayuda realizar las artesanías con acabados más elaborados diferenciándose de la competencia.	F6 O2 y O6 Mejoramiento del proceso de fabricación para incrementar la producción con facilidad de acuerdo a los diferentes pedidos en distintas temporadas del año, renovando la diversidad y diseños de artesanías de manera que se puedan aprovechar las distintas características de la materia prima que se encuentra en la zona.
F6 A3 Incremento en la producción de la planta de cabuya para abastecerse del material necesario y aumentar la producción, sin necesidad de compra a otros proveedores a altos precios.	
Estrategias DO	Estrategias DA

D2 O6	D1 A1
Desarrollar más gamas de productos en diferentes clasificaciones (tallas, colores, diseños, tamaños, etc.) dependiendo el nicho de mercado al cual se dirigen las artesanías, de esta manera satisfacer al cliente en cuento a sus necesidades y preferencias.	Aumentar el tiempo de dedicación a la actividad de elaboración de artesanías, incrementando de esta manera la producción, brindando mayor oferta al cliente cubriendo así la demanda que tiene la competencia.
D4 O4	D3 A3
Capacitar a la asociación sobre los procesos de exportación mediante charlas y cursos, para que puedan exportar su producto a consumidores extranjeros, buscando de esta forma aumentar ingresos a sus productores y a la economía del país, fomentando así la cultura del país.	Contar con sembradíos propios de la penca planta de la cual proviene la fibra, disminuyendo de este modo la adquisición de materia prima a precios altos.
	D4 A2
	Informarse sobre los entes gubernamentales que les pueden brindar ayuda y capacitaciones en cuenta a tramites y procesos de exportación, para fomentar las exportaciones de productos artesanales y amigables con el medio ambiente, entre los cuales se puede mencionar al Ministerio de Industrias y Productividad mediante a ley del fomento artesanal, otra opción es JNDA (Junta de Defensa del Artesano) la cual brinda capacitación a artesanos como las de la asociación.

Elaborado por: Silvana Ponce

2.10 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Luego de haber realizado la recopilación de información necesaria para el presente proyecto de investigación a través de distintas técnicas de investigación científica y el respectivo análisis de esta información recaudada, se diagnostica que existe problemas en lo que respecta al desconocimiento de los tramites y procesos de exportación para las artesanías que elabora la asociación, al no conocer estos procesos únicamente comercializan sus productos a nivel nacional sin tener la acogida que han deseado, es por ello que dedican un tiempo mínimo a esta actividad siendo también un problema ya que están dejando libre el mercado para la competencia que se encuentra dentro de la misma zona.

La asociación debe adquirir la materia prima a altos precios a proveedores del mismo sector, siendo esta una condición desfavorable para la misma al no contar con los recursos necesarios para aumentar su producción y mejorar la estandarización que los clientes solicitan haciendo que busquen otras opciones en el mercado artesanal, otro de los factores que influyen en la problemática es la ausencia de apoyo por parte de organismos públicos y privados, dando a la asociación una desventaja ante los productos sustitutos a menor precio que existen actualmente en el mercado.

Ante todo, lo mencionado anteriormente se puede deducir que la asociación necesita apoyo por parte del gobierno u organismos privados, en las distintas aéreas en las que existen falencias, para contar con el conocimiento necesario y poder incursionar en el mercado internacional ya que es una visión que la asociación ha venido siguiendo desde hace mucho tiempo sin tener resultados, por ello es necesario realizar una inteligencia de mercados para la exportación de estas artesanías, de esta forma la asociación podrá guiarse y tener el conocimiento que requieren para comercializar su producto a clientes extranjeros.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 MODELO DE INVESTIGACIÓN BASADO EN LA INTELIGENCIA COMERCIAL ADECUADO A LA ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE DE LA PARROQUIA PLAZA GUTIÉRREZ, ZONA DE INTAG- PROVINCIA DE IMBABURA

3.1.1 Evolución de Exportaciones

Tabla 14 Evolución de las exportaciones de artesanías de cabuya de Ecuador

MUNDO	2013		2014		2015		2016		2017	
	Cant. Exporta da/Ton	Valor Expo rtado	Cant. Exporta da/Ton	Valor Expo rtado	Cant. Exporta da/Ton	Valor Expo rtado	Cant. Exporta da/Ton	Valor Expo rtado	Cant. Exporta da/Ton	Valor Expo rtado
	1	71	2.6	142	2.3	211	4	526	4	467

Fuente: Trade Map

Unidad: Físicas y Monetarias (miles de dólares)

Elaborado por: Silvana Ponce

Las exportaciones que Ecuador ha realizado de artesanías elaboradas a base de fibra de cabuya no han sido de gran magnitud, siendo mínimo el ingreso para el país, a pesar de esto en los últimos años ha ido aumentando la venta de este tipo de productos, ayudando de esta manera a los artesanos que los fabrican y en cierta forma a la economía del país, con estos datos se llega a observar que las artesanías han obtenido una acogida importante en mercados internacionales, debido a las distintas formas de publicidad que han aplicado, es decir departiendo el conocimiento sobre los materiales con las que se las confecciona, la cultura que representa, su significado, la calidad y estética es algo muy importante que el cliente ha sabido valorar esperando de esta manera incrementar la exportación de las artesanías a más países.

3.1.2 Principales Mercados

3.1.2.1 Destino de Exportación

Tabla 15 Principales países importadores de artesanías en cabuya de Ecuador

Nº	IMPORTADORES	Valor Exportado 2013	Valor Exportado 2014	Valor Exportado 2015	Valor Exportado 2016	Valor Exportado 2017
1	Estados Unidos de América	5	6	74	157	150
2	Reino Unido	1	18	74	112	112
3	Japón	61	109	13	82	73
4	República de Corea	1	0	0	14	35
5	Italia	0	0	3	32	23
6	Francia	0	2	5	11	9
7	Grecia	0	0	0	3	8
8	Turquía	0	0	0	23	8
9	España	0	0	3	14	7
10	Alemania	2	0	0	9	6

Fuente: Trade Map

Unidad: Monetaria (miles de dólares)

Elaborado por: Silvana Ponce

Ecuador cuenta con la aceptación de este tipo de artesanías en distintos países de América del Norte, Europa y Asia, según se da a conocer en la tabla 2, los años con mayor valor exportado, son el año 2016 y 2017 liderando como país importador Estados Unidos seguido de Reino Unido y Japón, siendo estos los principales destinos de los artesanos ecuatorianos, según estadísticas que facilita Trade Map, esta indagación proporciona datos de gran valor para los artesanos que utilizan este tipo de material en la elaboración de estos llamativos productos.

3.1.2.2 Importaciones Mundiales

Tabla 16 Importaciones Mundiales

	2013		2014		2015		2016		2017	
	Cant. Importada/Ton	Valor Importado	Cant. Importada/Ton	Valor Importado	Cant. Importada/Ton	Valor Importado	Cant. Importada/Ton	Valor Importado	Cant. Importada/Ton	Valor Importado
MUNDO	128.915	711.655	131.695	731.763	129.323	703.210	87.169	677.998	82.231	700.541

Fuente: Trade Map

Unidad: Físicas y Monetarias (miles de dólares)

Elaborado por: Silvana Ponce

A nivel del mundo las importaciones de las artesanías de este material han ido obteniendo acogimiento en muchos países europeos, asiáticos y americanos, es por ello que se puede observar en la tabla como en los últimos años la cantidad importada ha aumentado como es

el caso del año 2014 siendo este el año con mayor cantidad importada, pero en los siguientes años fue disminuyendo, aun así, el valor exportado se ha mantenido lo que muestra que el valor va ascendiendo, siendo un claro ejemplo que se está valorizando el trabajo y esfuerzo de los artesanos que elaboran los bienes.

3.1.2.3 Países Importadores del Mundo

Tabla 17 Principales Países Importadores del Mundo

N°	Importadores	Valor Imp. 2013	Valor Imp. 2014	Valor Imp. 2015	Valor Imp. 2016	Valor Imp. 2017
1	Estados Unidos de América	225.076	225.452	239.448	228.392	235.823
2	Japón	77.831	74.609	64.943	61.656	63.770
3	Alemania	69.566	73.532	70.726	63.028	54.955
4	Reino Unido	36.251	41.213	43.660	40.676	38.391
5	Países Bajos	33.420	39.531	30.738	31.557	37.557
6	Francia	34.276	34.552	29.372	31.339	36.333
7	España	19.368	23.058	23.252	23.372	24.312
8	Italia	22.360	26.185	25.044	23.438	21.189
9	Polonia	12.867	14.417	12.455	13.992	14.077
10	Australia	11.374	12.441	13.268	11.600	12.800

Fuente: Trade Map

Unidad: Monetaria (miles de dólares)

Elaborado por: Silvana Ponce

Los principales compradores de las artesanías de este material son países en su mayoría desarrollados, en general estos países realizan las importaciones de estos productos para modificarlos en pequeñas cosas dándoles cierto valor agregado y para luego exportarlos como suyos. Usualmente los países que exportan a estos países desarrollados son naciones menos desarrolladas, aprovechando de esta manera el precio con el que se los puede adquirir, desfavoreciendo económicamente a sus artesanos.

3.1.3 Principales competidores

Tabla 18 Principales Competidores a Nivel Mundial

Nº	Exportadores	Valor Exportado 2013	Valor Exportado 2014	Valor Exportado 2015	Valor Exportado 2016	Valor Exportado 2017
1	China	693.711	683.883	723.363	683.466	694.470
2	Viet Nam	59.020	66.198	67.820	73.281	103.933
3	Países Bajos	19.963	22.670	24.987	22.316	28.568
4	Alemania	18.413	20.230	19.467	20.152	18.918
5	Polonia	16.493	16.993	15.105	15.042	16.199
6	Indonesia	13.390	16.010	13.080	11.455	9.594
7	Bangladesh	77		137	6.438	9.328
8	España	5.854	6.470	3.538	4.644	7.338
9	India	1.549	2.480	4.414	7.255	7.242
10	Bélgica	9.827	7.619	6.645	6.494	7.173

Fuente: Trade Map

Unidad: Monetaria (miles de dólares)

Elaborado por: Silvana Ponce

Ecuador no es el único país que se dedica a la elaboración y comercialización de artesanías de este tipo como en la tabla nos muestra, los países que lideran las exportaciones de estos productos a nivel global son países europeos y asiáticos, los mismos que en su mayoría realizan importaciones de otros países, esto quiere decir que los artesanos ecuatorianos tienen competencia de gran magnitud, uno de los motivos por lo que Ecuador no es un país que se encuentre entre los principales puede ser que sus artesanos no cuenten con el apoyo que necesitan de entidades gubernamentales para dar a conocer sus artesanías fuera del país o con procedimientos de exportación que sean de fácil entendimiento y realización para que los productores puedan vender fuera del país.

3.1.3.1 Exportaciones Mundiales

Tabla 19 Exportaciones a Nivel Mundial

MUDNO	2013		2014		2015		2016		2017	
	Cant. Exportada/Ton	Valor Exportado	Cant. Exportada/Ton	Valor Exportado	Cant. Exportada/Ton	Valor Exportado	Cant. Exportada/Ton	Valor Exportado	Cant. Exportada/Ton	Valor Exportado
	150918	901.280	133726	914.356	133942	946.751	125596	921.668	120420	985.841

Fuente: Trade Map

Unidad: Físicas y Monetarias (miles de dólares)

Elaborado por: Silvana Ponce

Las exportaciones que se han realizado de artesanías a nivel mundial en los últimos 5 años han tenido variaciones como en la tabla lo podemos notar en el año 2013 la cantidad exportada es mayor a el valor exportado a diferencia del año 2017 en el observamos que se ha exportado menor cantidad pero con el máximo valor exportado dentro de los últimos años, es una clara muestra de que el valor de las artesanías ha tenido un incremento lo que es algo favorable para cada uno los artesanos que se dedican a este tipo de trabajo.

3.1.3.2 Países Exportadores

Tabla 20 Mercados Exportadores de artesanías de cabuya

N°	Exportadores	Cantidad Exportada Ton. 2013	Cantidad Exportada Ton. 2014	Cantidad Exportada Ton. 2015	Cantidad Exportada Ton. 2016	Cantidad Exportada Ton. 2017
1	China	91.151	88.139	83.981	82.224	83.344
2	Australia	23.889	8.990	9.971	2.499	6.613
3	Polonia	5.789	5.695	6.183	5.060	5.396
4	Países Bajos	2.243	2.523	3.744	3.450	4.373
5	Filipinas	0	0	0	0	4.158
6	India	559	711	1.198	2.145	3.124
7	Alemania	2.094	2.363	2.505	2.398	2.448
8	Belarús	1.066	1.108	1.693	2.226	2.050
9	Indonesia	2.952	2.957	2.528	2.181	1.591
10	Lituania	742	1.106	1.160	1.511	1.451

Fuente: Trade Map

Unidad: Toneladas

Elaborado por: Silvana Ponce

Los principales mercados exportadores de artesanías a base de cabuya se encuentran constituidos por China con mayor participación en las exportaciones a nivel mundial, siendo el principal competidor para los artesanos ecuatorianos debido a su alta producción de este producto, seguido por Australia y Polonia.

3.2 SELECCIÓN DE POTENCIALES MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN

3.2.1 Estados Unidos de América



a) Factores socioeconómicos



Tabla 21 Factores socioeconómicos Estados Unidos de América

Capital	Washington, DC
Población	326,625,791 (est. de julio de 2017)
Crecimiento poblacional	0.81% (2017 est.)
PIB	\$ 19.36 billones (2017 est.)
Tasa de crecimiento PIB	2,2% (2017 est.)
PIB - per cápita (PPA):	\$ 59,500 (2017 est.)
PIB (composición por sector de origen)	agricultura: 0.9% industria: 18.9% servicios: 80.2% (2017 est.)
Moneda oficial	Dólar
Tipo de Cambio	Libras esterlinas por dólar estadounidense: 0.7836 (2017 est.) Dólares canadienses por dólar estadounidense: 1, 1.308 (2017 est.) euros por dólar estadounidense: 0,885 (2017 est.) Yenes japoneses por dólar estadounidense: 111,10 (2017 est.)
Idioma oficial	Ingles
Desempleo	10.4% (2016 est.)
Tasa de inflación anual	2.1% (2017 est.)

Fuente: Central Intelligence Agency

Elaborado por: Silvana Ponce

a) Factores políticos

A partir del 1 de enero de 1995 Estados Unidos de América es miembro de la Organización Mundial del Comercio y a su vez también es miembro del GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio) desde el 1 de enero del año 1948, igualmente fue suscrito en CAFTA el 5 de agosto del 2004, asimismo cuenta con acuerdos de libre comercio con algunos países entre los cuales podemos mencionar; Corea, Panamá, Perú, Australia, Marruecos, Chile, Singapur, Colombia entre otros.

b) Factores legales

Estados Unidos es uno de los países más grandes y con mayor influencia económica y comercial a nivel mundial es por ello que al ser parte de acuerdos multilaterales con la OMC y acuerdos de libre comercio con varios países beneficia al país de preferencias arancelarias y de igual manera brindarlas.

El 23 de marzo del presente año Estados Unidos decretó la renovación del sistema de preferencias (SGP) para las exportaciones ecuatorianas, que se encontrara vigente por 3 años hasta diciembre del 2020.

c) Factores geográficos

Estados Unidos de América es el tercer país más grande del mundo por tamaño después de Rusia y Canadá y por población después de China e India, limita con el Océano Atlántico Norte y el Océano Pacífico Norte, entre Canadá y México. se encuentra a 8.893km vía terrestre con Canadá incluyendo 2.477km con Alaska, por otro lado, se encuentra a 3.155km por vía terrestre con México.

Cuenta con puertos de carga los principales se encuentran en Baton Rouge, Corpus Christi, Hampton Roads, Houston y los puertos de contenedores se encuentran en Hampton Roads (2,549,000), Houston (2,131,000), Long Beach (7,192,000), Los Ángeles (8,160,000).

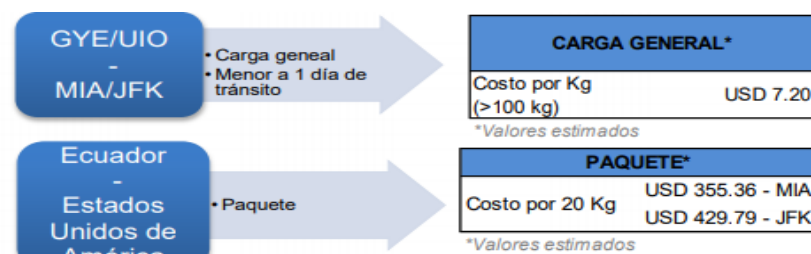
Tabla 22 Costo flete marítimo a Estados Unidos (exportación)

COSTOS CONTENEDOR FCL*	
Contenedor 20' seco	USD 800
Contenedor 40' seco	USD 1,000
Contenedor 40' refrigerado	USD 2,000

**No incluye gastos adicionales por recargos, ni gastos locales*

Fuente: PRO ECUADOR

Tabla 23 Costo flete aéreo a Estados Unidos (exportación)



Fuente: PRO ECUADOR

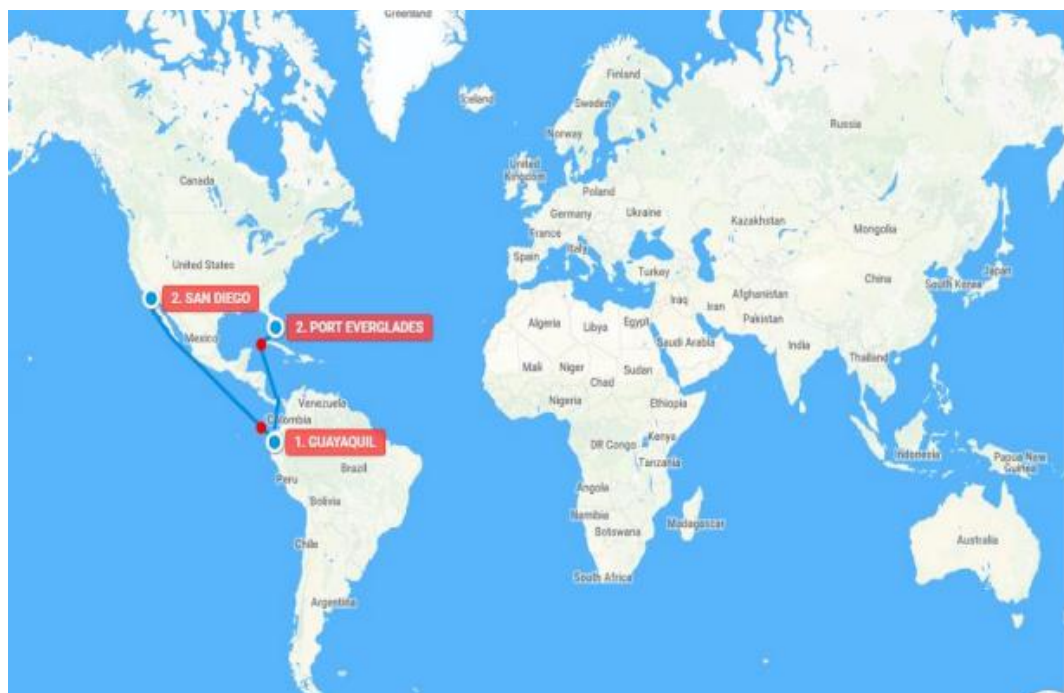


Figura 4 Transporte via marítima Ecuador hacia Estados Unidos

Fuente: PRO ECUADOR

3.2.2 Reino Unido



a) Factores socioeconómicos

Tabla 24 Factores socioeconómicos de Reino Unido

Capital	Londres
Población	65,648,100 países constituyentes: Inglaterra 55,268,100 Escocia 5,404,700 Gales 3.113.200 Irlanda del Norte 1.862.100 (2016 est.)
Crecimiento poblacional	0.52% (2017 est.)
PIB	0.52% (2017 est.)
Tasa de crecimiento PIB	1.7% (2017 est.)
PIB - per cápita (PPA):	\$ 43,600 (2017 est.)
PIB (composición por sector de origen)	agricultura: 0.6% industria: 19% servicios: 80.4% (2017 est.)
Moneda oficial	Libras esterlinas
Tipo de Cambio	Libras esterlinas (GBP) por dólar estadounidense - 0,78 (2017 est.)
Idioma oficial	Inglés
Desempleo	5,1% (2016 est.)
Tasa de inflación anual	2.6% (2017 est.)

Fuente: Central Intelligence Agency

Elaborado por: Silvana Ponce

a) Factores políticos

Reino Unido es la tercera economía más grande de los países europeos después de Alemania y Francia siendo potencial líder comercial y uno de los centros financieros más importantes de este continente europeo. la agricultura es una de las fuentes principales de la economía de este país produciendo alrededor del 60% d las necesidades en cuanto a la alimentación.

Desde el 1 de enero de 1995 Reino Unido es miembro de la Organización Mundial del Comercio y miembro del GATT desde 1 de enero de 1948, también es parte de la Unión Europea desde 1973 en ese entonces llamada Comunidad Económica creada en 1957 sin embargo en junio del 2016 se realizó una votación del referéndum para abandonar la Unión Europea corriendo el riesgo de perder los beneficios de la membresía en la UE, se espera que a fines de marzo del 2019 Reino Unido salga de manera oficial de la UE.

a) Factores legales

Los recechos aduaneros y el IVA de importación que aplica Reino Unido a mercancías importadas es para importaciones realizadas cuyo valor superen las 135 libras esterlinas (GBP). los impuestos para países no europeos son bajos, principalmente para productos manufacturados, como tasa general está establecido el 4,2%, siendo de esta manera uno de los más bajos del mundo, los productos con impuestos más elevados para ingresar a Reino Unido son artículos textiles y sectores industriales de procesamientos de alimentos.

b) Factores geográficos

Reino Unido se encuentra cerca de importantes rutas costeras del Atlántico Norte; a solo 35 km de Francia y conectado por túnel bajo el Canal de la Mancha (el Túnel del Canal o el Canal); debido a la línea de costa muy cerrada, no hay una ubicación a más de 125 km de las aguas de marea. El 97% del volumen del comercio exterior de Reino Unido se maneja a través del transporte marítimo, los principales puertos se encuentran en Dover, Felixstowe, Birmingham, Liverpool, Londres.

Tabla 25 Costo flete marítimo a Reino Unido (exportación)

COSTOS CONTENEDOR FCL*	
Contenedor 20' seco	3,600
Contenedor 40' seco	4,500
Contenedor 40' refrigerado	6,700

**No incluye gastos adicionales por recargos, ni gastos locales*

Fuente: PRO ECUADOR

Tabla 26 Costo flete aéreo a Reino Unido (exportación)



Fuente: PRO ECUADOR



Figura 5 Transporte vía marítima desde Ecuador hacia Reino Unido
Fuente: PRO ECUADOR

3.2.3 Japón



a) Factores socioeconómicos

Tabla 27 Factores socioeconómicos de Japón

Capital	Tokio
Población	126,451,398 (est. De julio de 2017)
Crecimiento poblacional	-0.21% (2017 est.)
PIB	\$ 4,884 billones (2017 est.)
Tasa de crecimiento PIB	1.5% (2017 est.)
PIB - per cápita (PPA):	\$ 42,700 (2017 est.)
PIB (composición por sector de origen)	agricultura: 1% industria: 29.7% servicios: 69.3% (2017 est.)
Moneda oficial	Yen Japonés
Tipo de Cambio	por dólar estadounidense - 111.1 (2017 est.)
Idioma oficial	Japonés
Desempleo	total: 5.1% (2016 est.)
Tasa de inflación anual	0.4% (2017 est.)

Fuente: Central Intelligence Agency

Elaborado por: Silvana Ponce

a) Factores políticos

Japón es una de las economías más sólidas y estables a nivel global, en los últimos 70 años la cooperación entre el gobierno y la industria han ayudado a Japón a desarrollar una economía avanzada a través del dominio de la alta tecnología y una asignación de defensa comparativamente pequeña menos del 1% del PIB. bajo el mandato de Abe el gobierno intento abrir la economía del país a una mayor competencia extranjera creando de esta manera nuevos mercados de exportación para los empresarios japoneses.

Se unió a los 11 socios comerciales en la Asociación Transpacífico (TPP), se convirtió en el primer país en ratificar el TPP el año 2016, pero en enero del 2017 se retiró así lo notifico Estados Unidos. Japón también llegó a un acuerdo con la Unión Europea sobre un Acuerdo de Asociación Económica en julio de 2017, y es probable que intente ratificar ambos acuerdos en este año.

b) Factores legales

Como todo país la administración de los impuestos arancelarios se encuentra bajo la disposición de la aduana japonesa que pertenece al Ministerio de Finanzas, los impuestos arancelarios de Japón son unos de los más bajos a nivel mundial, pero para los productos de origen agropecuario los aranceles son considerablemente altos con un estipulado del 12%, incluyendo también a productos lácteos, alimentos para animales, carnes, cueros, entre otros. Japón está trabajando en disminuir los impuestos arancelarios para estos productos anteriormente mencionados.

c) Factores geográficos

Japón se encuentra ubicado al noreste de Asia, este compuesto por 4 principales islas, desde el norte; Hokkaido, Honshu siendo esta la más grande y más poblada, también se encuentra conformada por las Islas de Origen Shikoku y Kyushu y 6.848km de islas e islotes más pequeños.

Según la entrevista realizada por vía telefónica a la exportadora IBT de Ecuador, un



Fuente: Google Maps

3.3 MATRIZ POAM

Tabla 28 Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio

	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA				REINO UNIDO				JAPÓN			
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos	Nivel	Puntos
Tasa de crecimiento PIB	Alta	3			Media	2			Media	2		
PIB-Per Cápita	Alta	3			Media	2			Media	2		
Desempleo	Baja	1			Media	2			Media	2		
Tasa de inflación anual	Media	2			Media	2			Alta	3		
	Suma	9	Suma		Suma	8	Suma		Suma	9	Suma	
	Promedio	2,25	Promedio		Promedio	2	Promedio		Promedio	2,25	Promedio	
FACTORES POLÍTICOS												
Acuerdos comerciales	Alta	3			Media	2			Alta	3		
Riesgo país	Baja	1			Alta	3			Media	2		
	Suma	4	Suma		Suma	5	Suma		Suma	5	Suma	
	Promedio	2	Promedio		Promedio	2,5	Promedio		Promedio	2,5	Promedio	
FACTORES LEGALES												
Arancelarios	Media	2			Media	2			Alta	3		
Para Arancelarios			Media	2			Media	2			Media	2
	Suma	2	Suma	2	Suma	2	Suma	2	Suma	3	Suma	2
	Promedio	2	Promedio	2	Promedio	2	Promedio	2	Promedio	3	Promedio	2
FACTORES GEOGRÁFICOS												
Ubicación	Alta	3			Media	2			Baja	1		

Transporte	Alta	3			Baja	1			Baja	1		
Costos	Media	2			Baja	1			Baja	1		
	Suma	8	Suma		Suma	4	Suma		Suma	3	Suma	
	Promedio	2,67	Promedio		Promedio	1,33	Promedio		Promedio	1	Promedio	
	ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA				REINO UNIDO				JAPÓN			
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	2,25		0		2		0		2,25		0	
FACTORES POLÍTICOS	2		0		2,5		0		2,5		0	
FACTORES LEGALES	2		2		2		2		3		2	
FACTORES GEOGRÁFICOS	2,67		0		1,33		0		1		0	
Suma	8,92		2		7,8		2		8,75		2	
Promedio	2,23		0,5		1,96		0,5		2,19		0,5	

Elaborado por: Silvana Ponce

OPORTUNIDADES	ALTA	3
	MEDIA	2
	BAJA	1
AMENAZAS	ALTA	3
	MEDIA	2
	BAJA	1

Elaborado por: Silvana Ponce

3.4 MERCADO OBJETIVO A NIVEL INTERNACIONAL

3.4.1 Estados Unidos de América

a) Barreras Arancelarias

Las artesanías provenientes de Ecuador que pertenecen a la subpartida arancelaria 4602190000 ingresan al mercado estadounidense con un arancel aplicado del 3.5% basado en el régimen arancelario (derecho NMF, Nación Más Favorecida,) y con el 0% de arancel preferencial para los países del SGP, las preferencias arancelarias con Estados Unidos se mantendrán hasta finales del 2020.

b) Barreras no arancelarias

Las barreras no arancelarias son restricciones que son impuestas por los gobiernos para obstaculizar de cierta forma las importaciones que provienen de otros países sin aumentar los gravámenes y de este modo favorecer a determinados sectores económicos del país que aplican estas disposiciones.

- Los nombres genéricos y porcentajes en peso de las fibras que constituyen el producto deben ser listados en la etiqueta. Aquellos componentes inferiores al 5% deben ser listados como "otras fibras “.
- El nombre del fabricante o el nombre o identificación de registro emitido por la Federal Trade Commission.
- Documento CITES (Documento de Inspección de Especies Sujetas a Control) es un documento que muestra que venta de especies silvestres, plantas o productos provenientes de estos se ajusten a las disposiciones de Convención sobre el comercio internacional de especies amenazadas de fauna y flora silvestres.
- Se lo requiere para el despacho de aduana
- El documento debe ser preparado en inglés, español y / o francés.
- Que se presentará en el original. Una copia original o verdadera separada debe acompañar al envío real.

El documento debe ser validado por una autoridad oficial de manejo de la vida silvestre en el país que se realizara la exportación antes de ser enviado, así lo solicitan las autoridades

estadounidenses. La validación del documento confirma que los datos concuerden con el contenido del envío con lo que respecta la cantidad y especies. (PRO ECUADOR, 2018)

3.4.2 Competencia

a) Nacional

Estados Unidos es un país que en su totalidad importa artesanías por lo que no existe competencia nacional, puesto que no son fabricantes de este tipo de artículos, favoreciendo aún más a los países que si son elaboradores y exportadores.

b) Internacional

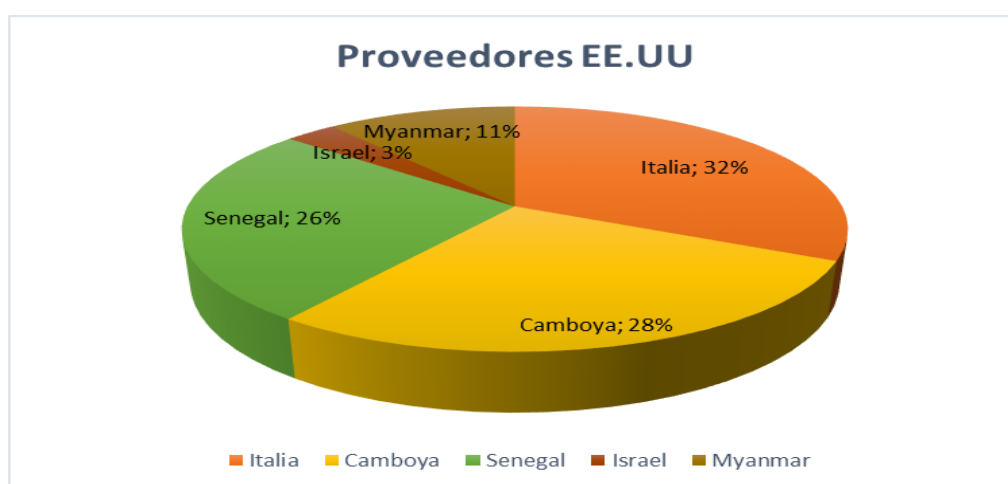


Figura 7 Importación de artesanías en toneladas Estados Unidos

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Silvana Ponce

Ecuador tiene como principal competidor en cuanto a las artesanías de cabuya a Italia con un 32% siendo este el más significativo, seguido por Camboya con un 28%, Senegal con un 26%, Myanmar con el 11% y por ultimo Israel con un 3%. demostrando de esta manera que son países que destacan su producción en artesanías de cabuya.

3.5 DEMANDA

3.5.1 Comportamiento histórico de la demanda

a) Producción Nacional

Nota: no existe producción nacional bajo esta clasificación arancelaria 460219000 de este producto, específicamente de este material, esto se debe a que la especie de la que se extrae la fibra de cabuya en Estados Unidos no existe en la flora del país. (Turismo EEUU, 2018)

b) Importaciones

Tabla 29 Importaciones mundiales Estados Unidos

	Cantidad importada, Toneladas 2013	Cantidad importada, Toneladas 2014	Cantidad importada, Toneladas 2015	Cantidad importada, Toneladas 2016	Cantidad importada, Toneladas 2017
Mundo	37.976	37.154	40.325	40.834	42.009

Fuente: Trade Map

Unidad: Toneladas

Elaborado por: Silvana Ponce

3.6 OFERTA

3.6.1 Comportamiento histórico de la oferta

a) Exportaciones

Tabla 30 Exportaciones mundiales Estados Unidos

	Cantidad exportada, toneladas 2013	Cantidad exportada, toneladas 2014	Cantidad exportada, toneladas 2015	Cantidad exportada, toneladas 2016	Cantidad exportada, toneladas 2017
Mundo	1.015	858	888	793	730

Fuente: Trade Map

Unidad: Toneladas

Elaborado por: Silvana Ponce

3.7 PROYECCIÓN LINEAL

3.7.1 Importaciones

Tabla 31 Cálculo proyección de importaciones

Años	Importaciones(Y)	X	XY	X ²
2013	37,976	-2	-75,952	4
2014	37,154	-1	-37,154	1
2015	40,325	0	0	0
2016	40,834	1	40,834	1
2017	42,009	2	84,018	4
Total	198,298	0	11,746	10

Elaborado por: Silvana Ponce

Fórmula: $Y = a + bx$

Dónde: $a = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{198.298}{5} = 39659.60$

Dónde: $b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{11.746}{10} = 1174.60$

Proyección $Y = 39659.60 + 1174.60$

Sustitución de términos

$Y_{2018} = 39659.60 + 1174.60$ (3)

$Y_{2018} = 43183.40$

Tabla 32 Proyección de Importaciones

Años	Importaciones
2018	43.183
2019	44.358
2020	45.533
2021	46.707
2022	47.882

Elaborado por: Silvana Ponce

3.7.2 Exportaciones

Tabla 33 Cálculo proyección de exportaciones

Años	Exportaciones	X	XY	X²
2013	1015	-2	-2030	4
2014	858	-1	-858	1
2015	888	0	0	0
2016	793	1	793	1
2017	730	2	1460	4
Total	4.284	0	-635	10

Elaborado por: Silvana Ponce

Tabla 34 Proyección de exportaciones

Años	Exportaciones
2018	666,3
2019	602,8
2020	539,3
2021	475,8
2022	412,3

Elaborado por: Silvana Ponce

3.7.3 Consumo aparente

Tabla 35 Consumo aparente

Años	Producción Nacional	Importaciones	Exportaciones	Consumo Aparente
2018	0	43,183	666,3	42516,70
2019	0	44,358	602,8	43755,20
2020	0	45,533	539,3	44993,70
2021	0	46,707	475,8	46231,20
2022	0	47,882	412,3	47469,70

Elaborado por: Silvana Ponce

3.8 ANÁLISIS DEL SECTOR

Las artesanías de fibra de cabuya en Estados Unidos no son elaboradas ya que no existen plantaciones o este tipo de planta en el país, existen artículos en diferentes materiales y de diferentes sectores de producción como son; las obras de arte, antigüedades, cerámica, bisutería, joyas, electrónica, relojes, sombreros, libros, muñecos, juguetes, discos, entre otras, sin olvidar los productos indios, saris, budas, piezas artesanales indígenas, sillas de montar (Turismo EEUU, 2018)

Por ello las importaciones de este producto que realiza Estados Unidos en la clasificación arancelaria 4602190000 han incrementado en los últimos años ya que son artesanías que se han ido acoplando a las preferencias de los clientes estadounidenses, así se ve reflejado en la cantidad en toneladas de 37.976 que han sido importadas en el año 2013, cantidad que fue superada en el 2017 con la cantidad en toneladas de 42.009 importada. viendo la aceptación que las artesanías ecuatorianas tienen Estados Unidos.

3.8.1 Acuerdos comerciales

Estados Unidos después de la segunda guerra mundial se convirtió en el país con más poder en el mundo, antes habría sido Reino Unido, pero EEUU siempre valoró más el capitalismo y el crecimiento económico lo que le llevó a convertirse en potencia mundial, por ello se puede llegar a la conclusión que muchos países alrededor del mundo desean mantener acuerdos comerciales con Estados Unidos.

Desde el 1 de enero de 1995 EEUU es miembro de la OMC y desde el 1 de enero de 1948 es miembro del GATT, a su vez forma parte de TLCAN junto a Canadá y México, el cual entro en vigencia el 1 de enero de 1994, también cuenta con acuerdos de libre comercio con varios países alrededor del mundo tales como: Corea, Panamá, Colombia, Perú, Omán, Bahrein, Marruecos, Australia, Chile, Singapur, Jordania, Israel. Estos acuerdos han ayudado a mejorar el desarrollo económico y a la internacionalización de diferentes sectores productivos (SICE, 2018)

Entre Ecuador y Estados Unidos existe un arancel preferencial para los países del SGP, el cual el 23 de marzo de este año se renovó para las exportaciones de Ecuador, así lo decreto EEUU, el cual se encontrará vigente por 3 años, esta preferencia arancelaria permite que Ecuador sea un país favorecido haciendo que pueda exportar sus productos con aranceles bajos.

3.9 LOGÍSTICA Y COMERCIALIZACIÓN

Existen varios puertos importantes de comercio internacional en Estados Unidos, debido a la ubicación de Ecuador el más conveniente es el puerto de Los Ángeles llamado San Diego ubicado en la bahía de San Pedro, en el estado de California. por la ubicación estratégica es el responsable de la mayoría del comercio Transpacífico, ocupa el puesto 19 entre los puertos más transitados a nivel mundial en termino de volumen de contenedores. se estima que el puerto maneja aproximadamente \$1.2 mil millones de dólares en carga cada día (Roberto L., Laura R., Sebastiaan J., 2017)

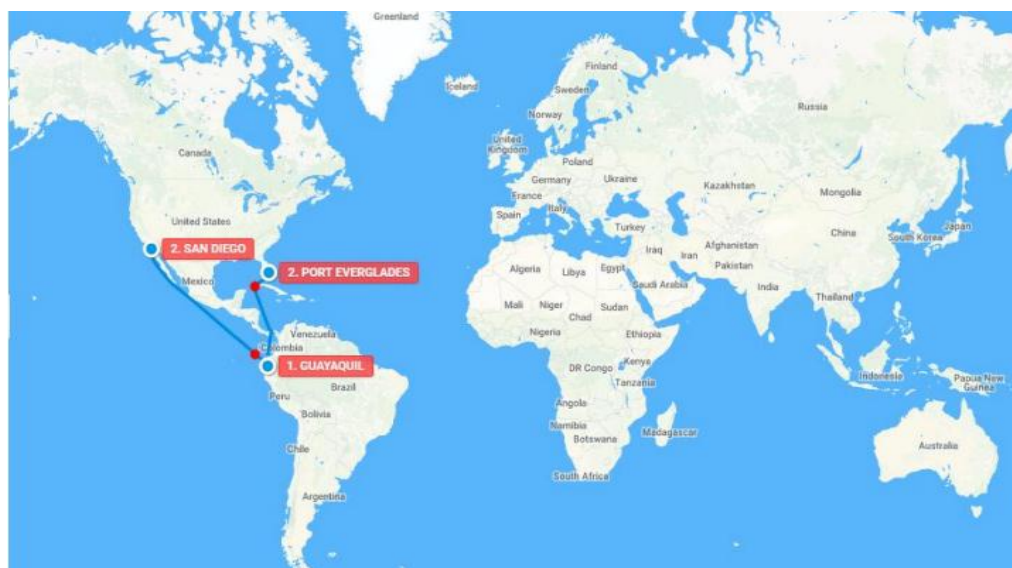


Figura 8 Logística Ecuador (Guayaquil), EEUU (San Diego)
Fuente: PRO ECUADOR

Tabla 36 Tiempo de transito vía marítima hacia principales puertos de Estados Unidos

TRANSPORTE VÍA MARÍTIMA DESDE ECUADOR HACIA ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (DÍAS DE TRÁNSITO)		
AGENCIA NAVIERA/ PRINCIPALES PUERTOS	EVERGLADES	SAN DIEGO
CMA-CGM	12	-
MEDITERRANEAN SHIPPING	14	-
HAPAG LLOYD	-	20
EVERGREEN	20	22
SEALAND	24	26

Fuente: PRO ECUADOR

3.10 MERCADO DE CONSUMO

Estados Unidos es el país que más importaciones de artesanías elaboradas a base de fibra de cabuya realiza, esto se ve reflejado en las importaciones ejecutadas en los últimos 5 años, creciendo significativamente desde el año 2013 en el cual contaba con 7% de participación en el valor de las importaciones que realizó de Ecuador, llegando al 32.10% en el año 2017 posicionándose en el principal país que ha importado las artesanías ecuatorianas.

3.11 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

3.11.1 Producto

3.11.1.1 Características del producto

De acuerdo a las artesanas de la asociación las características de las artesanías que se elaboran de la fibra de cabuya son las siguientes:

- a) Estos productos están elaborados a mano, realizando el tejido de la fibra para la creación de la variedad de artesanías que ofrecen a los clientes, siendo algo apreciado por los consumidores.
- b) El material principal de las artesanías es la fibra que se obtiene de la penca, material que no es perjudicial para el medio ambiente, siendo un producto biodegradable.

- c) La obtención de la materia prima no perjudica al ecosistema ya que el procedimiento se lo realiza de la manera adecuada, controlando la preservación de la especie.
- d) Los tintes que se utiliza para las artesanías son naturales que los consiguen dentro de la zona, haciendo aún más amigable con el medio ambiente y natural a la artesanía.
- e) Existe amplia variedad de las artesanías que pueden elaborar las artesanas para diferentes gustos y preferencias de los clientes.
- f) Las artesanías representan la cultura de la zona, con su comercialización ayuda a la economía del sector y los miembros de la asociación.
- g) La subpartida del producto 4602190000

3.11.1.2 Fichas del producto

Tabla 37 Ficha Bolsos

Bolsos		
Nombre de la empresa: ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE		
Dirección: Parroquia Plaza Gutiérrez, Zona de Intag- Provincia de Imbabura		
Ciudad: Cotacachi		
Contacto: Sra. Cecilia Morales		
Teléfono: 59363015673		
E-mail: mymacabuya@gmail.com		
Sitio Web: www.mymacabuya.org		
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	Bolso de mano	
FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
	Materia prima	Fibra de cabuya
	Insumos	Cuero, hilos, agujas, agujetas, adornos, ollas, botones
	Color	Varios Colores
	Medidas	ancho: 25cm altura 20cm (depende requerimientos del cliente)
Cantidad producción mensual	112	
Precios referenciales	\$75 y \$97,24	
Clasificación arancelaria	4602190000	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanas

Elaborado por: Silvana Ponce

Tabla 38 Ficha Sombreros

Sombreros		
Nombre de la empresa: ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE		
Dirección: Parroquia Plaza Gutiérrez, Zona de Intag- Provincia de Imbabura		
Ciudad: Cotacachi		
Contacto: Vilma		
Teléfono: 59363015673		
E-mail: mymacabuya@gmail.com		
Sitio Web: www.mymacabuya.org		
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO	Sombreros	
FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
	Materia prima	Fibra de cabuya
	Insumos	Cuero, hilos, agujas, agujetas, adornos, ollas
	Color	Varios Colores
	Medidas	De acuerdo a los pedidos del cliente
Cantidad producción mensual	288	
Precios referenciales	\$72 y \$79,27	
Clasificación arancelaria	4602190000	

Fuente: Encuesta aplicada a artesanas

Elaborado por: Silvana Ponce

Tabla 39 Ficha Individuales

Individuales		
Nombre de la empresa: ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE		
Dirección: Parroquia Plaza Gutiérrez, Zona de Intag- Provincia de Imbabura		
Ciudad: Cotacachi		
Contacto: Vilma		
Teléfono: 59363015673		
E-mail: mymacabuya@gmail.com		
Sitio Web: www.mymacabuya.org		
NOMBRE COMERCIAL DEL PRODUCTO		Individuales
FOTOGRAFÍA		DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO
	Materia prima	Fibra de cabuya
	Insumos	agujetas, ollas
	Color	Varios Colores
	Medidas	35cm de diámetro
Cantidad producción mensual		420
Precios referenciales		\$75 la media docena
Clasificación arancelaria		4602190000

Fuente: Encuesta aplicada a artesanas

Elaborado por: Silvana Ponce

3.11.1.3 Envase, Empaque y Embalaje

El empaque para el ingreso de las artesanías al mercado estadounidense debe ser amigable con el medio ambiente según reglamentos establecidos por la Comisión de Seguridad de productos de consumo de Estados Unidos, el empaque debe ser de papel, el país busca que el papel que se utilice para proteger a las artesanías sea biodegradable o de fácil deterioro para no perjudicar al medio ambiente o también que tengan características reciclables. este empaque se lo debe utilizar para calzado, frutas y hortalizas, artesanías, decoración,

maquinaria industrial, electrodomésticos, mercancías a semiagrandel, entre otros. (MONICA O., NELSON P.,LIZETH S., 2011)

En cuanto al etiquetado según el Código Federal de Regulaciones de los Estados Unidos establece que todo producto que importe el país debe contener el lugar de origen y la información restante de las etiquetas debe estar en inglés especificando lo siguiente; la denominación del producto, el contenido en el sistema métrico y en inglés, la dirección, ciudad, país y código postal del productor (JENNIFER GÓMEZ, MÓNICA GALVIS , 2016)

Para el embalaje se utilizara cajas de carton corrugadas especiales de dimensiones 0.60*0.45*0.45cm, como material para amortiguacion se empleara dentro de la caja el film alveolar comúnmente conocido como plástico de burbujas, esto permitirá que las artesanías se encuentren bien cuidadas hasta su lugar de destino.



Figura 9 Propuesta de etiquetas para las artesanías
Elaborado por: Artesanas

AGAVE PRODUCTS FROM THE CLOUD FOREST REGION OF INTAG-ECUADOR These products are made from agave (sisal), organically grown in the Intag Cloud Forest area of NW Ecuador. The agave fiber is hand spun into thread and colored with natural dyes by a local farming women's collective. The women and their families benefit directly from the income generated by this cottage industry. Through the collective, the women have an opportunity to share ideas and knowledge about organic gardening, sustainable agriculture, and the importance of saving Intag's unique and threatened cloud forest. For more information write to: ASOCIACION ARTESANAL "MUJER Y MEDIO AMBIENTE" Telf.: 59363015725 / 5933015666 E-mail.: silviagvetancourt@hotmail.com www.mymacabuya.org Intag - Ecuador	PRODUCTOS ELABORADOS EN LOS BOSQUES NUBLADOS DE LA ZONA DE INTAG-ECUADOR Estas artesanías se elaboran de cabuya (pita), producido orgánicamente en la zona de bosques nublados del noroccidente del Ecuador. La fibra de cabuya es hilada a mano y teñida con tinturas naturales por una organización de mujeres de Plaza Gutiérrez. Las mujeres y sus familias se benefician directamente de los ingresos generados por esta industria casera. A través de la cooperación las mujeres tienen la oportunidad de compartir sus ideas sobre la agricultura orgánica, alternativas sustentables y la importancia de los únicos bosques de Intag. Para mayor información: ASOCIACION ARTESANAL "MUJER Y MEDIO AMBIENTE" Telf.: 59363015725 / 5933015666 E-mail.: silviagvetancourt@hotmail.com www.mymacabuya.org Intag - Ecuador
---	--

Figura 10 Información adicional de las etiquetas
Elaborado por: Artesanas



Figura 11 Presentación final de las artesanías
Elaborado por: Artesanas



Figura 12 Presentación de los bolsos en cajas de cartón corrugado
Elaborado por: Silvana Ponce



Figura 13 Presentación de los individuales en cajas de cartón corrugadas
Elaborado por: Silvana Ponce



Figura 14 Presentación de los sombreros en cajas de cartón corrugadas
Elaborado por: Silvana Ponce



Figura 15 Paletizado cajas de artesanías
Elaborado por: Silvana Ponce

3.11.2 Precio

LEGISCOMEX citado por Ardila y Galvis (2016) mencionan que los productos artesanales de cabuya o de plantas similares tienen mucha aceptación por parte del consumidor estadounidense, según la información obtenida del sitio web se pudo obtener precios de productos similares que se venden en Estados Unidos, entre los cuales se encontraron bolsos artesanales de materiales vegetales como el bambu, la palma, el sisal, el yute y el albaca, productos importados de China, India, Italia, España, Perú y Ecuador incluido.

El precio de los bolsos se encuentran alrededor de los \$75USD y \$97,24USD, también se encontraron artesanías elaboradas por artesanos colombianos de una fibra similar a la cabuya las cuales están valoradas en \$72USD y \$79,27USD sin incluir gastos, basándonos en estos precios se acuerda comercializar las artesanías a \$75USD, en caso de realizar ventas por intermediarios se realizara un descuento del 25% por producto, obteniendo como precio final \$56.25 por cada artesanía.

3.11.3 Plaza

Las artesanías al ser productos de hogar y accesorios de moda elaborados a base de una fibra natural, llaman la atención del consumidor, el cual se guía por la preferencia a los artículos ecológicos, de diseños llamativos y de calidad, estos productos son accesorios de moda que ayudan a las mujeres y hombres a dar una mejor imagen en su lugar de trabajo, en la universidad o simplemente en un día de paseo. Según Ileana en su publicación manifiesta que la edad promedio de consumo de este tipo de artesanías se encuentra de los 18 años en adelante.

El consumidor norteamericano prefiere una decoración natural y única en su vivienda. Por ello, los artículos artesanales que ofrece la asociación cubrirían aquellos gustos y necesidades del cliente, así como la demanda insatisfecha determinada en el proyecto. Los artículos van dirigidos a las personas de clase baja, media y alta ya que el precio está de acorde a este tipo de sectores económicos.

De acuerdo a (Ileana R., 2010) en su trabajo de investigación menciona que el condado de Miami perteneciente al Estado de Florida del país de Estados Unidos, es la séptima ciudad más grande de este país donde valoran mucho los productos elaborados a mano; además se debe tener en cuenta, que este tipo de artesanías ingresan al mercado de Estados Unidos con un 0% de arancel, bajo el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), al tratarse de un producto artesanal, haciendo de esta manera favorable la comercialización a esta parte de Estados Unidos el producto que elabora la asociación.

Para la comercializar un producto se debe determinar un canal de distribución adecuado, ya que este medio ayudara al productor hacer llegar su bien al consumidor final de manera eficaz y segura. El canal de distribución que la asociación utilizará es el canal de distribución indirecto, ya que las artesanas necesitaran un intermediario para que sus artesanías lleguen al consumidor final.



Figura 16 Canal de distribución indirecto
Elaborado por: Silvana Ponce

3.11.3.1 Tiendas de accesorios moda y hogar en Miami

Según información proporcionada por Ileana en su artículo se puede determinar que Miami es potencial mercado para exportar las artesanías a las principales tiendas ubicadas en Miami dedicadas a la comercialización de este tipo de artesanías.

Nombre	Ubicación	Teléfono – horario de atención
BRICKELL CITY CENTRE	701 S Miami Ave, Miami, FL 33131, EE. UU.	<u>+1 305-350-9922</u> 10:00h-21:30h
NEST CASA	Miami, Florida 33130, EE. UU.	<u>+1 786-220-6480</u> 10:00h-21:30h
CLAIRE'S	11401 NW 12th St, Miami, FL 33172, EE. UU.	<u>+1 305-436-8816</u> 10:00h-21:30h

ORIGINAL PENGUIN STORE	925 Lincoln Rd, Miami Beach, FL 33139, EE. UU.	<u>+1 305-673-0722</u> 10:00h-22:00h
BURLINGTON	11301 NW 12th St, Miami, FL 33172, EE. UU.	<u>+1 305-594-7776</u> 09:00h-23:00h

Figura 17 Tiendas de accesorios moda y hogar en Miami

Fuente: www.vermiami.com/Productos-Artesanos

Elaborado por: Silvana Ponce

3.11.4 Promoción y publicidad

Estados Unidos cuenta con diversas ferias para que los diferentes sectores de comercio puedan promocionar y publicitar sus bienes y servicios, las ferias de arte, artesanía y cultura existen las siguientes ferias a las que se puede acudir.

FERIAS	CIUDAD
The Armony Show New York City: Feria arte contemporáneo Nueva York	New York
LA Art Show Los Ángeles	Los Ángeles
Expo Art Chicago, la Exposición Internacional de arte moderno y contemporáneo	Chicago
Art Santa Fe	Santa Fe
Artexpo New York : Feria internacional de arte de Nueva York, USA	Nueva York
The Armony Show New York City: Feria arte contemporáneo Nueva York	Nueva York
Modernism Week Palm Springs	California
LA Art Show	Los Ángeles

Figura 18 Ferias internacionales de Arte, Artesanía y Cultura

Fuente: <https://www.portalferias.com/ferias-arte-artesania-y-cultura-estados-unidos---usa/s16;p19/>

Elaborado por: Silvana Ponce

3.12 PROPUESTA DE EXPORTACIÓN

3.12.1 Requisitos y tramites

Para exportar a EEUU los requisitos depende del medio de transporte por el que se vaya a realizar el envío de la mercadería, las importaciones que realice Estados Unidos por vía

marítima tiene requerimientos que empiezan antes de que la mercadería sea enviada desde el país de origen, el documento ISF (Importer Security Filing) tiene que ser aprobado por la aduana como mínimo un día antes de que la mercadería sea cargada al barco.

Los requisitos que Estados Unidos solicita para la exportación de las artesanías entre otro tipo de mercadería, son los siguientes:

- a) Manifiesto de ingreso de mercancías
- b) Permiso especial para la entrada inmediata
- c) Certificado de origen
- d) Prueba del derecho de entrada
- e) Factura comercial
- f) Lista de empaque
- g) Los nombres genéricos y porcentajes en peso de las fibras que constituyen el producto deben ser listados en la etiqueta. Aquellos componentes inferiores al 5% deben ser listados como "otras fibras “.
- h) El nombre del fabricante o el nombre o identificación de registro emitido por la Federal Trade Commission.
- i) Documento CITES

Estados Unidos es un país que ayuda a la preservación y cuidado del medio ambiente por ello implemento regulaciones para la conservación de la vegetación y la vida animal, los consumidores le dan mayor valor a productos que cumplan estos parámetros establecidos por entidades reguladoras tales como EPA (Administración para la protección Ambiental) y OSHA (Administración seguridad y salud ocupacional) entidades que limitan o prohíben el ingreso de productos que no cumplan lo solicitado, también determinan puertos en específico para la entrada de ciertas mercaderías y también aplican normas de marcado y etiquetado. todo esto es adicional a la documentación que la Aduana de EEUU solicite (Jennifer Ardila, Mónica Galvis , 2016).

3.12.2 Tramitación de la exportación

Pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas. Para poder ser exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- b) Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).

Luego de haberse registrado como exportador se necesita conocer que todas las exportaciones que se quieran realizar obligatoriamente deben presentar una Declaración Aduanera Única de Exportación y ser llenada dependiendo las instrucciones que contienen en el Manual de Despacho de Exportaciones.

Todas las exportaciones deben estar acompañadas de la siguiente documentación:

- a) RUC de exportador.
- b) Factura comercial original.
- c) Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- d) Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- e) Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- f) Documento de Transporte

3.12.3 Requisitos para ser exportador

Según PRO ECUADOR los requisitos para ser exportador son los siguientes:

- a) Contar con el Registro Único del Contribuyente (RUC), es otorgado por el por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
- b) Obtener el certificado de firma digital o TOKEN, otorgado por las siguientes entidades:

- Registro Civil: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>

c) Registrarse como exportador en Ecuapass (<https://ecuapass.aduana.gob.ec/>), donde podrá:

- Actualizar su información en la base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

3.12.4 Registro de exportador en el ECUAPASS



Figura 19 Registro de exportador en ECUAPASS

Fuente: PRO ECUADOR

3.12.5 Tramite de declaración juramentada de origen (DJO)

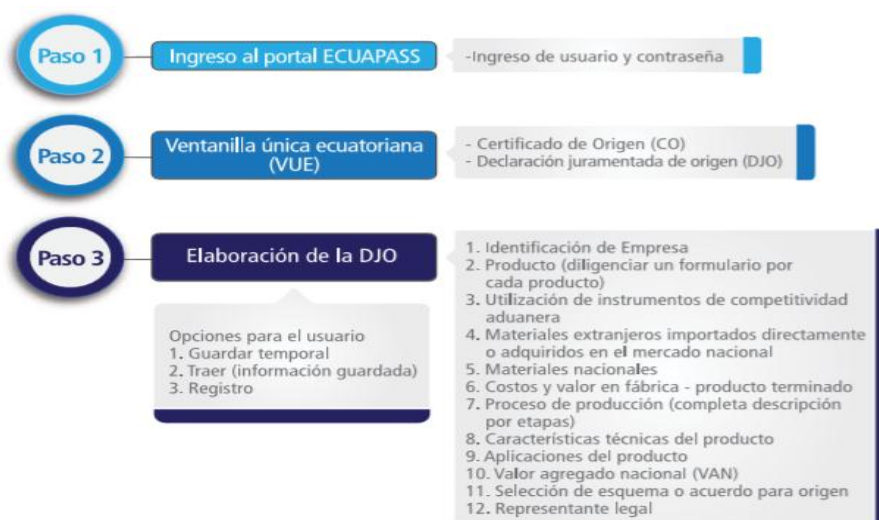


Figura 20 Tramite de declaración juramentada de origen (DJO)

Fuente: PRO ECUADOR

3.12.6 Etapa de Pre-Embarque

El proceso de exportación inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la cual debe ser acompañada de una factura o proforma y documentación antes del embarque. Esta declaración crea un vínculo legal y obligatorio a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador (PRO ECUADOR, 2017)

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

- a) Del exportador o declarante
- b) Descripción de mercancía por ítem de factura
- c) Datos del consignatario
- d) Destino de la carga
- e) Cantidades
- f) Peso
- g) Demás datos relativos a la mercancía

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



Figura 21 Documentos digitales que acompañan a la DAE
Fuente: PRO ECUADOR

Es importante mencionar que dependiendo del tamaño de la empresa y de la actividad económica de la misma, en donde se involucren más de una cadena productiva, se sugiere contratar los servicios de un agente de aduanas, el cual les puede asesorar en la apertura y cierre de una exportación. Cabe mencionar que no es obligación contratarlo (PRO ECUADOR, 2017).

3.12.7 Etapa de Post-Embarque

Finalmente, usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENA E y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40). (PRO ECUADOR, 2017)

Una vez que se realiza este registro, la DAE obtiene la marca REGULARIZADA. Para poder completar este proceso cuenta con un plazo de 30 días luego de realizado el embarque. Este trámite requiere de los siguientes documentos:



Figura 22 Documentación de Pos-Embarque
Fuente: PRO ECUADOR

CAPITULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

4.1 DATOS DE ENTRADA

En este capítulo se analizará todo el sistema financiero en el que se desenvolverá la **“Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente”**. Se presentará dos paneles de análisis y de estudio donde el proyecto se encuentra financiado y el otro sin financiar.

Dentro de los Datos de Entrada tenemos lo siguiente:

a) PRODUCCIÓN

La Asociación piensa producir 112 unidades de bolsos mensuales y anualmente 1344, en cuanto a la producción de los individuales serán 420 unidades mensuales y 5040 unidades anuales, por último, la producción de los sombreros serán 288 unidades mensuales y 3456 unidades anuales, por lo que se producirá un total de 9840 unidades anuales.

b) INVERSIÓN

La empresa contará con una Inversión Inicial de 30328,74 dólares americanos.

c) UTILIDAD

La empresa pretende contar con una margen de utilidad del 25% en los bolsos 15% en los individuales y el 50% en los sombreros.

d) FINANCIAMIENTO

- Se financiará con el 84% del monto total de la inversión y el 16% restante será parte de Capital social de la asociación.
- El préstamo se financiará con el Banco BanEcuador con una tasa del 10.12%.

- Por otro lado, para el presupuesto de ventas y costos se toma en cuenta el crecimiento del mercado ponderado, brindado por datos históricos del estudio de mercado el cual es de 3.73% y se cuenta con una tasa de inflación del 2.91%.

4.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL

4.2.1 Resumen de la inversión inicial

Tabla 40 Inversión inicial

INVERSIÓN	VALOR
Inversión Fija	19353,01
Inversión Variable	10975,73
Capital de trabajo	10975,73
TOTAL DE INVERSIÓN	30328,74

Elaborado por: Silvana Ponce

4.2.1.1 Inversión fija

Tabla 41 Inversión fija

TOTAL INVERSIÓN FIJA	
ACTIVOS	MONTO
Remodelación	12250
Muebles y Enseres	2025
Equipos de Cómputo	2017,4
Equipos de Oficina	345,62
Maquinaria	2714,99
TOTAL	19353,01

Elaborado por: Silvana Ponce

4.2.1.2 Inversión variable

a) Capital de trabajo

Tabla 42 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
CUENTA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Costos de Producción	6379,4	76552,8
Gastos Administrativos	3501,42	42016,98
Gastos de Exportación	1094,91	13138,92
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	10975,73	131708,70

Elaborado por: Silvana Ponce

4.3 DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL

4.3.1 Detalle de la inversión fija

Tabla 43 Detalles inversión fija

INVERSIÓN FIJA			
ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
REMODELACIÓN			
Área Administrativa 35m2	35	160	5600
Área de Producción 35m2	35	190	6650
SUB TOTAL			12250
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios tipo L	5	200	1000
Sillas giratorias	5	66	330
Sillas visitantes	10	25	250
Archivadores	5	89	445
SUB TOTAL			2025
EQUIPO DE COMPUTACION			
Computadoras	5	299,99	1499,95
Impresoras	3	155	465
Reguladores de voltaje	5	10,49	52,45
SUB TOTAL			2017,4
EQUIPO DE OFICINA			
Teléfono	4	25	100
Calculadora	5	4,7	23,5
Carpeta archivadoras	15	2,1	31,5
Grapadora	4	5,28	21,12
Perforadora	3	6,5	19,5
Línea Telefónica	1	150	150
SUB TOTAL			345,62
MAQUINARIA			
Hiladoras	2	200	400
Desfibradora	1	1650	1650
Cocina industrial	2	120	240

Machetes	4	5	20
Cuchillos	10	2	20
Balanza Digital	1	19,99	19,99
Ollas industriales	5	73	365
SUB TOTAL			2714,99
TOTAL			19353,01

Elaborado por: Silvana Ponce

Nota: La maquinaria (cuchillos, machetes, ollas industriales, desfibradora, hiladora, cocina industrial) que se adquirirá es necesaria para la extracción de la fibra, proceso el cual no se puede evitar en la elaboración de las artesanías ya que, por medio de este, se obtiene la fibra de cabuya o hilo de cabuya, el cual se empleara para el tejido manual de cada una de las artesanías.

4.3.2 Detalle de la inversión variable / capital de trabajo

4.3.2.1 Costos de producción

a) Bolsos

Tabla 44 Costos de producción bolsos

BOLSOS					
DETALLE	c/u	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA		3,5	112	392	4704
Cabuya	2,5				
Cuero	1				
MANO DE OBRA DIRECTA		9,17	112	1027,04	12324,48
Operarios	9,17				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		4,27	112	478,24	5738,88
Botones	0,1				
Cierre	0,25				
Etiquetas	0,03				
Jefe de área de producción/ calidad	2,47				
Técnico en maquinaria	1,45				
Agua	0,01				
COSTO DE PRODUCCION POR UNIDAD		16,94			
TOTAL COSTO DE BOLSOS GRANDES				1897,28	22767,36

Elaborado por: Silvana Ponce

b) Individuales

Tabla 45 Costos de producción individuales

INDIVIDUALES					
DETALLE	c/u	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA		1,25	420	525	6300
Cabuya	1,25				
MANO DE OBRA DIRECTA		2,44	420	1024,8	12297,6
Operarios	2,44				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		1,4	420	588	7056
Etiquetas	0.03				
Jefe de área de producción/ calidad	0,88				
Técnico en maquinaria	0,52				
Agua	0.01				
COSTO DE PRODUCCION POR UNIDAD		5,09			
TOTAL COSTO DE BOLSOS GRANDES				2137,8	25653,6

Elaborado por: Silvana Ponce

c) Sombreros

Tabla 46 Costos de producción sombreros

SOMBREROS					
DETALLE	c/u	COSTO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA		1,25	288	360	4320
Cabuya	1,25				
MANO DE OBRA DIRECTA		5,44	288	1566,72	18800,64
Operarios	5,44				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		1,45	288	417,6	5011,2
Cintas	0,05				
Etiquetas	0.03				
Jefe de área de producción/ calidad	0,88				
Técnico en maquinaria	0,52				
Agua	0.01				
COSTO DE PRODUCCION POR UNIDAD		8,14			
TOTAL COSTO DE BOLSOS GRANDES				2344,32	28131,84

Elaborado por: Silvana Ponce

Nota: En el cálculo de los Costos de Producción de los tres artículos, el número de operarios a utilizarse en la elaboración de dichos productos, depende del grado de complejidad y cantidad de las artesanías a producirse.

4.3.2.2 Resumen de producción de las Artesanías

Tabla 47 Resumen de producción de las Artesanías

RESUMEN DE LA PRODUCCIÓN DE LAS ARTESANÍAS		
	MENSUAL	ANUAL
BOLSOS	1897,28	22767,36
INDIVIDUALES	2137,8	25653,6
SOMBREROS	2344,32	28131,84
TOTAL PRODUCCIÓN ARTESANÍAS	6379,4	76552,8

Elaborado por: Silvana Ponce

4.3.3 Detalles del gasto administrativo

4.3.3.1 Gastos administrativos

Tabla 48 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
	MENSUAL	ANUAL
Agua	25	300
Energía Eléctrica	25	300
Teléfono	45	540
Internet	35	420
Suministros de Oficina	92,28	1107,36
Sueldos	3244,14	38929,62
Implementos de limpieza	35	420
TOTAL	3501,42	42016,98

Elaborado por: Silvana Ponce

4.3.3.2 Detalle del sueldo del personal

Tabla 49 Sueldo del personal

PERSONAL	VALOR
Administrador Gerencial	1.029,37
Secretaria	471,66
Contador General	571,27
Asistente de Ventas	593,10
Jefe de Comercio exterior	578,74
TOTAL SUELDO	3244,14

Elaborado por: Silvana Ponce

Nota: La Asociación actualmente no cuenta con el suficiente personal que se encargue de la parte administrativa, por lo que se propone a la Asociación contratar al personal que se menciona en la tabla detallada anteriormente.

4.3.3.3 Sueldos y Salarios

Tabla 50 Rol de pagos 1er año

ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE									
ROL DE PAGOS 1ER AÑO									
Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (anual)
Administrador Gerencial	800	75,60	724,40		97,20	66,67	32,17	33,33	12.352,40
Secretaria	386	36,48	307,87		46,90	32,17	32,17	16,08	5.659,95
Contador General	386	36,48	407,48		46,90	32,17	32,17	16,08	6.855,27
Asistente de Ventas	450	42,53	407,48		54,68	37,50	32,17	18,75	7.117,16
Jefe de Comercio exterior	700	66,15	307,87		85,05	58,33	32,17	29,17	6.944,84
Jefe de Producción	700	66,15	633,85		85,05	58,33	32,17	29,17	10.856,60
Técnico de maquinaria	400	37,80	362,20		48,60	33,33	32,17	16,67	6.369,20
Operarios	386	36,48	349,52		46,90	32,17	32,17	16,08	6.159,79
Remuneración mensual	4208	397,66	3500,67		511,27	350,67	257,33	175,33	62.315,21
Remuneración anual	50496	4771,87	42008,08		6135,26	4208	3088	2104	747782,54

Elaborado por: Silvana Ponce

Tabla 51 Rol de pagos 2do año

ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE									
ROL DE PAGOS 2DO AÑO									
Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (anual)

Administrador Gerencial	832,16	78,64	753,52	69,32	101,11	69,35	35,13	34,67	13.700,84
Secretaria	401,52	37,94	307,87	33,45	48,78	33,46	35,13	16,73	6.160,36
Contador General	401,52	37,94	407,48	33,45	48,78	33,46	35,13	16,73	7.355,68
Asistente de Ventas	468,09	44,23	407,48	38,99	56,87	39,01	35,13	19,50	7.694,65
Jefe de Comercio exterior	728,14	68,81	307,87	60,65	88,47	60,68	35,13	30,34	7.823,40
Jefe de Producción	728,14	68,81	659,33	60,65	88,47	60,68	35,13	30,34	12.040,93
Técnico de maquinaria	416,08	39,32	376,76	34,66	50,55	34,67	35,13	17,34	7.061,20
Operarios	401,52	37,94	363,57	33,45	48,78	33,46	35,13	16,73	6.828,81
Remuneración mensual	4377,16	413,64	3583,89	364,62	531,83	364,76	281,04	182,38	68.665,87
Remuneración anual	52525,94	4963,70	43006,63	4375,41	6381,90	4377,16	3372,48	2188,58	823990,40

Elaborado por: Silvana Ponce

Tabla 52 Rol de pagos 3er año

ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE									
ROL DE PAGOS 3ER AÑO									
Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (anual)
Administrador Gerencial	865,61	81,80	783,81	72,11	105,17	72,13	36,96	36,07	14.256,62
Secretaria	417,66	39,47	307,87	34,79	50,75	34,80	36,96	17,40	6.264,51
Contador General	417,66	39,47	407,48	34,79	50,75	34,80	36,96	17,40	7.459,83
Asistente de Ventas	486,91	46,01	407,48	40,56	59,16	40,58	36,96	20,29	7.812,42
Jefe de Comercio exterior	757,41	71,58	307,87	63,09	92,03	63,12	36,96	31,56	7.994,40
Jefe de Producción	757,41	71,58	685,84	63,09	92,03	63,12	36,96	31,56	12.529,99
Técnico de maquinaria	432,81	40,90	391,91	36,05	52,59	36,07	36,96	18,03	7.350,07
Operarios	417,66	39,47	378,19	34,79	50,75	34,80	36,96	17,40	7.108,34
Remuneración mensual	4553,12	430,27	3670,44	379,28	553,20	379,43	295,68	189,71	70.776,17
Remuneración anual	54637,48	5163,24	44045,33	4551,30	6638,45	4553,12	3548,16	2276,56	849314,06

Elaborado por: Silvana Ponce

Tabla 53 Rol de pagos 4to año

ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE									
ROL DE PAGOS 4TO AÑO									
Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (anual)
Administrador Gerencial	900,41	85,09	815,32	75,00	109,40	75,03	38,79	37,52	14.833,87
Secretaria	434,45	41,06	307,87	36,19	52,79	36,20	38,79	18,10	6.371,96
Contador General	434,45	41,06	407,48	36,19	52,79	36,20	38,79	18,10	7.567,28
Asistente de Ventas	506,48	47,86	407,48	42,19	61,54	42,21	38,79	21,10	7.934,04
Jefe de Comercio exterior	787,86	74,45	307,87	65,63	95,72	65,65	38,79	32,83	8.171,38
Jefe de Producción	787,86	74,45	713,41	65,63	95,72	65,65	38,79	32,83	13.037,82
Técnico de maquinaria	450,21	42,54	407,66	37,50	54,70	37,52	38,79	18,76	7.649,68
Operarios	434,45	41,06	393,39	36,19	52,79	36,20	38,79	18,10	7.398,23
Remuneración mensual	4736,16	447,57	3760,48	394,52	575,44	394,68	310,32	197,34	72.964,25
Remuneración anual	56833,91	5370,80	45125,78	4734,26	6905,32	4736,16	3723,84	2368,08	875570,97

Elaborado por: Silvana Ponce

Tabla 54 Rol de pagos 5to año

ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE									
ROL DE PAGOS 5TO AÑO									
Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo cuarto	Vacac.	Total Ingresos (anual)
Administrador Gerencial	936,61	88,51	848,10	78,02	113,80	78,05	40,11	39,03	15.427,32
Secretaria	451,91	42,71	307,87	37,64	54,91	37,66	40,11	18,83	6.476,72
Contador General	451,91	42,71	407,48	37,64	54,91	37,66	40,11	18,83	7.672,04
Asistente de Ventas	526,84	49,79	407,48	43,89	64,01	43,90	40,11	21,95	8.053,55

Jefe de Comercio exterior	819,53	77,45	307,87	68,27	99,57	68,29	40,11	34,15	8.348,48
Jefe de Producción	819,53	77,45	742,09	68,27	99,57	68,29	40,11	34,15	13.559,07
Técnico de maquinaria	468,30	44,25	424,05	39,01	56,90	39,03	40,11	19,51	7.954,32
Operarios	451,91	42,71	409,21	37,64	54,91	37,66	40,11	18,83	7.692,76
Remuneración mensual	4926,55	465,56	3854,14	410,38	598,58	410,55	320,88	205,27	75.184,26
Remuneración anual	59118,63	5586,71	46249,67	4924,58	7182,91	4926,55	3850,56	2463,28	902211,2

Elaborado por: Silvana Ponce

4.3.4 Detalles de los gastos de exportación

4.3.4.1 Gastos de exportación

Tabla 55 Gastos de exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN													
	COSTO	CANT.	MENSUAL	ANUAL	COSTO	CANT.	MENSUAL	ANUAL	COSTO	CANT.	MENSUAL	ANUAL	GASTOS EXPOR.
Precio de Venta	16.94	112	928,48	11141,76	5.04	424	1335,6	16027,2	8.14	288	1045,44	12545,28	
Empaque y Embalaje de exportación	3,5	4	14	168	3,5	13	45,5	546	3,5	9	31,5	378	
Rótulos de exportación	0,5	4	2	24	0,5	13	6,5	78	0,5	9	4,5	54	
Token	0,42	1	0,42	5,04	3,12	1	1,61	19,32	1,09	1	1,09	13,08	
EX WORKS:			944,9	11338,8			1389,21	16670,52			1082,53	12990,36	107,12
Transporte interno Intag-Guayaquil	81,55	1	81,55	978,6	308,74	1	308,74	3704,88	209,71	1	209,71	2516,52	
Packing list	0,01	1	0,01	0,12	0,01	1	0,01	0,12	0,01	1	0,01	0,12	
Certificado de Origen SGP	1,36	1	1,36	16,32	5,15	1	5,15	61,8	3,5	1	3,5	42	
Guía transporte marítimo	7,48	1	7,48	89,76	28,3	1	28,3	339,6	19,22	1	19,22	230,64	
Agente afianzado de aduana	35,26	1	35,26	423,12	133,47	1	133,47	1601,64	90,66	1	90,66	1087,92	
FCA			1070,56	12846,72			1864,88	22378,56			1405,63	16867,56	1031,55
Recepción carga general	0,76	1	0,76	9,12	2,89	1	2,89	34,68	1,96	1	1,96	23,52	
Servicio paletizaje	3,05	2	6,1	73,2	11,55	2	23,1	277,2	7,83	2	15,66	187,92	
Tasa de almacenaje	1,37	1	1,37	16,44	5,19	1	5,19	62,28	3,52	1	3,52	42,24	
FAS			1078,79	12945,48			1896,06	22752,72			1426,77	17121,24	1092,1
Carga-estiba al buque (THC)	0,38	1	0,38	4,56	1,44	1	1,44	17,28	0,98	1	0,98	11,76	

FOB SIN ADUANA			1079,17	12950,04			1897,5	22770			1427,75	17133	1094,9
PAGADA													
Tributos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
FOB CON ADUANA			1079,17	12950,04			1897,5	22770			1427,75	17133	1094,9
PAGADA													

Elaborado por: Silvana Ponce

4.4 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN

4.4.1 Determinación del gasto unitario

Tabla 56 Determinación del gasto unitario

DETERMINACIÓN GASTO UNITARIO	
	Total Mensual
GASTOS ADMINISTRATIVOS	3501,42
GASTOS DE EXPORTACIÓN	1094,9
TOTAL GASTOS	4596,32
Unidades producidas mensual	824,00
GASTO POR BOLSO	9,98
GASTO POR INDIVIDUAL	3,79
GASTO POR SOMBRERPO	4,37

Elaborado por: Silvana Ponce

4.4.2 Determinación del precio unitario

Tabla 57 Determinación precio unitario

DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO							
	COSTO DE Pro. Mens	CANTIDAD Mensual	COSTO Unitario	GASTO Unitario	COSTO T.Unita	UTILIDAD %	PRECIO DE EXPORTACIÓN
BOLSOS	1897,28	112	16,94	9.98	26,92	6,73	33,65
INDIVIDUALES	2137,8	420	5,09	3.79	8,88	1,33	10,21
SOMBREROS	2344,32	288	8,14	4.37	12,51	6,26	18,77

Elaborado por: Silvana Ponce

4.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Tabla 58 Financiamiento del proyecto

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Propia	5000	16%
Inversión Financiada	25328,73	84%
TOTAL	30328,74	100%

Elaborado por: Silvana Ponce

4.5.1 Datos financiamiento

Tabla 59 Datos financiamiento

DATOS DEL FINANCIAMIENTO		
BANCO	BanEcuador	
MONTO		25328,73
INTERES		10,12%
PLAZO		16
PERÍODO	TRIMESTRAL	
GARANTÍA	HIPOTECARIO	
Fuente: BanEcuador		
Elaborado por: Silvana Ponce		

4.5.2 Amortización deuda

Tabla 60 Amortización

Crédito	04-24119401	Cliente: Ponce Chirán Silvana Paola			
BANCO	BANECUADOR				
VALOR	25328,73				
INTERES	10,12%				
PLAZO	16 (4 años)				
PERIÓDO	TRIMESTRAL				
	CUOTAS	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO CAPITAL	
1° TRIMESTRE	2207,75	618,00	1583,00	25328,00	
2° TRIMESTRE	2168,70	579,38	1583,00	23745,00	
3° TRIMESTRE	2129,66	540,75	1583,00	22162,00	
4° TRIMESTRE	2090,61	502,13	1583,00	20579,00	
TOTAL	8596,72	2240,26	6332,00	91814,00	AÑO 1
5° TRIMESTRE	2051,56	463,50	1583,00	18996,00	
6° TRIMESTRE	2012,52	424,88	1583,00	17413,00	
7° TRIMESTRE	1973,47	386,25	1583,00	15830,00	
8° TRIMESTRE	1934,42	347,63	1583,00	14247,00	
TOTAL	7971,97	1622,26	6332,00	66486,00	AÑO 2
9° TRIMESTRE	1895,37	309,00	1583,00	12664,00	
10° TRIMESTRE	1856,33	270,38	1583,00	11081,00	
11° TRIMESTRE	1817,28	231,75	1583,00	9498,00	
12° TRIMESTRE	1778,23	193,13	1583,00	7915,00	
TOTAL	7347,21	1004,26	6332	41158	AÑO 3

13°TRIMESTRE	1739,19	154,50	1583,00	6332,00	
14°TRIMESTRE	1700,14	115,88	1583,00	4749,00	
15°TRIMESTRE	1661,09	77,25	1583,00	3166,00	
16°TRIMESTRE	1622,05	38,63	1583,00	1583,00	
TOTAL	6722,47	386,26	6332	15830	AÑO 4

Fuente: BanEcuador

Elaborado por: Silvana Ponce

4.6 DETERMINACIÓN COSTO CAPITAL

Tabla 61 Determinación costo capital

COSTO DE CAPITAL			
ESTRUCTURA	PORCENTAJE	TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO	PONDERACIÓN
Inversión Propia	0,1649	0,0891	0,0147
Inversión Financiada	0,84	0,1291	0,1078
TOTAL			0,1225
EL COSTO DE CAPITAL DE LA EMPRESA ES DEL 12,25%			

Elaborado por: Silvana Ponce

4.6.1 Determinación TRM

Tabla 62 Determinación TRM

TASA DE REDESCUENTO O TASA DE RENDIMIENTO MEDIO		
Costo Capital	Inflación	TRM
12,25%	2,91%	15,16%

Elaborado por: Silvana Ponce

4.7 CALCULO DE LA DEPRECIACIÓN

4.7.1 Depreciación

Tabla 63 Depreciación

DETERMINACIÓN DE LA DEPRECIACIÓN			
CUENTA	VALOR	%DEPRECIACIÓN	VALOR DE DEPREC.
Remodelación	12250	5%	612,5
Muebles y Enseres	2025	10%	202,5
Equipos de Computación	2017,4	33,33%	672,40

Equipos de Oficina	345,62	10%	34,56
Maquinaria	2714,99	10%	271,50
TOTAL			1793,46

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8 DETERMINACIÓN DE PRESUPUESTOS

4.8.1 Presupuesto de ingresos (ventas)

4.8.1.1 Bolsos

Tabla 64 Bolsos

BOLSOS			
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$
1	1344	33,65	45225,6
2	1394,13	34,63	48277,67
3	1446,13	35,64	51535,71
4	1500,07	36,67	55013,62
5	1556,03	37,74	58726,24
TOTAL			258778,83

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.1.2 Individuales

Tabla 65 Individuales

INDIVIDUALES			
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$
1	5040	10,212	51468,48
2	5227,99	10,51	54941,85
3	5423,00	10,81	58649,63
4	5625,27	11,13	62607,62
5	5835,10	11,45	66832,72
TOTAL			294500,31

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.1.3 Sombreros

Tabla 66 Sombreros

Sombreros			
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$
1	3456	18,765	64851,84
2	3584,91	19,31	69228,39
3	3718,63	19,87	73900,30
4	3857,33	20,45	78887,50
5	4001,21	21,05	84211,25
TOTAL			371079,29

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.1.4 Resumen presupuesto de ventas

Tabla 67 Resumen presupuesto de ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS						
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
BOLSOS	45225,6	48277,67	51535,71	55013,62	58726,24	258778,83
INDIVIDUALES	51468,48	54941,85	58649,63	62607,62	66832,72	294500,31
SOMBREROS	64851,84	69228,39	73900,30	78887,50	84211,25	371079,29
SUB TOTAL	161545,92	172447,92	184085,64	196508,74	209770,21	924358,42

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.2 Presupuesto de costos

4.8.2.1 Bolsos

Tabla 68 Bolsos costos

BOLSOS			
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$
1	1344	16,94	22767,36
2	1394,13	17,43	24303,83
3	1446,13	17,94	25943,98
4	1500,07	18,46	27694,82
5	1556,03	19,00	29563,82
TOTAL			130273,80

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.2.2 Individuales

Tabla 69 Individuales costos

INDIVIDUALES			
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$
1	5040	5,09	25653,6
2	5227,99	5,24	27384,84
3	5423,00	5,39	29232,92
4	5625,27	5,55	31205,72
5	5835,10	5,71	33311,65
TOTAL			146788,73

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.2.3 Sombreros

Tabla 70 Sombreros costos

SOMBROS			
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/ UNIDADES	TOTAL \$
1	3456	8,14	28131,84
2	3584,91	8,38	30030,33
3	3718,63	8,62	32056,94
4	3857,33	8,87	34220,32
5	4001,21	9,13	36529,69
TOTAL			160969,11

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.2.4 Resumen presupuestos de costos

Tabla 71 Resumen presupuesto de costos

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN						
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
BOLSOS	22767,36	24303,83	25943,98	27694,82	29563,82	130273,80
INDIVIDUALES	25653,60	27384,84	29232,92	31205,72	33311,65	146788,73
SOMBROS	28131,84	30030,33	32056,94	34220,32	36529,69	160969,11
SUB TOTAL	76552,8	81719,00	87233,84	93120,85	99405,15	438031,65

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.3 Presupuesto de gastos

4.8.3.1 Gastos Administrativos

Tabla 72 Presupuesto Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	300	308,73	317,71	326,96	336,47
Energía Eléctrica	300	308,73	317,71	326,96	336,47
Teléfono	540	555,71	571,89	588,53	605,65
Internet	420	432,22	444,80	457,74	471,06
Suministros de Oficina	1107,36	1139,58	1172,75	1206,87	1241,99
Sueldos	38929,62	40062,48	41228,29	42428,04	43662,69
Implementos de limpieza	420	432,22	444,80	457,74	471,064
TOTAL	42016,98	43239,68	44497,95	45792,84	47125,42

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.3.2 Gastos de Exportación

Tabla 73 Presupuesto Gastos Exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio de Venta	12545,28	12910,35	13286,04	13672,66	14070,54
Empaque y Embalaje de exportación	378	389,00	400,32	411,97	423,96
Rótulos de exportación	54	55,57	57,19	58,85	60,57
Token	13,08	13,46	13,85	14,26	14,67
Ex Works:	445,08	458,03	471,36	485,08	499,19
Transporte interno Intag-Guayaquil (puerto)	2516,52	2589,75	2665,11	2742,67	2822,48
Packing list	0,12	0,12	0,13	0,13	0,13
Certificado de Origen SGP	42	43,22	44,48	45,77	47,11
Guía transporte marítimo	230,64	237,35	244,26	251,37	258,68
Agente afianzado de aduana	1087,92	1119,58	1152,16	1185,69	1220,19
FCA	4322,28	4448,06	4577,50	4710,70	4847,78
Recepción carga general	23,52	24,20	24,91	25,63	26,38
Servicio paletizaje	187,92	193,39	199,02	204,81	210,77
Tasa de almacenaje	42,24	43,47	44,73	46,04	47,38
FAS	4575,96	4709,12	4846,16	4987,18	5132,31
Carga-estiba al buque (THC)	11,76	12,10	12,45	12,82	13,19
FOB SIN ADUANA PAGADA	4587,72	4721,22	4858,61	5000,00	5145,50
Tributos	0	0	0	0	0
FOB CON ADUANA PAGADA	4587,72	4721,22	4858,61	5000,00	5145,50

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.3.3 Depreciaciones

Tabla 74 Depreciaciones

DEPRECIACIONES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remodelación	612,50	612,50	612,50	612,50	612,50
Muebles y Enseres	202,50	202,50	202,50	202,50	202,50
Equipos de Computación	672,40	672,40	672,40		
Equipos de Oficina	34,56	34,56	34,56	34,56	34,56
Maquinaria	271,50	271,50	271,50	271,50	271,50
TOTAL	1793,46	1793,46	1793,46	1121,06	1121,06

Elaborado por: Silvana Ponce

4.8.3.4 Total Presupuesto de Gastos

Tabla 75 Total Presupuesto de Gastos

TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS						
CUENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de Administración	42016,98	43239,68	44497,95	45792,84	47125,42	222672,87
Gastos de Exportación	4587,72	4721,22	4858,61	5000,00	5145,50	24313,04
Depreciación	1793,46	1793,46	1793,46	1121,06	1121,06	7622,50
TOTAL	48398,16	49754,36	51150,02	51913,90	53391,97	254608,42

Elaborado por: Silvana Ponce

4. 9 ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIAMIENTO

4.9.1 Estado de Resultados

Tabla 76 Estado Financiero con Financiamiento

ESTADO DE RESULTADOS / FINANCIADO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas					
Bolsos	45225,6	48277,67	51535,71	55013,62	58726,24
Individuales	51468,48	54941,85	58649,63	62607,62	66832,72
Sombreros	64851,84	69228,39431	73900,30227	78887,49594	84211,25253
Total Ingresos	161545,92	172447,92	184085,64	196508,74	209770,21
(-) Costo de Ventas					
Bolsos	22767,36	24303,83	25943,98	27694,82	29563,82
Individuales	25653,60	27384,84	29232,92	31205,72	33311,65
Sombreros	28131,84	30030,33	32056,94	34220,32	36529,69

Total Costos	76552,8	81719,00	87233,84	93120,85	99405,15
(=) Utilidad Bruta	84993,12	90728,92	96851,80	103387,88	110365,06
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	42016,98	43239,68	44497,95	45792,84	47125,42
Gasto de Exportación	4587,72	4721,22	4858,61	5000,00	5145,50
Depreciación	1793,46	1793,46	1793,46	1121,06	1121,06
TOTAL GASTOS	48398,16	49754,36	51150,02	51913,90	53391,97
(=) Utilidad después de Operaciones	36594,96	40974,56	45701,77	51473,98	56973,09
(-) Gastos Financieros					
Intereses	2.240,26	1.622,26	1.004,26	386,26	
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores	34.354,70	39.352,30	44.697,51	51.087,72	56973,09
(-) 15% Participación de trabajadores	5.153,20	5.902,84	6.704,63	7.663,16	8.545,96
(=) Utilidad antes de Impuestos	29.201,49	33.449,45	37.992,89	43.424,56	48.427,12
(-) 22% Impuesto a la Renta	6.424,33	7.358,88	8.358,44	9.553,40	10.653,97
(=) Utilidad Neta	22.777,16	26.090,57	29.634,45	33.871,16	37.773,16

Elaborado por: Silvana Ponce

4.9.2 Presupuesto de Caja

Tabla 77 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA					
UTILIDAD NETA	22.777,16	26.090,57	29.634,45	33.871,16	37.773,16
(+) DEPRECIACIÓN	1793,46	1793,46	1793,46	1121,06	1121,06
TOTAL FLUJO DE CAJA NETO	24.570,62	27.884,03	31.427,91	34.992,22	38.894,22

Elaborado por: Silvana Ponce

4.10 BALANCE INICIAL O DE ARRANQUE

Tabla 78 Balance Inicial

BALANCE INICIAL			
ASOCIACIÓN ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE			
ACTIVOS		PASIVOS	
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>		<u>PASIVOS CORRIENTES</u>	
<i>Inversión Variable</i>	10975,72		
<u>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</u>	10975,72	<u>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</u>	
<u>ACTIVOS FIJOS</u>		<u>PASIVOS L. PLAZO</u>	
<i>Inversión Fija</i>		Préstamo Bancario	25328,73
Remodelación	12250	<u>TOTAL PASIVOS L. PLZ</u>	25328,73
Muebles y Enseres	2025		
Equipos de Cómputo	2017,4	TOTAL PASIVOS	25328,73
Equipos de Oficina	345,62		
Maquinaria	2714,99		
<u>TOTAL ACTIVOS FIJOS</u>	19353,01	PATRIMONIO	
		Capital Social	5000
<u>OTROS ACTIVOS</u>		TOTAL PATRIMONIO	5000
<i>Inversión Diferida</i>			
Constitución de la Empresa	0		
<u>TOTAL OTROS ACTIVOS</u>	0		
TOTAL ACTIVO	30328,74	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	30328,74

Elaborado por: Silvana Ponce

4.11 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

4.11. 1 Valor Presente Neto

Tabla 79 VAN

VALOR PRESENTE NETO FINANCIADO			
AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FE *FREC
1	24.570,62	0,89	21.889,20
2	27.884,03	0,79	22.130,07
3	31.427,91	0,71	22.220,64
4	34.992,22	0,63	22.040,74
5	38.894,22	0,56	21.824,95
Valor Presente			110.105,60
Inversión Inicial			30328,73
VAN			79.776,87

Elaborado por: Silvana Ponce

El Valor Actual Neto que presenta el proyecto dentro de la evaluación es de 79776.87, el cual representa la utilidad de todo el proyecto, esto debe reflejar un valor superior a cero, mostrando de esta manera que el proyecto es factible y se lo puede realizar.

4.11.2 Costo Beneficio

Tabla 80 Costo Beneficio

COSTO BENEFICIO		
VALOR PRESENTE	<u>110.105,60</u>	
INVERSIÓN INICIAL	30328,73	3,63

Elaborado por: Silvana Ponce

El Costo Beneficio es de 3.63 siendo mayor a 1, expresando de esta manera que es factible ejecutar el proyecto.

4.11.3 Período de Recuperación de la Inversión

Tabla 81 Período de Recuperación de la Inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
1	\$24.570,62	\$24.570,62
2	\$27.884,03	\$52.454,66
3	\$31.427,91	
4	\$34.992,22	
5	\$38.894,22	
PRI		1 año 4 meses

Elaborado por: Silvana Ponce

La inversión para el proyecto se recupera aproximadamente en 1 año 4 meses con nueve días.

4.11.4 Tasa Interna de Retorno

Tabla 82 TIR

TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSIÓN INICIAL
	-30328,73	30328,74
1	\$24.570,62	
2	\$27.884,03	
3	\$31.427,91	
4	\$34.992,22	
5	\$38.894,22	
TIR		87%

Elaborado por: Silvana Ponce

La Tasa Interna de Retorno muestra un porcentaje del 87% dentro del estudio del proyecto, dado a conocer que el dinero que se invertirá al realizar el mismo generará un rendimiento del 87%, especificando claramente que la utilidad será beneficiaria para la asociación.

4.12 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

Tabla 83 Evaluación económica con financiamiento

EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO EFECTIVO	\$24.570,62	\$27.884,03	\$31.427,91	\$34.992,22	\$38.894,22
COSTO DE OPORTUNIDAD	0,1216				
VALOR ACTUAL NETO	\$79.776,86				
COSTO BENEFICIO	\$3,63				
TASA INTERNA DE RETORNO	87%				
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	1 año 4 meses				

Elaborado por: Silvana Ponce

4.13 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 84 Determinación Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
CUENTAS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Inversión fija	19353,01		19353,01
Capital de trabajo			0
Costo del Producción		76552,8	76552,8
Gastos Administrativos	42016,98		42016,984
Depreciaciones	1793,46		1793,46042
Gastos de Exportación			0
Empaque y Embalaje de exportación		1092	1092
Rótulos de exportación	156		156
Token	37,44		37,44
Transporte interno Intag-Guayaquil (puerto)		7200	7200
Packing list	0,12		0,12
Certificado de Origen SGP	120		120
Guía transporte marítimo		660	660
Agente afianzado de aduana	3112,68		3112,68
Recepción carga general	67,32		67,32
Servicio paletizaje		538,8	538,8
Tasa de almacenaje	120,96		120,96
Carga-estiba al buque (THC)		33,6	33,6
Tributos		0	0
TOTAL	66777,97	86077,2	152855,17

Elaborado por: Silvana Ponce

4.13.1 Margen de contribución

Formula:

$$MARGEN DE CONTRIBUCIÓN = (PRECIO UNIT. - COST. V. UNIT.) * \% VENTA$$

Tabla 85 Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN				
PRODUCTO	PRECIO	CV. UNIT.	% VENTAS	MARGEN CONTRIB.
Bolsos	33,65	16,94	28%	16,71
Individuales	10,212	5,09	32%	5,12
Sombreros	18,765	8,14	40%	10,63
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO				32,46

Elaborado por: Silvana Ponce

Formula:

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{COSTO FIJO TOTAL}{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO}$$

Tabla 86 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	$\frac{66777,97}{32,46}$	2057,4
---------------------	--------------------------	--------

Elaborado por: Silvana Ponce

4.13.2 Punto de Equilibrio Unidades Físicas

Tabla 87 Punto de equilibrio unidades físicas

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES FÍSICAS			
PRODUCTO	P.E UNID.	% VENTAS	P.E UNIDADES FÍSICAS
Bolsos	2057,4	28%	575,99
Individuales	2057,4	32%	655,50
Sombreros	2057,4	40%	825,95
TOTAL	6172,3	100%	6172,29

Elaborado por: Silvana Ponce

4.13.3 PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS

Tabla 88 Punto de equilibrio unidades monetarias

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	P.E UNIDADES MONETARIAS
Bolsos	576,0	33,65	19381,99
Individuales	655,5	10,212	6693,93
Sombreros	825,9	18,765	15498,86
TOTAL			41574,77

Elaborado por: Silvana Ponce

RESULTADOS

Tras realizarse la Inteligencia de Mercados para la Exportación de Artesanías Elaboradas a base de Fibra de Cabuya por la Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente de la Parroquia Plaza Gutiérrez, Zona de Intag- Provincia de Imbabura, se obtuvo información de cómo se encuentra en la actualidad la asociación en cuanto a la producción presente, la situación de las instalaciones de la asociación y la demanda con la que cuenta en el exterior, siendo esta una oportunidad que puede ser aprovechada para comercializar las artesanías cubriendo la demanda del consumidor extranjero.

Para poder llegar a estos resultados se realizaron encuestas y entrevistas a las artesanas que elaboran estos productos, consiguiendo información importante para determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas las cuales ayudan en la determinación de estrategias para ayudar al crecimiento y mejoramiento de la asociación.

Por medio de la ingeniería del proyecto se pudo conseguir información de los principales países importadores de este tipo de artesanías, ayudando a escoger los tres principales para poder elaborar la Matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio) por medio de la cual se logró determinar qué país es el que beneficiara a la asociación al exportarlas a el país seleccionado.

Al contar con el país, se realizó un análisis del sector que nos aporta de manera importante a la asociación ya que en esta sección se encuentra distintos puntos que les servirá para su aplicación en el momento que exporten las artesanías. El estudio económico del proyecto elaborado muestra datos de entrada que la asociación podrá tomarlos como base o guiarse para que no salgan perjudicados en el financiamiento para el mejoramiento de la producción y la exportación de las artesanías.

CONCLUSIONES

- En el capítulo II, Materiales y Métodos que se realizó dentro de la investigación ayudó a reconocer las distintas fortalezas y oportunidades de la asociación para manejarlas a su favor, así mismo se pudo observar las diferentes amenazas y debilidades con las que cuenta, ayudando de esta manera a establecer estrategias que se pueden aplicar favoreciendo a la asociación.
- En los Resultados y Discusión del proyecto permitió establecer los distintos mercados de competencia internacional para la asociación, de tal manera que se estableció el principal mercado potencial al que las artesanías puedan realizar la exportación del producto.
- Al analizarse la demanda y competencia nacional del mercado potencial se pudo conocer que no existe producción de este tipo de artesanías en el país, por lo que es una clara ventaja para poder comercializar el producto con más acogida en este mercado internacional.
- Estados Unidos es un país con una de las economías más grandes del mundo por lo que cuenta con múltiples acuerdos comerciales y también es otorgante del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) lo cual favorece a Ecuador en algunas subpartidas arancelarias incluida la partida arancelaria en la que se encuentran clasificadas las artesanías de cabuya.
- La rentabilidad que presenta el trabajo de titulación es factible según se ve reflejado en el VAN y TIR, mostrando que poner en práctica el proyecto será beneficiario para la asociación.

RECOMENDACIONES

- Tomar en cuenta las falencias que presenta la asociación en cuanto a temas de documentación y tramites de exportación para poder realizar exportaciones a varios países, consiguiendo de esta manera beneficio económico y reconocimiento por su trabajo.
- Realizar estudios de mercado periódicos para determinar las amenazas que puedan ir apareciendo en el mercado internacional con el transcurso del tiempo, y así ir adecuando el producto a las distintas necesidades del cliente.
- Incursionar en ferias internacionales para conseguir una amplia cartera de clientes y no depender del mercado local, así también realizar estrategias comerciales para que las artesanías cuenten con mayor reconocimiento a nivel internacional.
- Aprovechar los beneficios de acuerdos comerciales para exportar con mayor frecuencia y menor costo las artesanías al mercado potencial seleccionado, consiguiendo de esta manera la internacionalización comercial para la asociación.
- De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio económico se puede incentivar a las artesanas por adquirir créditos para aumentar la producción y brindar mayor oferta a los clientes, puesto que es favorable el resultado obtenido con lo que respecta al financiamiento realizado.

BIBLIOGRAFÍA

- (CNP), R. D. (2017). *PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR* . QUITO: Alejandro Aguirre, Andrea Angueta, María Fernanda Gordillo, Daniel Jácome, Paola Solís, Katherine Yépez Dirección de Comunicación Social.
- (ICC), C. d. (14 de mayo de 2010). *Incoterms reglas 2010*. Obtenido de Cámara de Comercio Internacional (ICC): <https://iccwbo.org>
- Alvis Gordo, J. F. (2009). *ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE UN BOSQUE NATURAL LOCALIZADO EN ZONA RURAL DEL MUNICIPIO DE POPAYAN*. Valle del Cauca: Facultad de Ciencias Agropecuarias, grupo de Investigación TULL. Universidad del Cauca.
- AMA. (2017). *American Marketing Association*. Obtenido de American Marketing Association: <https://www.ama.org>
- Arias, A. S. (14 de mayo de 2015). *ECONOMIPEDIA* . Obtenido de ECONOMIPEDIA : <http://economipedia.com>
- Bass, B. (17 de Diciembre de 2017). *La Voz de Houston*. Obtenido de La Voz de Houston: <https://pyme.lavoztx.com/qu-son-los-procesos-logsticos-5028.html>
- BusinessCol.com. (19 de Diciembre de 2017). *BusinessCol.com*. Obtenido de BusinessCol.com: <http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm>
- Camacho, D. (29 de junio de 2012). *Dannia Camcho Wordpress*. Obtenido de Dannia Camcho Wordpress: <https://danniacamacho.wordpress.com>
- César A. Figueredo, Nidia S. Rincón P. y Nubia S. Salazar V. (2012). INTELIGENCIA DE MERCADOS DE PRODUCTOS - PROVINCIA DEL TUNDAMA DEPARTAMENTO DE BOYACÁ, CON FINES DE EXPORTACIÓN. *REVISTA CIENCIAS ESTRATÉGICAS*, 67-76.
- ConnectAmericas. (07 de Mayo de 2015). *ConnectAmericas*. Obtenido de ConnectAmericas: <https://connectamericas.com>

- Cruz, D. C. (26 de Febrero de 2015). *Metodos Generales de la Investigacion (deductivo, inductivo, sintetica y analitico)*. Obtenido de Metodos Generales de la Investigacion (deductivo, inductivo, sintetica y analitico): <http://metodosgeneralesdelainvestigacion.blogspot.com/2015/02/metodos-generales-de-la-investigacion.html>
- Dávila Newman, G. (2012). *EL RAZONAMIENTO INDUCTIVO Y DEDUCTIVO DENTRO*. Caracas,Venezuela : Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Esparza, A. (09 de febrero de 2014). *Academia.edu*. Obtenido de Academia.edu: <https://www.academia.edu>
- Esparza, A. I. (18 de Enero de 2014). *Academia*. Obtenido de Academia: https://www.academia.edu/11191709/ELABORACI%C3%93N_DE_HILO_Y_ARTESAN%C3%8DAS_DE_FIBRA_DE_CABUYA
- Flores , C. (2005). *Estructura y Composición Florística de un Bosque secundario en el Fundo* . Eco Centro .
- FLORES, D. A. (24 de Febrero de 2016). *Introducción al Comerio Exterior* . Obtenido de Universidad Atónoma de Chihuahua: <http://www.fd.uach.mx>
- Grasso, L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. Córdoba: Brujas.
- Gutiérrez, V. M. (07 de noviembre de 2014). *Diario del Exportador* . Obtenido de Diario del Exportador : Diario del Exportador
- Ileana R., N. B. (11 de 04 de 2010). “PROYECTO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE BISUTERÍA Y ADORNOS ARTESANALES ECUATORIANOS, PROMOVRIENDO EL COMERCIO EQUITATIVO”. Guayaquil, Guyas, Ecuador.
- Jennifer Ardila, Mónica Galvis . (20 de Agosto de 2016). Plan de Negocios Para la Creación de una Comercializadora Internacional de Productos Artesanal de Figue en Curií, Santander. Santander , Bucaramanga , Colombia.
- JENNIFER GÓMEZ, MÓNICA GALVIS . (15 de AGOSTO de 2016). PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA

INTERNACIONAL DE PRODUCTOS ARTESANALES DE FIQUE EN CURITÍ,
SANTANDER. SANTANDER , BUCARAMANGA, COLOMBIA .

Jiménez , J., Aguirre , O., & Kramer, H. (2001). Análisis de la estructura horizontal y vertical en un ecosistema multicohortal de pino-encino en el norte de México. *Invest. Agr.: Sist. Recur. For. Vol. 10 (2)*.

Katherine Montesdeoca, Yanine Zambrano. (14 de mayo de 2012). Diseño de un Plan de Exportación de artesanías elaboradas con la fibra del tallo del banano dirigido a la Asociación de mujeres Agro-Artesanales de la Provincia de EL ORO. Guayaquil, Guayas, Ecuador-Costa. Obtenido de Universidad Politecnica Salesiana .

LAMPRECHT, H. (1990). *Silvicultura en los Trópicos*. República Federal Alemana.: GTZ.

Lopez, O. R. (14 de mayo de 2014). *GESTIÓN LOGÍSTICA DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES*. Obtenido de eumed.net Enciclopedia Virtual : <http://www.eumed.net>

Medina, M. I. (05 de Septiembre de 2012). *eumed.net (Enciclopedia Virtual)*. Obtenido de eumed.net (Enciclopedia Virtual): http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html

MERCOSUR. (14 de mayo de 2018). *LAS PRINCIPALES BARRERAS NO ARANCELARIAS Y EL*. Obtenido de BibliotecaUnitecnologica: <http://biblioteca.unitecnologica.edu.co>

MONICA O., NELSON P.,LIZETH S. (13 de junio de 2011). *DESARROLLO DE MERCADOS INTERNACIONALES*. Obtenido de DESARROLLO DE MERCADOS INTERNACIONALES: <http://desarrollodemercados-lizeth.blogspot.com/2011/06/empaques-y-embalajes-para-estados.html>

Montesdeoca, J. (07 de Abril de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <http://economipedia.com>

Montiel, D. (15 de mayo de 2012). *Producción Artesanal*. Obtenido de Daniel Montiel: <https://elblogdeldany.wordpress.com>

Mostesdeoca, K. P., & Zambrano Mera, Y. I. (25 de Mayo de 2012). Diseño de un Plan de exportacion de artesanias elaboradas con la fibra del tallo de banano dirgido a la Asociación de Mujeres Afro-Artesanales de Provincia del Oro. *Diseño de un Plan de exportacion de artesanias elaboradas con la fibra del tallo de banano dirgido a la Asociación de Mujeres Afro-Artesanales de Provincia del Oro*. Guayaquil, Guayas, Ecuador : Universidad Politécnica Salesiana Ecuador .

oocities. (19 de Diciembre de 2017). oocities. Obtenido de oocities: <http://www.oocities.org/henrycou/Losaspectoslegales.htm>

Oviedo, L. R. (20 de Noviembre de 2016). *Universidad de La Sabana*. Obtenido de Universidad de La Sabana: <http://virtualpostgrados.unisabana.edu.co>

Pinzón, C. (19 de Diciembre de 2017). *Carlos Pinzón.com*. Obtenido de Carlos Pinzón.com: <https://es.slideshare.net/vosamaniego19/definicion-clasificacion-de-mercados>

PRO ECUADOR. (27 de Octubre de 2017). *PRO ECUADOR*. Obtenido de PRO ECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/estudio-introductorio-de-espinaca-congelada-en-japon/>

PRO ECUADOR. (29 de Julio de 2018). *exporta fácil*. Obtenido de exporta fácil: http://www.exportafacil.gob.ec/archivos_pdf/BOTONES_TAGUA_EEUU.pdf

PRODUCTIVIDAD, M. D. (04 de Agosto de 2012). *MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD* . Obtenido de MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD : <http://www.industrias.gob.ec/artesanos-contribuyen-al-desarrollo-economico-y-preservan-el-patrimonio-cultural/>

PRO-ECUADOR. (19 de Diciembre de 2017). *PRO ECUADOR* . Obtenido de PRO ECUADOR : <https://www.proecuador.gob.ec/faqs/que-son-acuerdos-comerciales/>

Roberto L., Laura R., Sebastiaan J. (17 de mayo de 2017). *iContainers*. Obtenido de iContainers: <https://www.icontainers.com/es/2017/05/17/top-10-puertos-estados-unidos/>

Rojas, R. A. (20 de Junio de 2009). *CEO Centro De Estuios De Opinión*. Obtenido de CEO Centro De Estuios De Opinión:

<http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/1498/1155>

Sánchez, J. C. (2004). *Metodología de la investigación científica y tecnológica*. MADRID: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Sánchez, J. D. (19 de Diciembre de 2017). *La Estrella de Panamá*. Obtenido de La Estrella de Panamá: <http://laestrella.com.pa/economia/contrato-compra-venta-internacional/23826590>

SENAE, A. D. (07 de mayo de 2018). *ADUANA DEL ECUADOR SENAE*. Obtenido de ADUANA DEL ECUADOR SENAE: <https://www.aduana.gob.ec>

SICE. (13 de agosto de 2018). *Foreing Trde Information System*. Obtenido de Foreing Trde Information System: http://www.sice.oas.org/ctyindex/USA/USAagreements_s.asp

Thompson, I. (10 de Diciembre de 2005). *Promonegocios.net*. Obtenido de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mercado-definicion-concepto.html>

TRADEMAP. (7 de DICIEMBRE de 2017). *TRADE MAP*. Obtenido de TRADE MAP: <http://www.trademap.org/Index.aspx>

Troya, C. (26 de Marzo de 2005). *Academia.edu*. Obtenido de Academia.edu: https://www.academia.edu/5647805/T%C3%89CNICAS_E_INSTRUMENTOS_DE_INVESTIGACI%C3%93N?auto=download

Turismo EEUU. (05 de 07 de 2018). *Turismo EEUU*. Obtenido de Turismo EEUU: <https://www.turismoeeuu.com/compras/>

UNESCO. (14 de mayo de 2017). *OFICINA DE LA UNESCO EN SANTIAGO*. Obtenido de UNESCO: <http://www.unesco.org>

UNESCO. (16 de mayo de 2018). *Tecnicas artesanales tradicionales*. Obtenido de Unesco: <https://ich.unesco.org>

Vega, C. G. (13 de Julio de 2007). *Proceso de inteligencia de mercados*. Obtenido de Gestipolis : <https://www.gestipolis.com>

Viajandox. (12 de Agosto de 2016). VIAJANDOX. Obtenido de VIAJANDOX:
www.ec.viajandox.com/

ANEXOS

ANEXO 1 ANTEPROYECTO



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA
“PUCE-SI

ESTRUCTURA PARA DESARROLLAR EL PLAN DE TITULACIÓN

AUTORA: Silvana Paola Ponce Chirán

ESCUELA: “ENCI”

CARRERA: COMERCIO INTERNACIONAL

“INTELIGENCIA DE MERCADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE ARTESANÍAS
ELABORADAS A BASE DE FIBRA DE CABUYA DE LA ASOCIACIÓN
ARTESANAL MUJER Y MEDIO AMBIENTE DE LA PARROQUIA PLAZA
GUTIÉRREZ, ZONA DE INTAG- PROVINCIA DE IMBABURA”

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Negocios Internacionales E.1

IBARRA, ABRIL, 2018

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. PROBLEMA

2. JUSTIFICACIÓN

3. ESTADO DEL ARTE

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

4.2. Objetivos Específicos

5. METODOLOGÍA Y DELIMITACIÓN ESPACIAL

5.1 METODOS GENERALES

5.1.1 Método Inductivo

5.1.2 Método Deductivo

5.1.3 Método Analítico - Sintético

5.2 TÉCNICAS

5.2.1 Observación

5.2.2 Encuesta

5.3 INSTRUMENTOS

5.3.1 Ficha de Observación

5.3.2 Cuestionario

5.4 DELIMITACIÓN ESPACIAL

6. RECURSOS

6.1 Financiamiento

6.2 Estadías Programadas en centros de investigación

7. RELEVANCIA SOCIOECONÓMICA

8. PLANIFICACIÓN TEMPORAL

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias

11. ANEXOS

1. PROBLEMA

En la actualidad los países han ido notado la importancia y necesidad que tiene el comercio internacional, es por ello que ha aumentado el intercambio comercial entre estos, tomando en cuenta los diferentes productos, no obstante, de esta manera se ayuda a los productores de los países a ser más competitivos con sus productos en un entorno global.

Los países de Latinoamérica en su gran mayoría tienen riquezas naturales muy diversas que son aprovechadas por los habitantes, en Ecuador la biodiversidad es amplia es por ello que el ecuatoriano encuentra una fuente de ingresos utilizando los recursos naturales y de esta manera mejorar su calidad de vida, también ayudan a la economía del país ya sea por el ingreso de divisas al exportar los productos y comercializándolos en el mercado nacional.

En la parroquia Plaza Gutiérrez, zona de Intag - Provincia de Imbabura se encuentra la “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente” la cual se dedica a la elaboración de artesanías a base de fibra de cabuya, en el proceso de elaboración no interviene ningún tipo de maquinaria y únicamente con materia prima proveniente de la naturaleza, lo que hace que el producto tenga un valor agregado y sea más llamativo para el consumidor final.

Las artesanías son comercializadas en el mercado nacional, pero a un valor que no remunera el trabajo realizado por los miembros de la asociación, esto hace buscar un crecimiento para la misma optando por participar en el mercado internacional, viendo al consumidor extranjero como un potencial comprador ya que se interesan por comprar productos que sean amigables con el medio ambiente, llamativos y de buena calidad, esta

es una oportunidad que la asociación quiere aprovechar para ayudar a sus trabajadores e impulsar la economía del sector.

2. JUSTIFICACIÓN

(Mostesdeoca & Zambrano Mera, 2012) afirman que Ecuador es un país pequeño que ha logrado ser reconocido alrededor del mundo por la riqueza natural que posee, cuenta con un amplio patrimonio en diversidad de zonas climáticas, y una abundante población de especies animales y vegetales, características con las que pocos países en el mundo cuentan, esto hace del Ecuador un país con amplias ventajas comparativas y competitivas que no las hemos sabido aprovechar de forma adecuada, a tal punto de explotar al cien por ciento lo que nos brinda este como tal.

La realidad económica por la que el país atraviesa, obliga al ecuatoriano a buscar modos de salir adelante por medios propios, una de las alternativas que las personas han tomado en cuenta es la utilización y exportación de los recursos naturales y sus productos derivados, para lo que se necesita plantear estrategias que no perjudiquen al medio ambiente, que proporcionen rentabilidad económica, cumpliendo con las leyes y reglamentos vigentes.

Las exportaciones han sido de suma importancia para el país, es un ingreso que ayuda a la economía del mismo, es por ello que la transformación de la matriz productiva es implementada por el gobierno para que los pequeños productores sepan aprovechar los recursos naturales del país aumentando de esta manera la producción diversificada y con mayor valor agregado. También este cambio de la matriz productiva permitirá generar ingresos basados en las capacidades y los conocimientos de la población.

Por medio de la plataforma virtual Trade Map se conoce el nivel de importaciones de artesanías que realiza el mercado japonés, la tasa de crecimiento en valor es del 4% anual es decir que cada año aumenta el nivel de importaciones en artesanías de este producto y la

tasa de crecimiento en cantidad con la que cuenta el país por año es del 5%. (TRADEMAP, 2017)

En la provincia de Imbabura se encuentra la Zona de Intag un paraíso natural en la que se encuentran bosques, tierras fértiles y agrícolas esta zona es una región montañosa que cuentan con una variedad de plantas, animales, gastronomía. Los habitantes de Intag viven de la agricultura ya que las tierras lugar son aptas para el cultivo de una amplia gama de productos tales como; café, frutas tropicales, cacao, banano, caña de azúcar entre otros (Viajando, 2016)

Los habitantes de esta zona saben aprovechar todo lo que les brinda el lugar donde viven, a diferencia de los productos que se pueden obtener también existen plantas de las que pueden sacar provecho, este es el caso de las mujeres de la parroquia Plaza Gutiérrez de la zona de Intag vieron una forma y oportunidad de trabajo en una planta típica del sector la cual es la cabuya, de esta planta se puede obtener una fibra parecida al hilo, con este material se pueden elaborar innumerables productos que se lo elaboran de forma artesanal.

Por muchos años el grupo de mujeres de la asociación no han tenido mayor acogida en el mercado nacional ya que el consumidor no le ha dado el valor adecuado a sus productos, por lo que se han visto en la obligación de comercializarlos a precios bajos, por ello han visto como una oportunidad comercializar las artesanías en el mercado y así incrementar los ingresos, lo cual será una manera de remunerar todo el esfuerzo empleado por las mujeres.

El desarrollo del proyecto a elaborarse es de suma importancia para la asociación ya que ellos serán los beneficiarios directos al incrementar sus ingresos con las exportaciones de los productos ayudando de esta manera a sus trabajadores y familias, así mismo se impulsará la activación de la economía de la zona beneficiando a sus habitantes, también

se crearan nuevas plazas de trabajo según vaya creciendo la asociación y a su vez beneficiando al gobierno al generar demanda de producción ecuatoriana desde el exterior generando ingresos al país y se podrán diversificar riesgos, es decir, no dependerían del mercado local.

3. ESTADO DEL ARTE

El sector artesanal se ha convertido en prioridad para el gobierno, al tratarse de una actividad que es productiva y beneficia de forma directa o indirectamente alrededor de 4.5 millones de ecuatorianos, esto representa el 32.7% de la Población Económicamente Activa, los artesanos del país son personas claves en la preservación material e inmaterial del Patrimonio cultural del Ecuador. (PRODUCTIVIDAD, 2012).

Los artesanos para el país son un sector de suma importancia para la economía del mismo, esto hace del Ecuador un país con mayor competitividad al contar con un porcentaje considerable de la población que se dedica a la elaboración de este tipo de productos ya que por su variedad en materiales naturales que se utilizan hacen que las artesanías sean más solicitadas por los extranjeros.

(Esparza, 2014), menciona que para la elaboración de las artesanías a base de fibra de cabuya existen varios pasos a realizarse para obtener el hilo de esta planta, el material principal del proceso de elaboración de las artesanías se debe seguir los siguientes pasos:

1. Cortar las pencas u hojas de la planta: La labor es llevada a cabo por personas de la misma comunidad, normalmente la realizan los hombres por la ardua labor, ya que requiere esfuerzo físico y experticia en el tema.
2. Extracción de la materia prima: Para esto se usa una Maquina desfibradora, que cumple con el propósito de raspar las hojas o pencas, eliminando completamente el bagazo y otros residuos, quedando como resultado una fibra limpia.
3. Lavado y secado: Luego del proceso anterior, la fibra se lava con abundante agua limpia hasta darle un tono color blanco, luego se pone a secar.

4. Tinturado: Después de peinada la fibra, es importante lavar con agua y jabón para eliminar cualquier residuo de grasa y mugre para alcanzar un buen nivel de tinturado, luego se calienta agua en una vasija amplia se le aplica tinta y mordientes correspondientes, adicionalmente se sumerge la fibra limpia y se deja hervir durante un período aproximado entre 60 y 90 minutos hasta que se haya fijado el color a la fibra. Luego se saca la fibra y se lava con agua limpia hasta sacarle completamente los residuos de tinta, se extiende y se pone a secar al sol.

Este es un proceso que requiere de tiempo, esfuerzo y paciencia para adquirir la materia prima con la que posteriormente se proceder a tejer los diferentes productos de este material, los cuales son llamativos por su material y diferentes colores, entre las artesanías elaboradas se encuentran telas, tapetes cojines bolsos, tapices, cortinas, todo de forma manual.

Los acuerdos comerciales son de suma importancia para todos los países ya que ofrecen beneficios para la población, así también otorgan beneficios de preferencias arancelarias ya sean de manera total o parcial para el ingreso de productos a los diferentes países siempre y cuando consten en el Acuerdo al que se pertenezca. Algunos países no cuentan con acuerdos comerciales y esto hace que comercializar hacia estos países no proporcionen beneficio alguno con la exportación de productos, servicios o bienes.

El país ha firmado algunos Acuerdos comerciales sean estos bilaterales o multilaterales como bloque económico, los mismos que brindan el beneficio de preferencia arancelaria para ingresar productos ecuatorianos a muchos de los países que forman parte del Acuerdo. Por ello la política de comercio exterior gira en torno a la formación de convenios y tratados comerciales, ya sean de libre comercio o de tratamiento preferencial, para encontrar una manera de eliminar o disminuir la discriminación en los aranceles aduaneros de un país contra los productos que son originarios de otro, o de alguna manera sirvan también para reducir los trámites de que deben seguir para ingresar. (PRO-ECUADOR, 2017)

Para realizar cualquier tipo de actividad comercial se debe tomar en cuenta los aspectos legales con los que se debe cumplir con el fin de ejecutar la actividad bajo los reglamentos que se deban cumplir de acuerdo a las leyes establecidas. Al formar una empresa, con los trámites administrativos que se debe cumplir, es muy probable que no se tome en cuenta o no se le dé la importancia necesaria a la serie de aspectos legales con los que una empresa que fue creada queda involucrada, esto puede afectar al desarrollo normal de la empresa. (oocities, 2017)

Para la distribución de cualquier producto se debe encontrar el mercado al cual va dirigido realizando la segmentación de mercado buscando de esta manera las características necesarias de los consumidores para la comercialización de servicios, bienes o productos. El mercado es una unión de los compradores reales y potenciales de un determinado producto o servicio. (Thompson, 2005)

La segmentación de mercado básicamente consiste en la división del mercado en forma global en partes más pequeñas que tengan características y necesidades similares. Con el pasar del tiempo se ha ido observando que realizar una segmentación de mercado es un paso de análisis previo que permite la selección del mercado objetivo, con la ayudas de la segmentación se puede establecer estrategias a realizar de manera que sea mucho más efectivo y rentable la comercialización del producto. (Pinzón, 2017)

Los términos de negociación son parte importante para la comercialización de cualquier producto servicio, los Incoterms son un conjunto de normas internacionales, manejados por la Cámara de Comercio Internacional, que establecen el alcance de las condiciones comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. Los Incoterms también se denominan obligaciones de precio, pues cada termino permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato. El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional. (BusinessCol.com, 2017)

Los incoterms son importantes términos de negociación que ayudan a la determinación de cláusulas que se establecen en el contrato de compra-venta internacional, estos términos

ayudan a determinar los precios la selección del costo del contrato. El propósito de estos es ser utilizados en el comercio internacional para que las negociaciones estén regidas bajo reglas que se las deben cumplir.

Para cualquier tipo de intercambio comercial entre distintos países es necesario un contrato de compra-venta internacional. Por medio de este documento se realiza la transferencia de productos o servicios, de un país a otro, acordando un precio con el cual ambas partes estén de acuerdo y a la fecha que ellos establezcan, este documento es la base del proceso de negociación en una operación internacional. Es un acuerdo de voluntades celebrado entre partes de distinto país, por medio del cual se transfiere la propiedad de mercancías o productos que serán transportadas a un territorio diferente, teniendo como contraprestación el pago de un precio. (Sánchez J. D., 2017)

Un proceso logístico abarca procesos e ideas para fabricar y distribuir los artículos o productos, de manera que los costos y gastos no sean muy altos. Como parte de este proceso, una empresa debe tomar en cuenta en todo momento la ubicación de un producto y analizar los diversos factores agrupados con esa ubicación. Esto quiere decir que incluyen costos de producción, personal, tiempo y costo requerido para su desconsolidación y las posibilidades de almacenamiento, incluyendo costo y espacio. Como parte de este procedimiento, una empresa también debe tener presente las causas que podrían afectar de alguna manera la calidad de producción y el transporte entre centros de distribución. (Bass, 2017)

Con los procesos adecuados de logística y de distribución se puede llegar a ahorrar en gastos de transportes muy significativos para la asociación, es por ello que se debe tomar en cuenta muchos factores que puedan facilitar el transporte y comercialización de las artesanías obteniendo menos gastos.

Según (PRO-ECUADOR, 2017) para realizar la exportación de las artesanías o cualquier otro producto o servicio es necesario contar con la documentación necesario para que no tengo inconveniente alguno al salir del país. En el caso de las artesanías a base de fibra de cabuya la documentación necesaria para su exportación se debe contar con la siguiente documentación obligatoria y reglamentada.

- Solicitud de exportación: El solicitante deberá ingresar al portal Ecuapass www.portal.aduana.gob.ec con su usuario y contraseña, y seleccionar la institución Ministerio del Ambiente y completar el respectivo formulario de exportación forestal.
- Una vez ingresado el trámite, se espera la aprobación del Director Provincial de Ministerio del Ambiente, la cual llegará al usuario a través de una notificación en el portal Ecuapass.
- Adicional a los trámites con el Ministerio de Ambiente, deberá solicitar el certificado -fitosanitario en AGROCALIDAD:
- Solicitud de registro como operador de exportación. (Anexar copia del registro forestal)
- Inspección fitosanitaria de la plantación por parte de un técnico de Agro calidad.
- Una vez obtenido el registro como operador de exportación, debe solicitar el certificado fitosanitario anexando una copia del certificado de exportación emitido por el MAE (Agro calidad certifica el número de árboles, esta certificación es trimestral).

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

Diseñar el proyecto investigación de mercados para la exportación de artesanías elaboradas a base de fibra de cabuya de la “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente “de la parroquia Plaza Gutiérrez, Zona Intag hacia el mercado japonés, el cual permita exportar por medios propios sus productos.

4.2. Objetivos Específicos

- ☐ Diagnosticar la situación actual de la Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente
- ☐ Realizar el estudio de mercado para conocer la demanda y oferta en el mercado japonés y aprovechar las oportunidades de comercialización.
- ☐ Elaborar la inteligencia de mercados para la exportación de artesanías a base de cabuya hacia el mercado de Japón.

- Realizar el estudio financiero para la determinación de oportunidades de negocio que presenta el proyecto.

5. METODOLOGÍA Y DELIMITACIÓN ESPACIAL

5.1 METODOS GENERALES

5.1.1 Método Inductivo

A través de la aplicación de este método se podrá llegar a tener ideas muy claras y concisas con lo que respecta a la información de primera mano, partiendo de minuciosas observaciones y el registro de aspectos relevantes para mediante esto poder llegar al ambiente del proyecto de investigación que se está realizando y así poder tener conclusiones de vital importancia que serán una herramienta fundamental en el estudio del proyecto.

5.1.2 Método Deductivo

En la aplicación de este método se enfocará en las observaciones relevantes tales como estadísticas, recopilación de datos en fuentes de información referentes al comercio internacional, para poder emplear la mayor parte de argumentos que se aprovechará en el transcurso de la elaboración del proyecto para mediante estas herramientas poder tener un mayor grado de confiabilidad y poder discernir y corroborar argumentos no sustentados.

5.1.3 Método Analítico - Sintético

En la aplicación de este método se realizará la simplificación de información recopilada de las distintas maneras, para analizarla de forma más detallada, estableciendo los elementos más importantes de este proyecto y poder analizar mediante herramientas como cuadros y

tablas estadísticas, gráficos, entre otros que brinden una mayor argumentación al tema de investigación que se desarrollará.

5.2 TÉCNICAS

5.2.1 Observación

Esta herramienta se la empleara para obtener información directa referente a los procesos de elaboración que se emplean en la “Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente” desde la obtención de materia prima hasta la venta y la comercialización de las artesanías terminadas en la provincia de Imbabura esta información obtenida de primera mano será vital, para poder conocer más la capacidad de la asociación, la aceptación y el posicionamiento del producto en la zona.

5.2.2 Encuesta

Sera necesario la aplicación de encuestas en el proyecto ya que sirve de mucha ayuda para obtener información de las personas para conocer el tipo de percepción que tienen con respecto al producto las expectativas que tienen los consumidores y los gustos y preferencias que hoy en día tiene la población sobre las artesanías.

5.3 INSTRUMENTOS

5.3.1 Ficha de Observación

En la ficha de observación se registra la descripción detallada de lugares, personas, etc., que forman parte de la investigación. En el caso de personas se deben realizar descripciones casi fotográficas de los sujetos observados

5.3.2 Cuestionario

La realización del cuestionario en el proyecto ayudara a conocer atributos, y las cualidades que tiene el producto y que influye en la compra, se examinara las variables de que tan posicionado está el producto en la mente de los consumidores que características diferenciadoras existe con respecto a la competencia, conociendo así qué valor adicional en producto llena las expectativas del mercado nacional.

5.4 DELIMITACIÓN ESPACIAL

El presente proyecto se encuentra enfocado en la situación presente de la asociación en lo que respecta a los ingresos que obtienen con la venta de sus productos, la asociación está ubicada en el sector Santa Rosa de la Zona de Intag Provincia de Imbabura, lugar en donde se reunirá la información necesaria para la toma de decisiones adecuadas para la ejecución del proyecto obteniendo de esta manera resultados positivos.

6. RECURSOS

6.1 Financiamiento

a) Materiales

• Internet • Impresiones • Empastados • Copias • Anillados • Fotografías • Útiles de Oficina	\$25 \$50 \$60 \$30 \$30 \$15 \$10
Subtotal	\$220

b) Otros

• Viáticos • Transporte	\$50 \$120
Subtotal	\$170

El proyecto tendrá una inversión aproximada de \$390 (treientos noventa USD) mismo que será financiado por el autor/a.

6.2 Estadías Programadas en centros de investigación

Estadías	Nombre de la Institución	Periodo de tiempo
Nacional	Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente	5 meses Visitas periódicas

7. RELEVANCIA SOCIOECONÓMICA

El Ecuador cuenta con una amplia variedad en recursos naturales renovables y no renovables que han ido aportando de una manera considerable a la economía del país ya que productos que provienen de estos recursos se han ido incluyendo en las exportaciones del mismo, estos han permitido al Ecuador tener una especialización modesta en algunos sectores productivos de la economía. ((CNP), 2017)

En la provincia de Imbabura se encuentra la zona de Intag, es un lugar con una riqueza natural en la que se encuentran una gran variedad de recursos que se los puede utilizar como fuente de ingresos para los pobladores de la zona, existe una asociación la cual se dedica a la elaboración de artesanías a base de fibra de cabuya, esta materia prima que obtienen del lugar ha tenido aceptación ya que es un producto cien por ciento natural.

Con este emprendiendo la asociación busca ingresar al mercado y ser competitivos con el trabajo que realizan, el Plan Nacional del Buen Vivir cuenta con 9 Objetivos los cuales buscan ayudar a los diferentes sectores del país, uno de ellos es el objetivo 5 Impulsar la Productividad y Competitividad para el Crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria el cual se vincula con el presente proyecto. ((CNP), 2017)

Una de las políticas del objetivo 5 es Fortalecer y fomentar la asociatividad, los circuitos alternativos de comercialización, las cadenas productivas y el comercio justo, priorizando la Economía Popular y Solidaria, para consolidar de manera redistributiva y solidaria la estructura productiva del país, lo que quiere decir que una de las prioridades del país es ayudar a las asociaciones impulsando la productividad y competitividad para el crecimiento económico del país de manera que no sean pocos los beneficiados por este objetivo sino la gran mayoría ((CNP), 2017).

8. PLANIFICACIÓN TEMPORAL

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				RESPONSABLES
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO o ESTADO DEL ARTE																					

información de la Oferta																			Silvana Ponce
Aspectos relevantes de la Oferta																			Silvana Ponce
Tabulación y análisis de la Demanda																			Silvana Ponce
Aspectos relevantes de la Demanda																			Silvana Ponce
CAPÍTULO III: PROPUESTA																			
Modelo de Investigación basado en la Inteligencia de mercados adecuado a la Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente																			Silvana Ponce
Mercado objetivo a nivel internacional																			Silvana Ponce
Demanda																			Silvana Ponce
Oferta																			Silvana Ponce
Proyección lineal																			Silvana Ponce
Consumo Aparente																			Silvana Ponce
Análisis del sector																			Silvana Ponce
Logística y comercialización																			Silvana Ponce
Mercado de consumo																			Silvana Ponce
Estrategias de																			Silvana Ponce

MATRIZ SELECCIÓN DE MERCADOS

Importadores	Seleccione sus indicadores												
	Valor importado en 2016 (miles de USD)	Saldo comercial 2016 (miles de USD)	Cantidad importada en 2016	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2012-2016 (%)	Tasa de crecimiento anual en cantidad entre 2012-2016 (%)	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2015-2016 (%)	Participación en las importaciones mundiales (%)	Distancia media de los países proveedores (km)	Concentración de los países proveedores	Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país (%)	Número de requisitos no arancelarios aplicados por el país
Mundo	414748	45665	0	No medida		4	5	6	100	7005	0,47		
Estados Unidos de América	119102	-105536	5993	Toneladas	19874	3	3	-2	28,7	9516	0,61	3,7	
Japón	51694	-51424	1568	Toneladas	32968	4	5	18	12,5	3303	0,64	1,7	N/D
Reino Unido	23598	-14380	1256	Toneladas	18788	9	14	-5	5,7	7445	0,61	0	7
Alemania	22640	-10572	805	Toneladas	28124	9	12	20	5,5	5653	0,33	0	7
Francia	19010	-14236	830	Toneladas	22904	9	15	24	4,6	6183	0,32	0	7
España	15308	-6608	954	Toneladas	16046	8	5	22	3,7	8356	0,41	0	7
Australia	12697	-11959	684	Toneladas	18563	8	-5	-7	3,1	8546	0,63	0	
Emiratos Árabes Unidos	11014	-9635	1390	Toneladas	7924	8	4	-16	2,7	5713	0,48	4,5	1
Arabia Saudita	9312	-9229	659	Toneladas	14131	13	-14	91	2,2	6828	0,55	4,6	18
Canadá	8254	-7488	339	Toneladas	24348	4	7	3	2	8917	0,54	4,3	
Italia	7232	15203	348	Toneladas	20782	1	2	27	1,7	4848	0,27	0	7

ENCUESTAS Y ENTREVISTA

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra

Encuesta para el proyecto “Inteligencia de Mercados Para la Exportación de Artesanías Elaboradas a Base de Fibra de Cabuya de la Asociación Artesanal Mujer y Medio Ambiente de la Parroquia Plaza Gutiérrez, Zona De Intag- Provincia De Imbabura”

Objetivo: La encuesta se realizará a las señoras pertenecientes a la asociación con el fin de conocer la condición actual de los procesos de producción, la capacidad de producción y medios relacionados a marketing, con la información obtenida se podrá establecer estrategias que sean de gran utilidad y para el beneficio de la asociación.

Fecha:

Me comprometo a tratar la información que usted me proporcione con la mayor discreción, siendo únicamente utilizada para fines académicos.

1. ¿Considera usted que los procesos de producción que maneja es el adecuado para la confección de las artesanías?

- ☐ Si
- ☐ No

2. ¿Cuál es el proceso de producción que considera con más dificultad de realizarlo?

- ☐ Cortar las pencas u hojas de la planta
- ☐ Extracción de la fibra
- ☐ Lavado y secado de la fibra
- ☐ Tinturado
- ☐ Peinado de la fibra
- ☐ Hilado
- ☐ Elaboración de las artesanías

3. ¿La materia prima con la que elaboran las artesanías la adquieren por medio de:

- ☐ Proveedores
- ☐ Recursos propios
- ☐ La asociación cuenta con la materia prima propia

4. ¿Cree usted que la materia prima es la necesaria para abastecer pedidos de gran magnitud, en diferentes periodos del año?

- ☐ Si
- ☐ No

5. ¿Cuál es la producción semanal de cada tipo de artesanía de cabuya que elabora usted?

Artesanías	Cantidad semanal
Carteras	
Camisetas bordadas	
Tapetes	
Botelleros	
Billeteras	
Bolsos	
Sombreros	
Llaveros	
Individuales	
Adornos para el hogar	
Implementos para cocina	
Total	

6. Su tiempo de dedicación a ésta actividad lo realiza a:

- ☐ Tiempo completo
- ☐ Medio tiempo
- ☐ Tiempo parcial

7. ¿En qué tiempo adquirió los conocimientos necesarios para alcanzar la experiencia con la cuenta hoy en día?

- ☐ 4 meses
- ☐ 8 meses
- ☐ 12 meses
- ☐ En más tiempo, especifique su respuesta

8. ¿Considera que la experiencia con la que cuenta ayuda a incrementa los pedidos de las artesanías?

- ☐ Si, incrementan los pedidos
- ☐ No, no influye en nada la experiencia

9. ¿Cree usted que la maquinaria o herramientas que utiliza en el proceso de producción es el adecuado para la elaboración de las artesanías, o considera que necesitan del equipo apropiado?

- ☐ Sí, es el adecuado
- ☐ No, se necesita de equipo apropiado

10. ¿Considera usted que puede aumentar su producción, en caso de aumentar la demanda?

- ☐ Si
- ☐ No

11. ¿Cree usted que la venta de las artesanías contribuye de manera significativa a la economía familiar?

- ☐ Si
- ☐ No

Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra

**Entrevista dirigida a la Sra. Cecilia Morales presidenta de la Asociación
Artisanal Mujer y Medio Ambiente de la Parroquia Plaza Gutiérrez, Zona De
Intag- Provincia De Imbabura**

Objetivo: la entrevista se le realizará a la presidenta de la asociación con el propósito de obtener el conocimiento necesario en diferentes aspectos que se desconocen acerca de la misma, de esta manera poder aportar con ideas en la toma de decisiones que sean beneficiosas para la asociación y sus miembros.

Fecha:

Me comprometo a tratar la información que usted me proporcione con la mayor discreción, siendo únicamente utilizada para fines académicos.

1. ¿La asociación cuenta con la materia prima y el personal suficiente para la fabricación de las artesanías?

.....
.....
.....
.....
.....

2. ¿Cuál es la Producción semanal que la asociación puede llegar a elaborar?

.....
.....
.....
.....
.....

3. **¿Cree que la calidad de las artesanías es la adecuada para su comercialización a nivel nacional o internación? ¿considera que la debe mejorar?**

.....

.....

.....

.....

.....

4. **Considera que la asociación es afectada de manera significativa por la competencia. ¿porqué?**

.....

.....

.....

.....

.....

5. **¿Cuenta la asociación con el apoyo de algún tipo de entidad u organismo para dar a conocer la asociación y sus artesanías?**

.....

.....

.....

.....

.....

6. **¿Han visitado ferias para promocionar y darse a conocer con las artesanías que elaboran, si no lo han hecho se tiene como opción realizarlo?**

.....

.....

.....

.....
.....

7. **¿Han enviado muestras a distintos lugares del país o fuera del mismo? ¿Si no lo han realizado es porque consideran un riesgo al ser copiado el producto o no han tomado en cuenta esta opción?**

.....
.....
.....
.....
.....

8. **¿La asociación ha tenido en mente darse a conocer por páginas web o en redes sociales sí o no? ¿porque?**

.....
.....
.....
.....
.....

FOTOGRAFÍAS

Foto 1-2: Planta de la cabuya y cortado



Foto 3-4: Desfibrado y secado de la fibra



Foto 5-6: Lavado y secado de la fibra



Foto 7-8: Tinturado y lavado de la fibra después del tinturado



Foto 9-10: Peinado e hilado de la fibra



Foto 11-12: Hilo y tejido de la artesanía



Foto 13-14: Artesanías terminadas



Foto 15-16: Encuestas y entrevista realizada a las artesanas y presidenta de la asociación

